

Perancangan strategi supplier relationship management pada Perusahaan Susu di Indonesia = Designing supplier relationship management strategy at milk based company in Indonesia

Yudhinta Dwimar Dhanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20422307&lokasi=lokal>

Abstrak

Masyarakat Indonesia merupakan pengonsumsi susu terendah di Asia Tenggara. Dengan peluang pasar ini, perusahaan susu di Indonesia perlu meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lain dan salah satu caranya adalah pengelolaan hubungan dan pengembangan supplier yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang strategi hubungan dan pengembangan supplier yang melihat dari segmen supplier serta prioritas dari sub-variabel Capability maupun Willingness. Dalam penelitian ini, digunakan metode Delphi untuk memilih variabel dengan memberikan kuesioner kepada 4 orang Expert, lalu digunakan Best Worst Method (BWM) dengan bantuan 3 Expert untuk mencari bobot dari masing-masing sub-variabel hingga pada akhirnya dilakukan segmentasi supplier. Dari segmentasi supplier didapatkan bahwa terdapat delapan supplier dengan nilai Capability serta Willingness yang tinggi, satu supplier yang memiliki nilai Capability tinggi namun Willingness rendah, dan terdapat empat supplier yang memiliki nilai Capability rendah namun Willingness tinggi. Strategi untuk masing-masing supplier dibuat dalam matriks strategi supplier.

Indonesia's milk consumption level is the lowest in Southeast Asia. With this market opportunity, milk based companies in Indonesia need to have competitive advantage and one of the options is to have good management of supplier's relationship and development. The aim of this research is to design supplier's relationship and development strategies that focus on supplier's segment and priority of Capability and Willingness sub-variabel. In this research, Delphi Method was used to obtain variables by giving out questionnaires to 4 Experts, then Best Worst Method was used with the help of 3 Experts to find weight of each sub-variabel and to segment suppliers. From supplier segmentation, there are 8 supplier which have high Capability and Willingness, 1 supplier has high Capability and low Willingness, and 4 suppliers which have low Capability and high Willingness. The strategy for each supplier then was made by using strategy matrix.