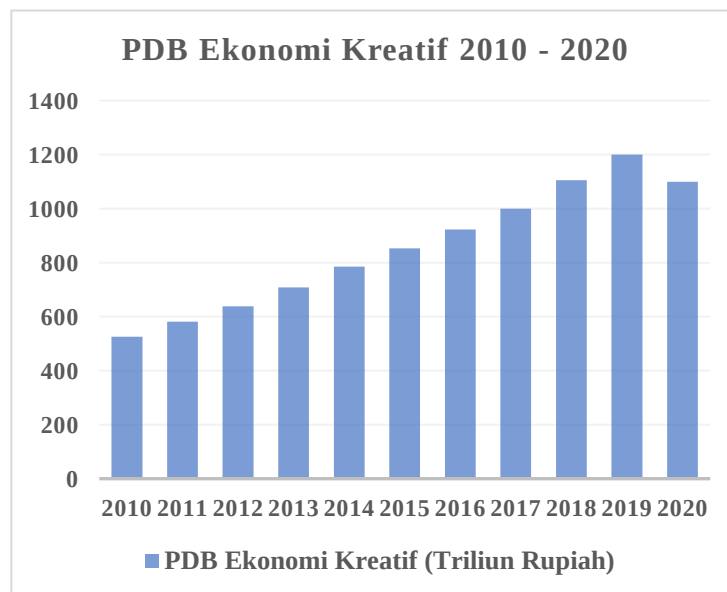


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam sektor ekonomi kreatif terus meningkat seiring meningkatnya animo masyarakat dalam membeli sebuah produk. Hal ini membuat sektor ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena menyumbang kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional. Berdasarkan statistik ekonomi kreatif 2020, perkembangan PDB dalam sektor ekonomi kreatif meningkat mulai dari tahun 2010 hingga 2020. Pada Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif (Ekraf) tahun 2016 sudah mencapai Rp922,59 triliun. PDB ini pada tahun 2017 sudah melampaui Rp1000 triliun, dan meningkat menjadi Rp1.105 triliun pada 2018. Pada 2020, kontribusi sektor ekonomi kreatif mencapai Rp1.100 triliun. Berdasarkan dari 17 sub sektor dalam ekonomi kreatif, 3 sub sektor telah mencatatkan sebagai penyumbang PDB terbesar yaitu kuliner, fashion dan kriya.

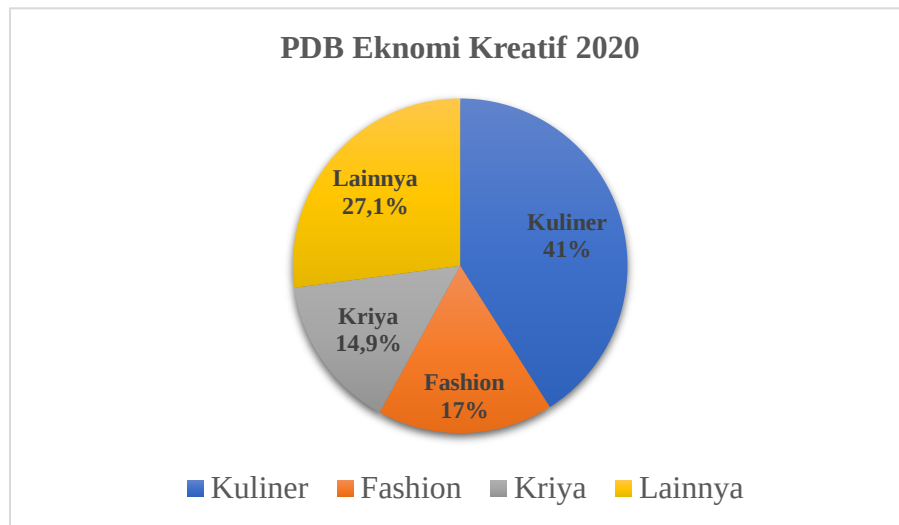


Gambar 1.1

PDB Ekonomi Kreatif 2010 – 2020

Sumber: Statistik Ekonomi Kreatif 2020

Industri fashion yang merupakan salah satu pilar dalam sektor ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena menyumbang kontribusi yang besar terhadap angka dalam persentase Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan laporan Focus Economy Outlook 2020, total nilai PDB ekonomi kreatif pada tahun 2020 adalah Rp 1.100 triliun, dengan kontributor terbesar berasal dari sektor kuliner, fashion, dan kriya.



Gambar 1.2

Produk Domestik Bruto menurut Subsektor Ekonomi Kreatif tahun 2020

Sumber: Focus Economy Outlook 2020

Dilihat dari presentasinya, grafik di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2020, sektor fashion menempati posisi terbesar kedua dan telah menyumbang PDB ekonomi kreatif sebesar 17 persen. Hal ini berarti bahwa sektor fashion telah memberikan nilai kontribusi terhadap PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 18,7 Triliun. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan sub sektor *fashion* yang terus meningkat juga memberikan dampak peningkatan pada animo masyarakat dalam memilih *fashion* yang diinginkan, baik dalam memilih jenis baju, celana, hijab dan lain sebagainya. Hal ini membuat perusahaan harus memiliki strategi khusus dalam menarik konsumen potensial untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan. Ini menuntut perusahaan untuk merancang model *fashion* yang lebih kreatif serta inovatif agar tidak tenggelam dalam ketatnya persaingan bisnis *fashion*.

Perkembangan sektor *fashion* di Indonesia saat ini semakin maju dan berkembang. Kondisi tersebut semakin berkembang karena kesadaran masyarakat akan *fashion* yang semakin mengarah kepada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa kebutuhan *fashion* saat ini tidak hanya untuk menutup tubuh tetapi sebagai bentuk gaya hidup masyarakat. Kebutuhan dan ketertarikan yang tinggi di Masyarakat dalam dunia *fashion* membuat *fashion* semakin berkembang begitupun dengan sektor *fashion* muslim di Indonesia, hal tersebut dikarenakan penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam.

Berdasarkan dari The State of Global Islamic Economy Report 2020-2021, dalam perkembangan sektor *fashion* muslim, Indonesia berhasil masuk menjadi peringkat ketiga sebagai negara yang mengembangkan *fashion* muslim terbaik dunia setelah Uni Emirat Arab dan Turki. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan sektor *fashion* di Indonesia mengalami perkembangan yang baik untuk kedepannya.

Dalam industri *fashion* muslim di Indonesia yang semakin berkembang, membuat industri tersebut menjadi sebuah peluang usaha yang baik bagi Byemi *Official Store*. Byemi *Official Store* merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* muslim di Pucangan Kel. Kertajaya Kec. Gubeng Kota Surabaya yang memproduksi dan menjual produk hijab dan baju muslim untuk kalangan anak muda khususnya perempuan dengan produk hijab sebagai salah satu produk utamanya. Usaha *fashion* muslim ini menawarkan sebuah produk yang diproduksi sendiri dengan kualitas *premium* tetapi memiliki harga yang bersahabat.

Sebagai salah satu usaha *fashion* muslim yang bersaing dengan banyaknya usaha *fashion* muslim yang ada, sehingga Byemi *Official Store* memerlukan dan memiliki berbagai pendekatan untuk melakukan strategi bisnisnya. Salah satunya yang menjadi persaingan dalam setiap usaha *fashion* muslim yaitu memiliki kemampuan memberikan harga produk yang dapat bersaing dengan pesaing tetapi memiliki *premium quality*. Dalam memberikan harga produk yang dapat bersaing kepada para konsumen, maka usaha *fashion* muslim harus mengurangi beberapa biaya dalam proses produksi produk. Contohnya biaya yang dapat dikurangi tersebut adalah harga bahan produk yang dijual oleh *supplier*, biaya pemesanan serta

pengiriman, serta hal hal lainnya. Sehingga perihal tersebut membuat proses pemilihan *supplier* yang tepat merupakan hal yang penting untuk dilakukan dalam sebuah proses bisnis.

Untuk mencapai *premium quality* dalam kualitas produk itu akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan *supplier* dalam proses menyediakan bahan baku roll kain yang tepat. Oleh karena itu akan mempengaruhi terhadap kualitas, persediaan, dan berbagai aspek lain dari produk hijab yang akan dijual di *marketplace* maupun ke *reseller*. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan terhadap kemampuan *supplier* dalam memenuhi hal tersebut. Terdapat beberapa faktor yang terkait dalam kemampuan *supplier* memenuhi kebutuhan operasional, seperti kemampuan dalam menyediakan roll kain tepat waktu, memiliki kualitas kain yang selalu konsisten serta memiliki harga yang kompetitif. Pemilihan *supplier* ini merupakan sebuah kegiatan yang penting karena *supplier* tersebut akan memasok salah satu bahan baku utama dari salah satu produk yang ditawarkan oleh Byemi *Official Store* yaitu Hijab, serta menurut pihak Byemi *Official Store* ingin memiliki sebuah kerja sama yang jangka panjang dengan *supplier* untuk mempertahankan kualitas produk, *lead time*, serta dapat melakukan efisiensi biaya produksi.

Dalam memenuhi kebutuhan akan ketersediaan kain dalam proses produksi, Byemi *Official Store* memiliki beberapa *supplier* yang sudah dipercaya menjadi *partner* dalam lini bisnisnya selama ini. Terdapat 4 *supplier* yang dijadikan *partner* bisnis, yaitu UD. Indah Textile, CV. Ardjuna, Multi Kain dan Nima Fabrics. Pemilihan *supplier* ini hanya berdasarkan dengan track record dan beberapa kriteria tidak terstruktur yaitu *supplier* yang dapat menyediakan paling cepat serta sesuai spesifikasi yang sesuai oleh pemilik Byemi *Official Store* kepada para *supplier*. Pemilik Byemi *Official Store* sebagai pengambil keputusan juga memilih berdasarkan *record* kerja *supplier* yang selama ini berjalan. Menurut pemilik Byemi *Official Store*, selama bekerja sama dengan *supplier* terdapat beberapa permasalahan yang beberapa kali terjadi. Permasalahan yang paling sering dihadapi oleh Byemi *Official Store* dengan *supplier* yaitu adanya kualitas kain yang tidak sesuai dengan yang diinginkan seperti terdapat kecacatan kain yang dapat merusak kualitas hijab serta mengurangi jumlah produksi itu sendiri. Dalam satu kali

produksi, akan terjadi kecacatan produksi sebanyak 10% dari kecacatan kain dan 5% dari human error. Permasalahan kedua yaitu *supplier* terlambat mengirimkan pesanan roll kain sehingga dapat memungkinkan terjadinya produk yang *out of stock product* selama terjadinya wabah *COVID 19*. Dalam satu kali proses pembelian, terdapat proses pengemasan untuk pengiriman yang cukup lama yaitu dalam tempo 5-7 hari kerja belum termasuk proses lamanya pengiriman dari ekspedisi. Dampak permasalahan ini yang terjadi menyebabkan konsumen maupun *reseller* tidak jadi memesan produk yang diinginkan dan membuat beralih ke produk pesaing dengan tingkat gagal order yang diakibatkan oleh permasalahan tersebut sebesar 10% dari jumlah transaksi sebanyak 150 transaksi dalam sebulan. Kegiatan operasional tersebut membuat terjadinya sebuah hubungan antara *supplier* dan Byemi yang bisa dinamakan dengan *Supply Chain Management (SCM)*.

Kegiatan *SCM* dalam sebuah bisnis diharapkan untuk membuat sebuah keberlanjutan yang efektif, sehingga dalam mengintegrasikan dimensi keberlanjutan yang efektif ke dalam *supply chain*, industri perlu memperoleh dukungan dan kerja sama dari semua mitra *supply chain* dari hulu dan hilir (Amindoust et al. 2012; Roy et al. 2019). Hal tersebut dapat menegaskan bahwa peran hulu dan hilir dalam rantai *supply chain* sangat penting. *Supplier* adalah mitra hulu dan dapat berkontribusi secara signifikan untuk pencapaian tujuan keberlanjutan dalam industri (Khan Mohammadi et al. 2018). Oleh karena itu, pemilihan *supplier* yang berkelanjutan merupakan keputusan strategis untuk industri (Ghadimi et al. 2019).

Pemilihan *supplier* merupakan suatu permasalahan *Multiple Criteria Decision Making (MCDM)* yang melibatkan beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan (A.E. Cengiz et. Al. 2017). Fungsi dari *Multiple Criteria Decision Making (MCDM)* adalah melakukan penilaian dari berbagai kriteria yang didalamnya terdapat beberapa metode untuk membantu melakukan pembobotan serta penilaian dari setiap kriteria yang ada, sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan *supplier* yang tepat merupakan suatu masalah yang kompleks karena setiap *supplier* memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Apabila pelaku usaha telah menentukan kriteria yang diinginkan maka pelaku usaha dapat dengan tepat sesuai dengan apa yang diinginkan dalam memilih *supplier*. Jika kriteria yang

diinginkan ternyata lebih dari satu, maka dalam proses pengambilan keputusan memilih *supplier* dibutuhkan penilaian yang mendalam untuk melihat seberapa penting pengaruh masing-masing kriteria.

Supplier sebagai mitra hulu dari *Byemi Official Store* memainkan peran penting untuk membangun keberlanjutan dalam *supply chain* produk hijab yang di produksi. Dalam melakukan evaluasi yang tepat dari kinerja *supplier* dari *Byemi Official Store*, penggunaan metode *Multi-Criteria Decision Making* (MCDM) akan diperlukan. Ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja *supplier* dari *Byemi Official Store* melalui metode fuzzy MCDM. Selanjutnya, hasilnya dibandingkan dan digunakan untuk melakukan pemilihan terhadap *supplier* untuk industri *fashion* Muslim dari *Byemi Official Store*.

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode *Fuzzy Analytic Hierarchy Process* (FAHP) dan *Fuzzy Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* (FTOPSIS) yang digunakan untuk lingkungan MCDM. Metode ini berguna dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan *fuzzy AHP* sebagai penentuan bobot dari kriteria yang ditentukan dan metode *fuzzy TOPSIS* sebagai penentuan peringkat alternatif yang akan dipilih. Menurut Juliyanti, dkk (2011), Kombinasi metode *AHP* dan *TOPSIS* dipilih dengan metode *AHP* memiliki kelebihan berdasar pada matriks perbandingan pasangan dan melakukan analisis konsistensi. Sedangkan metode *TOPSIS* dapat menyelesaikan pengambilan keputusan secara praktis, karena konsepnya sederhana dan mudah dipahami, komputasinya efisien, serta memiliki kemampuan mengukur kinerja dari alternatif-alternatif keputusan. Dalam hasil kombinasi *AHP* dan *TOPSIS* masih ada kebiasaan sehingga *Fuzzy* membantu menghilangkan kebiasaan dalam hasil penelitian. Sehingga penggunaan Metode *Fuzzy AHP* digunakan untuk menentukan bobot setiap kriteria berdasarkan perbandingan antar masing-masing kriteria yang ada menggunakan bilangan *Triangular Fuzzy*, sedangkan metode *Fuzzy TOPSIS* digunakan untuk menentukan peringkat *supplier* yang menjadi alternatif berdasarkan nilai bobot yang dihasilkan dari metode *Fuzzy AHP* dan penilaian terhadap setiap kriteria pada masing-masing alternatif *supplier* yang direpresentasikan dengan bilangan *Triangular Fuzzy*.

Dengan menggunakan metode *Fuzzy Multi-Criteria Decision Making* (MCDM) khususnya Fuzzy AHP dan Fuzzy TOPSIS, maka diharapkan Byemi *Official Store* dapat memilih *supplier* yang tepat dan akurat untuk proses produksi dalam jangka panjang dengan mempertimbangkan hasil keterkaitan antar kriteria *Vendor Performance Indicator* (VPI). *Supplier* yang terbaik akan terpilih pada penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan pertimbangan dari Byemi *Official Store* untuk bekerja sama dengan baik dalam jangka panjang agar meningkatkan penjualan, kepuasan serta hasil kualitas produk dari Byemi *Official Store*.

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul : **“Analisis Pemilihan *Supplier* kain Byemi *Official Store* dengan Metode *Fuzzy AHP* dan *Fuzzy TOPSIS*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian yang dijelaskan pada latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana menentukan *cluster* dan kriteria kinerja *supplier* pada Byemi *Official Store* yang dihasilkan berdasarkan pendekatan *Vendor Performance Indicator*?
2. Bagaimana menentukan pemilihan *supplier* roll kain yang tepat dengan metode *fuzzy AHP* dan *Fuzzy TOPSIS* pada Byemi *Official Store*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menentukan *cluster* dan kriteria kinerja *supplier* pada Byemi *Official Store* yang dihasilkan berdasarkan pendekatan *Vendor Performance Indicator*.
2. Menentukan pemilihan *supplier* roll kain yang tepat dengan menggunakan kombinasi metode *fuzzy AHP* dan *Fuzzy TOPSIS* pada Byemi *Official Store*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penulis

Hal ini untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai teori yang terkait dalam penelitian ini, dapat menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan, serta dapat menerapkan pada permasalahan yang ada pada *Byemi Official Store*.

2. *Byemi Official Store*

Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih *supplier* roll kain yang terbaik dan menjadi solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh *Byemi Official Store* yang berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

3. Masyarakat dan Pembaca

Apabila ada permasalahan sama dan sedang dihadapi oleh masyarakat serta pembaca diharapkan dapat berbagi ilmu pengetahuan. Selain itu, untuk berbagi pengalaman dalam melakukan penelitian, dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian pada masa mendatang..

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dibagi ke dalam lima bab yang disusun secara sistematis, sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam penulisan bab ini terdiri dari latar belakang yang mendorong penulis melakukan penelitian ini. Selain itu ada rumusan masalah yang memberikan gambaran mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini serta tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika dari laporan penelitian ini.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori, dimana pada landasan teori menjelaskan secara spesifik tentang analisis masalah yaitu teori industri

fashion, teori industri *fashion muslim*, *supply chain management*, *sustainable supplier Selection Criteria*, *Vendor Performance Indicator*, *fuzzy AHP* dan *Fuzzy TOPSIS*. Hal yang mendasari penelitian yang dilakukan agar dapat memudahkan dalam memahami isi dari penelitian. Dalam penelitian terdahulu yang berisikan konsep-konsep serta terkait teori pada landasan teori dan terakhir terdapat *Research Question* dilanjutkan dengan kerangka berpikir agar dapat membantu para pembaca untuk memahami dari penelitian ini

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Dalam penulisan bab ini terdapat Metodologi Penelitian dimana berisikan tentang pendekatan penelitian, cakupan penelitian, sumber daya yang digunakan, prosedur pengumpulan data, analisis data serta tahapan penelitian yang harus dilakukan. Dengan metodologi penelitian ini berfokus mengenai cara peneliti melakukan tahapan tahapan penelitian untuk melakukan mengolah data.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penulisan bab ini menjelaskan secara singkat tentang sejarah dan profil dari *Byemi Official Store*. Selain itu bab ini berisikan mengenai data - data yang dihasilkan dari pengamatan di lapangan, hasil wawancara dengan pihak terkait, dan hasil analisis yang dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam penulisan bab ini berisikan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis. Hal ini berdasarkan pembahasan yang sesuai dengan teori-teori dan pemberian saran oleh penulis mengenai permasalahan yang dihadapi dari objek penelitian tersebut.