

Implementasi Konsep RFM dan Fuzzy SWOT untuk Mensegmentasi Pemasok dan Memulai Supplier Development = Implementation of RFM Concept and Fuzzy SWOT for Supplier Segmentation and Kickstarting Supplier Development

Alifarel Virya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526116&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan rantai pasok global telah membuka peluang hubungan yang luas antara perusahaan manufaktur dengan pemasok. Bertambahnya pemasok harus didampingi dengan program manajemen pemasok dalam rupa *supplier Relationship Management* (SRM). Salah satu program SRM adalah pengembangan pemasok atau *supplier development* yang bertujuan untuk membawa keunggulan bagi pihak perusahaan pembeli dan pemasok. Untuk memulai *supplier development*, perusahaan pembeli harus terlebih dahulu menilai performa dan mensegmentasi pemasok. Sebuah perusahaan pengolahan bahan pangan kakao ingin menerapkan *supplier development* kepada jaringan pemasok mereka yang terdiri atas 552 pemasok. Akan tetapi perusahaan tidak memiliki data riwayat performa pemasok dan menilai pemasok secara satu per satu membutuhkan usaha dan waktu yang lebih banyak. Penelitian ini mencoba untuk mempermudah proses awal *supplier development* dengan mensegmentasi pemasok menggunakan konsep *recency*, *frequency*, *monetary* (RFM) dan menilai segmen tersebut menggunakan *fuzzy* SWOT. Segmentasi pemasok dilakukan dengan menggunakan algoritma K-Means terhadap nilai RFM sehingga menghasilkan empat segmen pemasok. Segmen tersebut kemudian dinilai dengan metode *fuzzy* SWOT yang terdiri atas penilaian kriteria internal berupa nilai RFM dan penilaian kriteria eksternal yang terdiri tiga kriteria kualitatif. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah diketahui segmen 1 dan 2 sebagai segmen terbaik dan kedua terbaik berdasarkan kriteria internal dan eksternal model *fuzzy* SWOT. Segmen 1 dan 2 disarankan untuk diterapkan *strategic alliance* sebagai program *supplier development* dalam bentuk hak kontrak pemasok eksklusif, pertukaran informasi teknologi, pengadaan *vendor managed inventori* (VMI), dan pembuatan saluran komunikasi sigap. Segmen 3 dinilai sebagai segmen ketiga terbaik dan disarankan untuk menjalankan transaksi secara *arm's length transaction*. Identifikasi pemasok dan pasokan *bottleneck* juga disarankan pada segmen 3. Segmen 4 dinilai sebagai segmen pemasok lampau dan disarankan untuk menjalankan transaksi layaknya pemasok baru dengan melakukan komparasi layanan.

.....The development of global supply chains has opened up opportunities for extensive relationships between manufacturing companies and suppliers. The increase in suppliers must be accompanied by supplier management programs in the form of Supplier Relationship Management (SRM). Among the SRM programs is supplier development, which aims to bring advantages to both the buying company and the supplier. To start supplier development, the buying company must first assess the performance and segment the suppliers. A cocoa food processing company wants to apply supplier development to their supplier network of 552 suppliers. However, the company did not have any historical supplier performance data and assessing suppliers one by one would take a lot of time and effort. This research attempts to ease the initial

supplier development process by segmenting suppliers using the concept of recency, frequency, monetary (RFM) and assessing the segments using fuzzy SWOT. Supplier segmentation is performed using the K-Means algorithm based on RFM values, resulting in four supplier segments. The segments are then assessed using the fuzzy SWOT method which consists of an internal criteria assessment in the form of RFM values and an external criteria assessment consisting of three qualitative criteria. The results of the research conducted are known to be segments 1 and 2 as the best and second best segments based on internal and external criteria of the SWOT fuzzy model. Segments 1 and 2 are recommended to be implemented with a strategic alliance as a supplier development program in the form of exclusive supplier contract rights, exchange of technological information, the creation of vendor managed inventory (VMI), and the creation of an instant communication channel. Segment 3 was rated as the third best segment and was advised to conduct an arm's length transaction. Supplier and bottleneck supply identification is also recommended in segment 3. Segment 4 is rated as the lapsed supplier segment and is recommended to execute transactions as if it were a new supplier by conducting service comparisons.