

**EVALUASI KINERJA SUPPLIER BAHAN BAKU KOPI MENGGUNAKAN
METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA COFFEE
SHOP BADBEAR**

ARTIKEL SIDANG TUGAS AKHIR



**Oleh:
NUZULY FIKRI HAICHAL HUTAGALUNG
NIM. 4132001037**

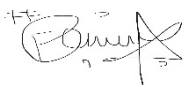
**PROGRAM STUDI LOGISTIK PERDAGANGAN INTERNASIONAL
JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BATAM
BATAM 2024**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL SKRIPSI

**EVALUASI KINERJA SUPPLIER BAHAN BAKU KOPI MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL
HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA COFFEE SHOP BADBEAR**

Oleh:
NUZULY FIKRI HAICHAL HUTAGALUNG
NIM. 4132001037

Mahasiswa



Nuzuly Fikri Haichal Hutagalung
NIM. 4132001037

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Bambang Hendrawan S.T., M.S.M
NIK. 100014

EVALUASI KINERJA SUPPLIER BAHAN BAKU KOPI MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) PADA COFFEE SHOP BADBEAR

Nuzuly Fikri Haichal Hutagalung¹, Bambang Hendrawan²
Program Studi Logistik Perdagangan Internasional
e-mail: nuzulhaichal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja supplier bahan baku kopi di Coffee Shop BadBear. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Analytical Hierachy Process (AHP) dengan melibatkan expert judgement yang merupakan manager operasional, barista dan seorang karyawan bagian purchasing di Coffee Shop BadBear. Kemudian pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh expert judge yang ada di Coffee Shop BadBear. Kemudian didapatkan hasil penilaian terhadap kriteria kualitas dengan bobot prioritas 45%, kriteria Pelayanan 26%. Rasa 17% , harga 7% dan terakhir pengiriman dengan bobot prioritas 5% dari hasil penilaian. Dan urutan penilaian terhadap supplier yaitu Tatido dengan nilai 8,077, Hear dengan nilai 6,631, Sreg dengan nilai 1,791 dan terakhir Coffee Moi dengan nilai 1,501. Disimpulkan Hear dan Tatido berada di posisi teratas dalam penelitian ini, harus terus mempertahankan dan mengoptimalkan kinerja mereka pada setiap kriteria dan subkriteria, terutama dalam beberapa kriteria dan subkriteria yang kurang maksimal. Coffee Moi dan Sreg, sebagai dua pemasok dengan penilaian terendah diharapkan dapat meningkatkan kinerja mereka berdasarkan semua kriteria dan subkriteria yang dievaluasi agar dapat bersaing sebagai pemasok bahan baku kopi.

Kata kunci: Analytical Hierarchy Process, Coffee Shop dan Supplier.

PERFORMANCE EVALUATION OF COFFEE RAW MATERIAL SUPPLIERS USING THE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) METHOD AT BADBEAR COFFEE SHOP

Abstract

This study aims to evaluate the performance of coffee raw material suppliers at Coffee Shop BadBear. This research was conducted using the Analytical Hierachy Process (AHP) method by involving expert judgment who is the operational manager, barista and a purchasing employee at Coffee Shop BadBear. Then data collection was obtained using a questionnaire Uilled out by expert judges at Coffee Shop BadBear. Then obtained the results of the assessment of quality criteria with a priority weight of 45%, 26% service criteria. Taste 17%, price 7% and delivery with a priority weight of 5% of the assessment results. The order of assessment of suppliers, namely Tatido with a value of 8.077, Hear with a value of 6.631, Sreg with a value of 1.791, Coffee Moi with a value of 1.501. It is concluded that Hear and Tatido are in the top position, must continue to maintain and optimize their performance on each criterion and sub-criteria, especially in several criteria and sub-criteria are less

than optimal. Coffee Moi and Sreg, as the two suppliers with the lowest ratings are expected to improve their performance based on all the criteria and sub-criteria evaluated in order to compete as suppliers of coffee raw materials.

Key words: *Analytical Hierarchy Process, Coffee Shop and Supplier.*

PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan karena tingginya minat masyarakat, khususnya generasi milenial, terhadap produk olahan kopi. Dalam menghadapi permintaan yang terus berkembang, banyak pengusaha yang tertarik untuk merintis usaha kedai kopi. Perubahan gaya hidup Masyarakat menjadikan produk olahan kopi sebagai kebutuhan sehari-hari. Dengan perkembangan tersebut, Indonesia mengalami pergeseran peran dari produsen kopi menjadi negara konsumen kopi. Data dari *Global Agricultural Information Network* membuktikan bahwasanya tingkat pemanfaatan konsumsi kopi di dalam negeri pada periode 2019/2020 mencapai 294.000 ton, mengalami peningkatan sekitar 13,9% dibandingkan dengan periode sebelumnya, yaitu 258.000 ton pada 2018/2019. Hal ini menandakan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap kopi semakin meningkat, menciptakan potensi pasar yang besar untuk produk kopi di dalam negeri (Niken Ranindyasa et al., Noviani.d.).

Dalam menghadapi perkembangan pasar yang cepat, setiap perusahaan, termasuk *Coffee Shop* seperti *BadBear* di Kota Batam, dituntut untuk bersaing secara global, *Coffee Shop BadBear* sendiri dapat memesan dari supplier 15-20 kg biji kopi per bulannya karena tingginya minat konsumen terhadap kopi. Persaingan ini menimbulkan tantangan tersendiri, di mana perusahaan harus memenuhi berbagai keinginan konsumen, mulai dari rasa, harga, kualitas, hingga pelayanan, untuk mempertahankan performa yang baik. Pemilihan supplier merupakan salah satu faktor kunci yang mendukung kinerja perusahaan.

Pemilihan *supplier* memberikan peran yang sangat penting dalam menunjang efisiensi rantai pasok dan memastikan kualitas produk. Namun, sebuah tantangan umum yang dihadapi adalah bahwa tidak semua *supplier* dapat memenuhi semua kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan. *BadBear*, sebagai *coffee shop* di Kota Batam, memiliki daya tarik signifikan di kalangan masyarakat karena pelayanan yang baik, lingkungan yang nyaman, dan kualitas kopi yang menjadi sorotan utama. Pemilihan *supplier* yang baik dalam pengelolaan *coffee shop* memiliki dampak langsung pada mutu produk, citra rasa, dan penciptaan nilai kesetiaan pelanggan. Seringkali, *coffee shop* tidak memiliki standar nilai kopi mereka, sehingga pemilihan kriteria supplier kopi menjadi krusial untuk menciptakan keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor. Keahlian *supplier* dalam diversifikasi bahan baku biji kopi mempengaruhi langsung kualitas, aroma, dan rasa kopi yang disajikan. Pengambilan keputusan terkait supplier dapat ditingkatkan dengan penggunaan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. AHP, yang oleh Thomas L. Saat pada tahun 70-an, merupakan alat bantu yang berguna dalam proses pengambilan keputusan. AHP membantu mengatasi persoalan yang rumit dengan menyusun hirarki kriteria dan memberikan prioritas berdasarkan proses yang terstruktur dan masuk akal (Sudradjat et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki judul "**Evaluasi Kinerja Supplier Bahan Baku Kopi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)**"

LITERATUR REVIEW

Metode Analytic Hierarchy Process

Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dikembangkan oleh Prof. Thomas L. Saaty pada tahun 1978 melalui Wharton School untuk menentukan tahapan prioritas dari alternatif dalam penyelesaian sebuah permasalahan (Munthafa & Mubarak, 2017). Dalam kegiatan aktifitas, kita sering diberikan pada situasi di mana kita harus memilih di antara berbagai alternatif. AHP membantu dalam menetapkan prioritas dan menguji konsistensi terhadap pilihan yang telah dibuat.

Kinerja Supplier

Kinerja *supplier* adalah faktor penting dalam rantai pasok karena memainkan peran strategis bagi perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini berpengaruh pada kepuasan konsumen serta membantu meningkatkan dan mempertahankan tingkat layanan perusahaan dalam memenuhi permintaan pelanggan (Noviani et al., 2021).

Pada penelitian Jawak, Sinaga, (2020) dengan judul Aplikasi *Analytical hierarchy process* (ahp) dalam pemilihan *supplier* pada ksu pom humbang *cooperative* melihat bahwa Gani Silaban diakui sebagai *supplier* gabah kopi yang sangat potensial, dengan bobot 0,2194. Selanjutnya, dalam pemilihan pemasok *green bean* kopi, kualitas juga menonjol sebagai kriteria utama dengan bobot 0,54. Sub-kriteria yang menjadi fokus dalam mengevaluasi *supplier green bean* kopi adalah kesesuaian *greenbean* dengan spesifikasi, dengan bobot 0,4381. Sebagai hasilnya, pemasok *greenbean* kopi yang dianggap paling potensial adalah Toke MS. Hasil ini mencerminkan prioritas kualitas dan kesesuaian dengan spesifikasi sebagai faktor utama dalam pemilihan pemasok biji kopi.

Pada Penelitian Sudradjat, Sodikin, Komarudin (2020) dengan Judul Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* Terhadap, pemilihan Merek CCTV, Wawancara pelanggan mengungkapkan bahwa Honeywell menjadi pilihan utama konsumen dalam kategori kamera CCTV,

mendominasi dengan persentase nilai sebesar 34,24%. Merek lain yang cukup diminati adalah Schneider dengan bobot 27,81%, diikuti oleh Samsung yang mendapatkan bobot sebesar 17,18%. Sementara itu, Glenz dan Hikvision masing-masing memperoleh bobot nilai 10,84% dan 9,94%, menempati posisi lebih rendah dalam preferensi konsumen (Sudradjat et al., 2020).

Pada penelitian Paramita et al., 2023 dengan judul *Selecting Green Supplier for Perishable Raw Materials using AHP Method at Nunia Boutique Villa Seminyak* memiliki tujuan untuk pemilihan pemasok ramah lingkungan untuk bahan baku yang mudah rusak di Nunia Boutique Villa Seminyak, kriteria yang dijadikan pertimbangan mencakup Kualitas, Biaya (Harga), Pengiriman, Fleksibilitas, Daya Tanggap, dan Pengelolaan Lingkungan. Setelah dilakukan pengolahan elemen kriteria, diperoleh hasil tertimbang.

Pada penelitian Saputra, Nugraha (2020) dengan judul Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (Ahp)* (Studi Kasus: Penentuan *Internet Service Provider* Di Lingkungan Jaringan Rumah) dengan hasil ISP terbaik yang muncul adalah Indi Home, dianggap paling ideal untuk digunakan pada jaringan nirkabel di area lingkungan rumah.

Pada Penelitian Rizal Rachman (2019) dengan judul Penerapan Metode AHP Untuk Menentukan Kualitas Pakaian Jadi di Industri Garmen kemudian Keputusan dalam melihat nilai kualitas pakaian di industri garmen kini dapat diambil lebih cepat dan efisien melalui Sistem Penunjang Keputusan (SPK) yang menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Dibandingkan dengan perhitungan manual, metode ini tidak hanya mempercepat proses, tetapi juga meningkatkan tingkat keakuratan data. Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan bagi peneliti mendatang untuk memperluas kriteria dan alternatif yang digunakan dalam SPK, serta

mengembangkan aplikasi SPK menggunakan metode.

Pada Penelitian Yahya, Mikael, Ramadhan, Badrul, (2021) dengan judul Penerapan Metode AHP Untuk Penentuan Siswa Terbaik Di Smp Yapindo II dan AHP digunakan karena memberikan kemudahan penyusunan berbagai kriteria yang ada, sehingga metode ini menjadi pilihan tepat untuk pengambilan keputusan multikriteria, dan mampu menghasilkan keputusan yang lebih efektif.

Penelitian Satriawan & Hasibuan, 2022 dengan judul *Selection of the Best Supplier Criteria with the Analytical Hierarchy Process Method in the Construction Services Industry Construction Services Industry The study's findings validate 5 criteria and 15 sub-criteria relevant to construction companies, especially regarding plate iron procurement. The conclusions underscore that the most crucial criterion is Price, with a weight of 0.352, followed by Quality at 0.277, Service at 0.143, Flexibility at 0.114, and Delivery at 0.113. Among the sub-criteria, the top five in importance are Product Price (0.212), Consistency of Quality (0.159), Guarantee and Warranty (0.086), Term of Payment (0.0826), and On-Time Delivery (0.076).*

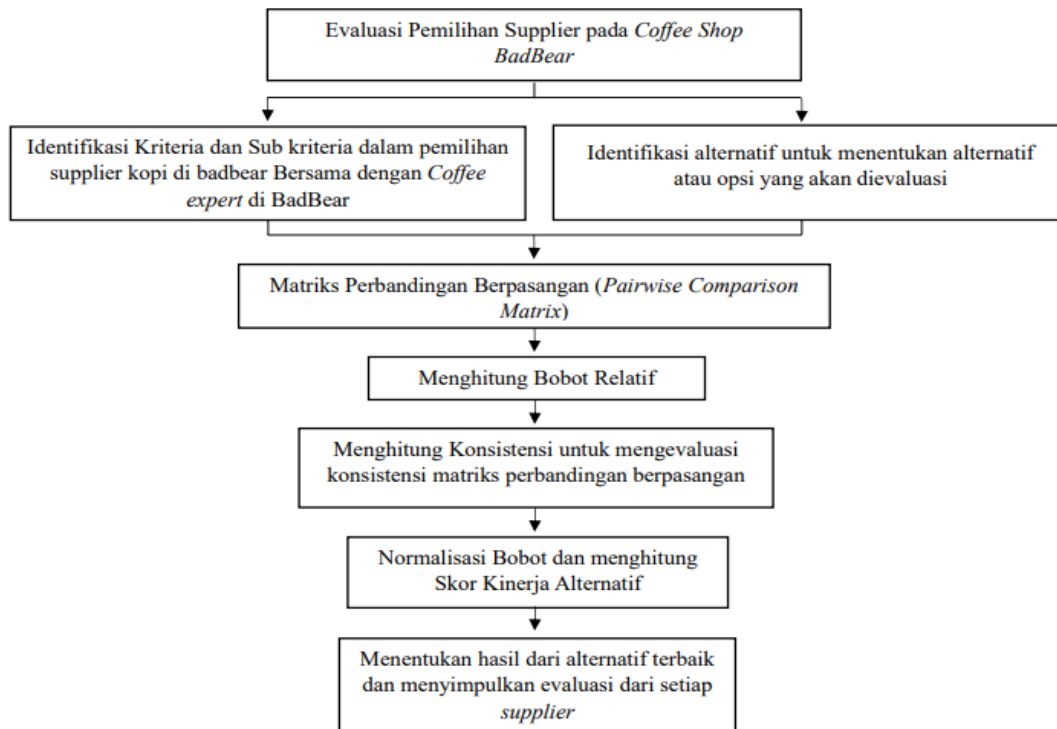
Penelitian Rahmiati 2021 dengan judul *Ceramic supplier Selection using analytical hierarchy process method and The study successfully achieved its objective of selecting the best supplier through the implementation of the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. The evaluation focused on determining the most crucial criteria for the company, revealing that assessing suppliers based solely on quality, cost, and delivery was inadequate. Consequently, a more comprehensive QCDFR model was established, encompassing five criteria: quality, cost, delivery, flexibility, and responsiveness, which proved to be more suitable.*

Penelitian Prayudy & Shilul Imaroh dengan judul *Method on the Selection Process of Fresh Fruit Bunch Palm Oil Supplier and Based on the outcomes of data processing and assessment analysis in the selection of FFB (Fresh Fruit Bunch) suppliers outside PT SMM using the Analytic Hierarchy Process (AHP) method, two primary conclusions can be drawn to address the research problem formulation. The detailed findings are as follows: The quality criteria emerge as the highest priority for the company, substantiated by a priority weight of 0.276 out of a total weight of 1,000. Subsequently, the criteria of management and organization, delivery, disappointment, and price follow with priority weights of 0.227, 0.173, 0.165, and 0.160, respectively.*

Pada Penelitian Nugroho, Iskandar, (2020) dengan judul *Application Of AHP For Supplier Selection In Construction Companies and The AHP method relies on human perception as a primary input, and it is chosen for its ability to gauge the consistent quality provided by each supplier. It's noteworthy that, as mentioned by [11], there is a tendency in the application oriented AHP literature to focus more on the mechanics of the method rather than its practical implications. XYZ companies, however, are placing emphasis on the practical application of the AHP method to enhance supplier selection processes. Quality criteria have been initially prioritized, focusing on the suppliers' ability to consistently deliver quality*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di *Coffee Shop BadBear*. Objek pada penelitian ini adalah seorang manager operasional, Barista dan bagian *supplier*, objek ini dipilih berdasarkan kompetensi mereka dalam menilai kriteria-kriteria pada evaluasi kinerja *supplier* (Muzaqin & Cahyadi, 2019). Variabel yang digunakan dalam menganalisa



Gambar 1 Struktur Kerangka Pemikiran

penelitian ini dilakukan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* yang terdiri dari Harga, kualitas, pengiriman, Rasa, Pelayanan. Jenis data yang diolah merupakan data kuantitatif. Sumber data dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Selanjutnya, teknik pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini dapat di lihat pada Gambar 1.

Analytical Hierarchy Process (AHP)

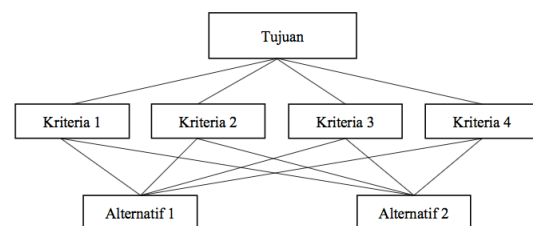
Dalam menyelesaikan analisis data menggunakan AHP maka terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut (Pribadi et al., 2022):

1. Dekomposisi (*Decomposition*)

Setelah melakukan pendefinisian masalah, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses *decomposition*, yaitu sebuah proses yang dilakukan untuk memecah masalah ke dalam bagian-bagian kecil. Ini dilakukan untuk memperoleh kriteria yang sesuai, maka bagian harus di

pecah hingga bagian tersebut tidak dapat untuk dipecah lagi.

Hasil dari pemecahan tersebut kemudian akan menggambarkan beberapa tingkatan dari masalah. Sehingga proses ini kemudian dikenal dengan istilah hirarki.



Gambar 2 Struktur Hirarki

(Sumber : Pribadi et al., 2022)

2. Penilaian Komparasi (*Comparative Judgement*)

Bagian ini berfokus untuk memberikan bobot antara dua elemen kepentingan yang terdapat di dalam tingkatan atau level tertentu yang pada saat

yang sama berkaitan dengan tingkatan di atasnya. Penilaian ini masuk pada inti dari analisa AHP, hal ini disebabkan oleh penilaian ini akan memberikan pengaruh pada prioritas setiap elemen. Kemudian, akan digambarkan perumpamaan dari matrik perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) berdasarkan dari hasil penilaian.

Tabel 1 Matriks Perbandingan Berpasangan

	A1	A2	A3
A1	1		
A2		1	
A3			1

(Sumber: Pribadi et al., 2022)

3. Penentuan Prioritas (*Synthesis of Priority*)

Setelah membuat matriks perbandingan berpasangan, nilai eigen vector dapat ditentukan untuk mengetahui prioritas lokal (*local priority*). Karena matriks perbandingan berpasangan terdapat pada setiap tingkatan, prioritas global dapat ditentukan dengan melakukan sintesis antar prioritas lokal. Prosedur sintesis akan berbeda tergantung pada hirarki. Pengurutan elemen berdasarkan kepentingan relatif menggunakan prosedur sintesis ini disebut sebagai pengaturan prioritas (*priority setting*).

4. Mengukur Konsistensi

Sebelum menentukan keputusan maka untuk menilai seberapa baik konsistensi dari keputusan yang ada. Untuk melakukan hal ini maka terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu sebagai berikut:

- Mengalikan setiap nilai pada kolom pertama dengan prioritas relatif elemen pertama, lalu mengalikan nilai pada kolom kedua dengan prioritas relatif elemen kedua, dan seterusnya.
- Selanjutnya, menjumlahkan setiap baris pada tabel.

- Kemudian hasil dari penjumlahan tersebut dibagi dengan elemen prioritas relatif yang bersangkutan.
- Setelah itu, menjumlahkan hasil bagi dengan banyaknya elemen yang ada. Hasil dari penjumlahan ini kemudian dikenal dengan λ_{maks} .
- Menghitung *Consistency Index* (CI)

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

(1.1)

Dimana n = jumlah elemen

- Menghitung Rasio Konsistensi/*Consistency Ratio* (CR)

$$CR = CI/IR$$

(1.2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

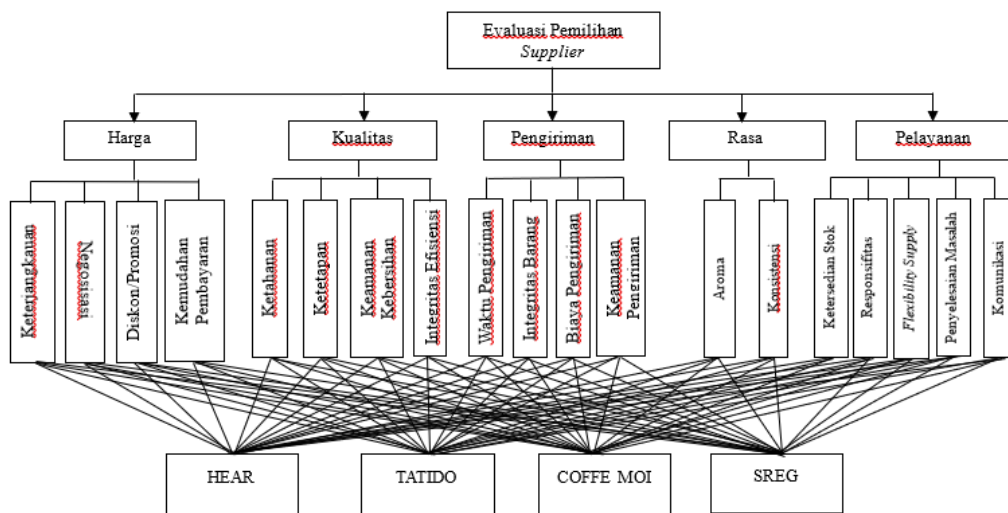
Menentukan Kriteria dan Subkriteria

Kriteria dan subkriteria yang diperoleh didapatkan dari *expert judgement* dan didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, Kriteria harga merupakan faktor penting dalam persaingan pemasaran produk. Harga memainkan peran kunci dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk (Musyawarah et al., 2020). Kemudian kriteria kualitas yang merupakan kriteria yang bersifat dinamis dan terhubung dengan berbagai aspek, termasuk produk, tenaga kerja manusia, proses dan tugas, serta lingkungan (Ida Wibowati, n.d.). Pengiriman dapat memudahkan dalam proses pengantaran produk dari satu lokasi ke lokasi lainnya, dengan tujuan memudahkan konsumen (Purnama Dewi & Salam, 2020). Dan terakhir yaitu kriteria Rasa yaitu penilaian atau pemahaman terhadap makanan dan minuman yang mencakup aspek-aspek seperti penampakan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu (Hr et al., n.d.)

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Pada gambar 3, merupakan dekomposisi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 5 kriteria utama, 19 Sub-kriteria, dan 4 alternatif.

Gambar 3 Struktur Hirarki Dekomposisi



Perbandingan Berpasangan

	Harga	Kualitas	Pengiriman	Rasa	Pelayanan
Harga	1,000	0,125	3,000	0,200	0,200
Kualitas	8,000	1,000	7,000	3,000	2,000
Pengiriman	0,333	0,143	1,000	0,333	0,200
Rasa	5,000	0,333	3,000	1,000	0,500
Pelayanan	5,000	0,500	5,000	2,000	1,000
total	19,300	2,100	19,000	6,500	3,900

Tabel 2 Matriks Perbandingan Berpasangan

Pada tahap ini dilakukan perhitungan perbandingan berpasangan terhadap kriteria dan subkriteria.

Normalisasi Matriks

	Harga	Kualitas	Pengiriman	Rasa	Pelayanan	P Vektor	Bobot	Eigen Value
Harga	0,0517	0,0595	0,1579	0,0306	0,0513	0,351	0,0702	0,3572
Kualitas	0,4138	0,4759	0,3684	0,4592	0,5128	2,2301	0,446	2,3866
Pengiriman	0,0172	0,068	0,0526	0,051	0,0513	0,2402	0,048	0,2451
Rasa	0,2586	0,1586	0,1579	0,1531	0,1282	0,8564	0,1713	0,9473
Pelayanan	0,2586	0,238	0,2632	0,3061	0,2564	1,3223	0,2645	1,4212
Total	1	1	1	1	1			5,3574

Tabel 3 Normalisasi Matriks

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5.289 - 5}{5 - 1}$$

$$= 0.723$$

$$RI = 1.12$$

$$CR = 0.723 / 1.12$$

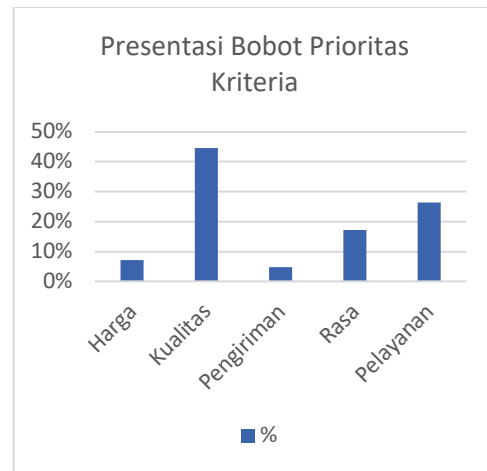
$$CR = 0.06$$

Sehingga berdasarkan hasil dari nilai CR yang diperoleh, maka analisa yang diperoleh dan dapat dikatakan konsisten karena memenuhi batas yang di tentukan yaitu CR lebih kecil dari 0,1.

Urutan Bobot Prioritas antar Kriteria

Tabel 4 Bobot Prioritas Kriteria

Kriteria	Bobot Prioritas	%	Rangking
Harga	0,070	7%	4
Kualitas	0,446	45%	1
Pengiriman	0,048	5%	5
Rasa	0,171	17%	3
Pelayanan	0,264	26%	2



Gambar 4 Presentasi Bobot Prioritas Kriteria

Kriteria utama pada evaluasi *supplier* bahan baku kopi di *coffee shop BadBear* adalah kriteria Kualitas dengan nilai 2.386. Dan subkriteria utama dari kriteria harga adalah subkriteria Integritas Barang dengan nilai 2.131, kemudian disusul oleh subkriteria Kebersihan dengan nilai 0.913. Posisi Ketiga yaitu ketetapan dengan nilai 0.619. Dan posisi keempat adalah subkriteria ketahanan dengan nilai 0.515

Kriteria selanjutnya adalah kriteria Pelayanan dengan nilai 1.421 dan subkriteria utama dari kriteria Pelayanan adalah subkriteria ketersediaan stok dengan nilai 2.333, posisi kedua yaitu subkriteria *flexibility supply* dengan dengan nilai 1.138, posisi ketiga yaitu subkriteria Proaktif (Penyelesain masalah) dengan nilai 0.434, dan posisi terakhir yaitu subkriteria dari responsifitas dengan nilai 0.205

Urutan ketiga kriteria prioritas adalah Rasa dengan nilai 0.947 dengan subkriteria utama yaitu konsistensi rasa dengan nilai 1.5 dan yang kedua adalah subkriteria aroma dengan nilai 0.5

Tabel 5 Perhitungan Bobot Prioritas setiap Kriteria dan Subkriteria

Hasil Perhitungan Bobot Prioritas								
Kriteria	Prioritas	Sub Kriteria	Prioritas Lokal	Prioritas Global	Supplier	Bobot		
Harga	0,070	Keterjangkuan	0,205	0,014	Hear	0,366		
					Sreg	0,089		
					Coffe Moi	0,055		
					Tatido	0,490		
		Negosiasi	0,090	0,006	Hear	0,501		
					Sreg	0,082		
					Coffe Moi	0,077		
		Kemudahan pembayaran	0,341	0,024	Tatido	0,341		
					Hear	0,474		
					Sreg	0,129		
					Coffe Moi	0,105		
		Diskon/Promosi	0,364	0,026	Tatido	0,292		
					Hear	0,572		
					Sreg	0,093		
					Coffe Moi	0,074		
		Kualitas	0,446	Ketahanan	0,126	0,056	Tatido	0,261
Hear	0,301							
Sreg	0,110							
Coffe Moi	0,063							
Ketetapan	0,146			0,065	Tatido	0,525		
					Hear	0,269		
					Sreg	0,105		
Kebersihan	0,220			0,098	Coffe Moi	0,061		
					Tatido	0,565		
					Hear	0,350		
Integritas	0,508			0,226	Sreg	0,106		
					Coffe Moi	0,051		
					Tatido	0,493		
					Hear	0,273		
Pengiriman	0,048			Waktu Pengiriman	0,446	0,021	Sreg	0,115
							Coffe Moi	0,074
		Tatido	0,538					
		Hear	0,493					
		Integritas Pengiriman	0,106	0,005	Sreg	0,106		
					Coffe Moi	0,051		
					Tatido	0,493		
		Keamanan Pengiriman	0,140	0,007	Hear	0,461		
					Sreg	0,136		
					Coffe Moi	0,075		
		Biaya Pengiriman	0,307	0,015	Tatido	0,328		
					Hear	0,285		
					Sreg	0,156		
					Coffe Moi	0,119		
		Rasa	0,171	Aroma	0,250	0,043	Tatido	0,440
							Hear	0,473
Sreg	0,087							
Coffe Moi	0,142							
Konsistensi rasa	0,750			0,128	Tatido	0,298		
					Hear	0,246		
					Sreg	0,092		
					Coffe Moi	0,054		
Pelayanan	0,264	Responsifitas	0,051	0,014	Tatido	0,607		
					Hear	0,319		
					Sreg	0,087		
					Coffe Moi	0,061		
		Ketersediaan Stok	0,563	0,149	Tatido	0,533		
					Hear	0,256		
					Sreg	0,064		
		Flexibility Supply	0,278	0,073	Coffe Moi	0,193		
					Tatido	0,487		
					Hear	0,368		
		Proaktif (Penyelesaian Masalah)	0,108	0,028	Sreg	0,071		
					Coffe Moi	0,044		
					Tatido	0,516		
					Hear	0,274		
							Sreg	0,096
							Coffe Moi	0,088
Tatido	0,543							
Hear	0,350							
					Sreg	0,069		
					Coffe Moi	0,112		
					Tatido	0,469		

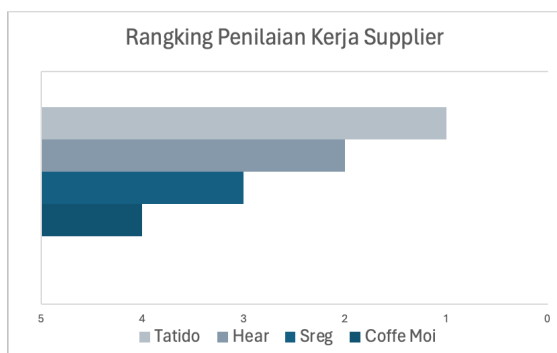
Urutan keempat yaitu kriteria harga dengan nilai 0.357 dan subkriteria diskon/promosi sebagai subkriteria prioritas utama dengan nilai 1.476, posisi kedua yaitu kemudahan pembayaran dengan nilai 1.385 dan posisi ketiga yaitu keterjangkauan dengan nilai 0,828 dan posisi terakhir yaitu negosiasi dengan nilai 0.090.

Urutan terakhir sebagai kriteria prioritas adalah kriteria pengiriman dengan nilai 0.245 dengan subkriteria utama yaitu Waktu Pengiriman dan subkriteria selanjutnya adalah subkriteria Biaya Pengiriman dengan nilai 1.269, posisi kriteria selanjutnya adalah keamanan pengiriman dengan nilai 0.572 dan yang terakhir adalah subkriteria Integritas Pengiriman dengan nilai 0.438.

Penilaian Kinerja Supplier

Tabel 6 Bobot Penilaian Kinerja Supplier

Supplier	Kriteria					Total	Peringkat
	Harga	Kualitas	Pengiriman	Rasa	Pelayanan		
Hear	1,913	1,193	1,712	0,566	1,247	6,631	2
Sreg	0,393	0,436	0,485	0,179	0,299	1,791	3
Coffe Moi	0,310	0,251	0,387	0,115	0,438	1,501	4
Tatido	1,383	2,121	1,416	1,141	2,015	8,077	1



Gambar 5 Rangking Penilaian Kinerja Supplier

Penilaian *Coffee Moi* sebagai *supplier* bahan baku kopi di *Coffee Shop BadBear* di setiap kriteria dan subkriteria memiliki penilaian terkecil dibandingkan dengan *supplier* lainnya. *Coffee Shop BadBear* juga melihat *Coffee Moi* perlu membenahi kekurangan – kekurangan yang dimiliki dan membuat *Coffee Moi* bukan salah satu prioritas utama sebagai pemasok untuk

Coffee BadBear. Di kriteria harga dengan subkriteria keterjangkauan, negosiasi, kemudahan pembayaran, diskon/promosi, kriteria kualitas dengan subkriteria ketahanan, ketetapan, kebersihan dan integritas, kriteria pengiriman dengan subkriteria waktu pengiriman, integritas pengiriman, keamanan pengiriman, biaya pengiriman, kriteria rasa dengan subkriteria aroma dan konsisten rasa dan terakhir yaitu kriteria pelayanan dengan subkriteria responsifitas, ketersediaan stok, *flexibility supply* dan penyelesaian masalah. Hampir semua mendapatkan penilaian paling terkecil, dan hanya dua subkriteria yaitu subkriteria responsifitas dan proaktif (Penyelesaian Masalah) *Coffee Moi* mendapatkan penilaian di posisi ketiga yang artinya dua *supplier* lain masih mengungguli dalam penilaian kriteria dan subkriteria.

Sreg Sebagai *supplier* bahan kopi di *Coffee Shop BadBear* juga memiliki penilaian yang rendah di setiap kriteria dan subkriteria, penilaian yang didapatkan juga tidak terlalu jauh dari *supplier* yang memiliki nilai terendah yaitu *Coffee Moi*. Dua subkriteria yaitu responsifitas dan dan Proaktif (Penyelesaian Masalah) berada di posisi terakhir untuk penilaian *supplier* Sreg. Kondisi ini memang dirasakan oleh *Coffee Shop BadBear* apabila dibandingkan dengan *supplier*. Ini membuktikan bahwa Sreg sebagai salah satu *supplier* di *Coffee Shop BadBear* untuk mampu memperbaiki setiap kekurangan.

Hear memiliki penilaian yang cukup baik sebagai *supplier* dengan peringkat kedua terbaik. Hear unggul atas Tatido dalam beberapa subkriteria yaitu subkriteria Negosiasi, Kemudahan Pembayaran, Waktu Pengiriman, Integritas Pengiriman, Biaya Pengiriman. Namun di kriteria dan subkriteria lainnya, Hear kalah unggul. Dalam hal ini hear selalu menjadi salah satu opsi terbaik untuk *Coffee Shop BadBear* dan sering melakukan pemesanan langsung ke Hear.

Penilaian Tatido sebagai *supplier* bahan baku kopi di *Coffee Shop BadBear* paling unggul diantara *supplier* bahan baku kopi lainnya. Tetapi Martido masih memiliki beberapa penilaian terhadap kriteria dan subkriteria yang harus dimaksimalkan. Dalam beberapa subkriteria seperti Negosiasi, Kemudahan Pembayaran, Diskon/Promosi, Waktu Pengiriman, Integritas Pengiriman, Biaya pengiriman, kalah unggul dengan Hear. Tidak dipungkiri, *Coffee Shop BadBear* menganggap Tatido menjadi salah satu *supplier* untuk *Coffee Shop* di Batam. Semua penilaian kriteria dan subkriteria yang dilakukan dalam penelitian ini terhadap Tatido memang benar adanya dan *BadBear Coffee Shop* selalu puas dengan semua kriteria yang dimiliki Tatido.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembobotan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* diketahui bahwa kriteria utama pada penelitian *supplier* bahan baku kopi di *Coffee Shop BadBear* adalah kriteria kualitas dengan nilai bobot prioritas yaitu 0.446, berdasarkan analisa bobot prioritas kriteria kualitas mempresentasikan sekitar 45% keputusan pemilihan *supplier*, kemudian disusul oleh pelayanan dengan nilai bobot prioritas 0,264, yang mempresentasikan sekitar 26% dari hasil keputusan, posisi ketiga yaitu kriteria rasa dengan nilai bobot prioritas 0,171 mempresentasikan 17 persen dari hasil keputusan, yang keempat yaitu kriteria harga dengan nilai bobot prioritas 0,070 mempresentasikan 7 persen dari hasil keputusan pemilihan *supplier* dan yang terakhir adalah pengiriman dengan nilai bobot prioritas yaitu 0.048 mempresentasikan 5 persen dari hasil penilaian keputusan pemilihan *supplier* bahan baku kopi di *Coffee Shop BadBear*.

Kemudian diperoleh hasil untuk *supplier* utama dari hasil penilaian yang dilakukan yaitu Tatido dengan nilai total 8,077, di posisi kedua yaitu Hear dengan nilai total 6,631, kemudian disusul oleh Sreg

dengan nilai total 1.501, dan yang terakhir adalah *Coffee Moi* dengan nilai total 1,791.

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini didapatkan evaluasi yaitu bahwa *Coffee Moi* dan Sreg sebagai dua *supplier* dengan penilaian terendah harus memaksimalkan kinerja berdasarkan semua kriteria dan subkriteria yang dinilai agar mampu bersaing sebagai sesama *supplier* bahan baku kopi. Hear dan Tatido sebagai dua *supplier* teratas dalam penelitian menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* ini juga harus terus memaksimalkan kinerjanya dalam setiap kriteria dan subkriteria terutama dalam beberapa penilaian kriteria dan subkriteria yang masih kurang maksimal agar dapat terus bersaing sebagai *supplier* bahan baku kopi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Bambang Hendrawan, dosen pembimbing utama, serta seluruh dosen dan staf administrasi di Jurusan Manajemen Bisnis. Saya juga berterima kasih mama dan kakak-kakak saya yang telah memberikan doa, dukungan moralnya selama ini. Kemudian teman-teman saya Rizka, Adri, Fatimah, Cantika, Saipul, Rizky. Selain itu, saya juga berterima kasih kepada *Coffee Shop Badbear* dan seluruh stafnya atas kesempatan yang diberikan untuk meneliti di perusahaan tersebut. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Harapannya, skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan memberikan kontribusi positif untuk kemajuan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Primer

Boyke, J., Jawak, W., Janwar, C., & Sinaga, S. (2019). APLIKASI ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DALAM MEMILIH PEMASOK PADA

- KSU POM HUMBANG COOPERATIVE. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 19(2).
- Hr, P., Empat, C. S., Surahman, B., Ak, M., & Winarti, W. (n.d.). "ANALISIS PENGARUH CITA RASA TERHADAP KEPUASAN.
- Ida Wibowati, J. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT MUARAKATI BARU SATU PALEMBANG*.
- Musyawah, I. Y., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mamuju, M. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM PADA TOKO RUMAH JAHIT AKHWAT (RJA) DI KABUPATEN MAMUJU. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1).
- Niken Ranindyasa, A., Pudjo Santosa, H., Setyabudi, D., Ulfa, N., Studi, P. S., & Komunikasi, I. (n.d.). *PEMAKNAAN KONSUMSI KOPI DI KEDAI KOPI INDEPENDEN BAGI KONSUMEN ANAK MUDA*.
- Noviani, D., Lasalewo, T., & Lahay, H. (2021). Pengukuran Kinerja Supplier Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) di PT. Harvest Gorontalo Indonesia. *JAMBURA INDUSTRIAL REVIEW Dwi Noviani Dkk*, 1(2), 2021. <https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.83-93>
- Nugroho, R. E., & Iskandar, M. S. (2020). Application of AHP for Supplier Selection in Construction Companies. *Saudi Journal of Engineering and Technology*, 05(04), 179-186. <https://doi.org/10.36348/sjet.2020.v05i04.008>
- Paramita, K. D., Nadra, N. M., Winia, I. N., Mudana, G., Roro, R., & Anggraheni, R. (n.d.). *Selecting Green Supplier for Perishable Raw Materials using AHP Method at Nunia Boutique Villa Seminyak*. <https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/injogt>
- Purnama Dewi, D., & Salam, A. (2020). PROSEDUR ADMINISTRASI JASA PENGIRIMAN BARANG DI PT CITRA VAN TITIPAN KILAT TANGERANG. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* |, 7(1).
- Rachman STMIK Nusa Mandiri Jakarta Jl Damai No, R., & Minggu Jakarta Selatan, P. (2019). Penerapan Metode AHP Untuk Menentukan Kualitas Pakaian Jadi di Industri Garment. *JURNAL INFORMATIKA*, 6(1), 1-8. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/article/view/4389>
- Rahmiati, F., Yani, M., & Andianto, J. (2021). Ceramic supplier selection using analytical hierarchy process method. *International Journal of Industrial Optimization*, 2(2), 113-124.
- Rms, A. S., & Purba, J. (2018). PENENTUAN KARYAWAN LEMBUR DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP). In *Jurnal Inkofar* * (Vol. 1, Issue 2). Online.
- Saputra, M. I. H., & Nugraha, N. (2020). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN DENGAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) (STUDI KASUS: PENENTUAN INTERNET SERVICE PROVIDER DI LINGKUNGAN JARINGAN RUMAH). *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 25(3), 199-212. <https://doi.org/10.35760/tr.2020.v25i3.3422>
- Sudradjat, A., Sodikin, M., & Komarudin, I. (2020). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Terhadap Pemilihan Merek CCTV. In *Jurnal* (Vol. 2, Issue 1).

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech>

Pendukung Keputusan (1st ed., Vol. 1).

Pribadi, D., Saputra, R. A., Hudin, J. M., & Gunawan, G. (2020). *Sistem*