

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri konveksi merupakan salah satu sektor industri yang bergerak dalam proses pembuatan pakaian maupun tekstil dengan cara menjahit bahan-bahan menjadi produk jadi seperti pakaian, jaket, kaos, celana, dan produk tekstil lainnya. Industri ini mempunyai peran penting dalam perekonomian, terutama di negara-negara berkembang, karena memberikan banyak lapangan pekerjaan dan mendukung sektor ekonomi kreatif. Industri konveksi mempunyai karakteristik proses produksi yang relatif sederhana dibandingkan dengan industri tekstil lainnya. Proses produksinya meliputi *desain*, pemotongan bahan, dan proses penjahitan hingga menghasilkan produk akhir. Produk dimana dihasilkan oleh industri konveksi mempunyai rentang yang luas, mulai dari produk massal dimana diproduksi dalam jumlah besar, hingga produk dengan *desain* khusus dimana diproduksi dalam jumlah terbatas.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, industri konveksi mengalami transformasi. dengan adanya permintaan yang terus berkembang, baik untuk kebutuhan pasar domestik maupun internasional, industri ini harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar yang cepat berubah sehingga persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dengan seiringnya waktu.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) sektor tekstil dan pakaian jadi pada triwulan I tahun 2023 tercatat senilai Rp34,58 triliun. Angka itu lebih rendah dibandingkan periode yang sama tahun lalu yang senilai Rp34,61 triliun. Sejak triwulan IV

tahun 2021 hingga triwulan IV tahun 2022, sektor tekstil terus tumbuh. Namun mulai triwulan III tahun 2022, pertumbuhannya mulai melambat dan pada triwulan I tahun 2023 mulai menurun.

Kinerja Industri Tekstil RI per Kuartal



Gambar 1.1 Kinerja Industri Tekstil RI per Kuartal
Sumber : Badan Pusat Statistik 2023

Berdasarkan grafik tersebut, kontribusi PDB industri tekstil dan produk tekstil (TPT) terhadap PDB nasional turun menjadi 1,01 persen pada triwulan yang sama tahun ini dari 1,10 persen pada triwulan I 2022. Selain itu, pada Mei 2023, utilisasi industri tekstil turun menjadi 67,59 persen. Begitu pula dengan sektor sandang yang mengalami penurunan utilisasi menjadi 74,79 persen. Lebih lanjut, perlambatan sektor ini terlihat dari menurunnya kinerja ekspor industri tekstil Indonesia di awal tahun ini. BPS mencatat, sektor tekstil mengekspor 380,4 ribu ton pada triwulan I 2023 maupun turun 14,98 persen dari periode yang sama tahun 2022. Nilai ekspor itu turun 25,44 persen menjadi USD 934,6 juta pada periode tersebut.

Purchasing Managers' Index (PMI) manufaktur Indonesia Agustus 2023 versi S&P Global naik 0,6 poin menjadi 53,9 dari bulan sebelumnya yang senilai 53,3. Kendati demikian, perusahaan TPT masih berkontraksi

meski sektor manufaktur nasional sedang dalam kondisi ekspansi. Dalam survei IKI Juni 2023, TPT bahkan menjadi satu dari tiga subsektor manufaktur yang mengalami penurunan. Dengan demikian, bisa dikatakan membanjirnya barang impor, khususnya yang masuk melalui PLB (Pusat Logistik Berikat), menjadi penyebab sektor tekstil masih bermasalah.

Sehingga di dalam sebuah usaha konveksi salah satu hal yang bisa menunjang kualitas hasil produksi agar mempunyai daya saing dan jual yang tinggi sehingga di perlukan adanya *supplier* bahan baku yang berkualitas. Dalam hal penyediaan bahan baku utama dimana diperlukan untuk pembuatan pakaian dan barang tekstil lainnya, *supplier* memegang peranan penting. Tanpa *supplier* yang bisa dipercaya dan berkualitas tinggi, perusahaan konveksi akan kesulitan menjaga kualitas produk, memenuhi permintaan konsumen, dan meningkatkan efektivitas operasional. Selain menyediakan bahan baku, *supplier* dalam industri konveksi ialah mitra yang mempunyai kekuatan untuk memengaruhi efektivitas produksi, kualitas produk, dan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, agar perusahaan konveksi berhasil dan bertahan lama, memilih *supplier* yang tepat dan menjaga hubungan yang positif dengan *supplier* sangatlah penting.

Dalam hal ini perusahaan perlu untuk bisa menjalin kerjasama dengan *supplier* guna melanjutkan aktivitas produksi. Adriantantri, E., Basuki, D.W.L., & Nurcahyo, (2020) *Supplier* merupakan mitra perusahaan yang mempunyai peranan sangat penting dalam berlangsungnya sebuah aktifitas perusahaan. Sehingga perlu dilaksanakan beberapa spesifikasi dalam pemilihan *supplier* guna mendapatkan hasil yang terbaik bagi perusahaan.

CV. Cipta Sandang Permana (*Eight Apparel*) merupakan perusahaan konveksi yang hanya memproduksi bermacam-macam pakaian mulai dari kaos, jersey, jaket, PDH, dll dengan sistem sablon (*press*) maupun bordir. *Eight Apparel* bersifat *Make To Order (MTO)* karena *Eight Apparel* berproduksi jika menerima pesanan dari konsumen mulai dari skala kecil hingga skala besar. Dalam proses produksi pakaian kaos jersey memerlukan beberapa bahan yakni kain jenis katun maupun kain satin, benang jahit dan tinta sablon untuk proses penyablonan. Bahan baku yang sering dipergunakan ialah kain katun karena bahan katun mempunyai kekuatan pada saat dipergunakan dan bahannya lebih halus dan dingin.

Pada proses pembuatan kaos jersey terdapat beberapa proses produksi yakni mulai dari pemotongan selebar kain yang akan kemudian proses itu selesai maka proses selanjutnya ialah penyablonan maupun bisa juga dengan mempergunakan sistem *printing* yakni kain yang sudah disiapkan selanjutnya akan di masukkan ke dalam sebuah alat *printing*, sesudah selesai proses itu maka proses selanjutnya ialah penjahitan, hasil kain yang sudah di *printing* kemudian dijahit berdasarkan desain maupun pola sejalan dengan pengemasan, kemudian baru setelah itu proses pemasangan kancing dan saku menyesuaikan pola dari pesanan dan kemudian proses yang terakhir ialah proses pengepresan dan pengemasan (*packing*) pakaian dengan mempergunakan plastik dan setelah itu pakaian tersebut siap untuk dikirimkan ke konsumen.

Tabel 1. 1 Hasil Penjualan Konveksi Eight Apparel



Sumber : Data triwulan I dan II *Eight Apparel*

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat hasil produksi konveksi *Eight apparel* mulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2024 mengalami tren yang sangat signifikan, terlihat dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni terdapat pesanan lebih dari 3000 pcs kaos. Dengan adanya pesanan itu perusahaan perlu membangun komunikasi yang baik antara para *supplier* sehingga bisa mempertahankan hasil produksi yang maksimal. *Eight Apparel* sendiri mempunyai beberapa *supplier* dalam memilih bahan kain yang nantinya akan dipergunakan untuk proses produksi antara lain ada CV. Nur hidayah, CV. Sapapa, CV. Anuegarah Alam, CV. Rejeki Abadi dan CV. Bintang Fabric Sejahtera, semua *supplier* itu sudah pernah bekerja sama dan memberikan penawaran yang baik mulai dari harga yang berbeda untuk setiap meter kain yang akan dipergunakan, Namun demikian, berdasarkan harapannya, perusahaan itu tetap memilih *supplier* yang bisa menyediakan layanan tepat waktu dan berkualitas tinggi.

Supplier yang bertransaksi dengan *Eight Apparel* sering kali menghadapi

sejumlah masalah, karena masalah berasal dari sumber *internal* dan juga *eksternal* yang biasanya terjadi dalam perusahaan. Oleh karena itu, penulis menerima informasi dari *Eight Apparel* tentang masalah yang timbul dari *supplier* bahan baku kain. Informasi di bawah ini merinci sejumlah penyedia dan masalah yang sering mereka hadapi.

Tabel 1. 2 Data Permasalahan Perusahaan *Eight Apparel* 2024

No	Nama <i>Supplier</i>	Jenis Bahan Baku	Permasalahan
1	CV. Nur Hidayah (Toko <i>Offline</i>)	<i>Lacoste Cotton</i> CVC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses <i>delivery</i> agak lambat karena tidak banyak orang yang terlibat. 2. Kendaraan yang dipergunakan terlalu minim atau sedikit untuk mengangkut barang, maka pengiriman dalam jumlah besar terkadang kesusahan.
2	CV. Sapapa (Toko <i>Online</i>)	<i>Lacoste Cotton</i> CVC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak dikirim langsung, tetapi melalui jasa pengiriman. 2. <i>packing</i>, Pemesanan, dan pengiriman ialah satu-satunya layanan dimana ditawarkan. 3. Lokasinya cukup jauh sehingga memerlukan waktu yang lebih lama.
3	CV. Anugerah Alam (Toko <i>Online</i>)	<i>Lacoste Cotton</i> CVC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak dikirim langsung, tetapi melalui jasa pengiriman. 2. Masalah pengembalian barang agak lebih sulit karena toko online.
4	CV. Rejeki Abadi (Toko <i>Offline</i>)	<i>Lacoste Cotton</i> CVC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya truk pengiriman dan biaya pengiriman yang relatif tinggi. 2. Pada saat membutuhkan bahan baku yang banyak pihak rekanan terkadang lambat pada saat pengiriman.
5	CV. Bintang Fabric Sejahtera (Toko <i>Offline</i>)	<i>Lacoste Cotton</i> CVC	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Packing</i> pada saat pengiriman tergolong sederhana dikhawatirkan terjadi kerusakan pada saat proses pengiriman. 2. Tidak mempunyai cukup karyawan sehingga terkadang terkendala pada saat proses PO

Sumber : data permasalahan perusahaan *Eight Apparel* 2024

Mengingat konteksnya, saya akan menyelidiki dan mengevaluasi *supplier* di perusahaan konveksi *Eight Apparel* mempergunakan pendekatan *analytical hierarchy process* (AHP) sebagai peneliti. Ahli matematika Thomas L. Saaty menciptakan teknik *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Saaty mengklaim dengan mengatur hierarki kriteria, pemangku kepentingan, dan hasil serta dengan mempertimbangkan sejumlah faktor untuk membuat bobot maupun prioritas, teknik AHP membantu dalam penyelesaian masalah yang rumit. Perusahaan manufaktur *Eight Apparel* bisa membuat pilihan dan membandingkan opsi untuk beberapa *supplier* kain yang sudah lama bekerja sama untuk memenuhi permintaan produksi kaos dan jersey secara tepat waktu dan akurat dengan mempergunakan pendekatan AHP ini. Peneliti memilih subjek dengan judul “PENERAPAN METODE AHP (*ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS*) DALAM PEMILIHAN *SUPPLIER* BAHAN BAKU KONVEKSI” dari antara semua masalah yang terjadi di perusahaan konveksi.

Perusahaan yang mampu memenuhi permintaan konsumen, menyediakan barang sejalan dengan jadwal yang sudah disepakati, dan berinvestasi lebih sedikit dalam manajemen inventaris menjadi sangat kompetitif dan mempunyai kemampuan untuk merebut pangsa pasar di seluruh dunia. Akibatnya, semua perusahaan harus mampu mengakomodasi pelanggan dalam segala hal. Menjaga mutu setiap produk yang diproduksi ialah salah satunya. (Tirta Imarrye Manoy, 2021). Mengakui salah satu faktor dimana dianggap memengaruhi pilihan untuk membeli ialah kualitas produk.

Keunggulan produk dievaluasi dari sudut pandang fungsional dan finansial, dengan penekanan pada pemenuhan harapan konsumen dimana didukung oleh fitur-fitur yang nyata. Kapasitas sebuah produk untuk memenuhi fungsinya, seperti kekuatan, daya tahan, efisiensi, dan kemudahan pengemasan, tercermin dalam kualitasnya. Produk harus mempertimbangkan fakta pelanggan membeli nilai dan keunggulan produk selain barang itu sendiri. Pemilihan *supplier* yang efektif bisa membantu perusahaan dalam mencapai hasil produksi dimana ditargetkan.

Perusahaan seringkali mempunyai berbagai macam kriteria dalam memilih *supplier*, sehingga harus terus melaksanakan penilaian kinerja *supplier* secara berkala untuk menentukan *supplier* mana yang harus menjadi prioritas utama dalam pemilihan bahan baku. Mulai dari kebutuhan perencanaan hingga penyelesaian seluruh kegiatan untuk memperoleh barang maupun jasa yang mempergunakan sumber daya secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan pengadaan secara menyeluruh, manajemen pengadaan senantiasa menerapkan fungsi manajemen secara sistematis dan terstruktur dalam setiap alur kegiatan produksi perusahaan. Agar kegiatan yang berkaitan dengan perolehan barang maupun jasa tidak hanya terbatas pada prosedur pengadaan saja.

Menurut (Alif, A.I., 2020), hal ini saling berkaitan. Menurut pernyataan tersebut, ruang lingkup kegiatan pengadaan meliputi lima kegiatan utama, yakni mulai dari rencana pengadaan, proses pengadaan, pemilihan teknologi yang tepat, pemeliharaan data barang dan data dari *supplier* barang dan jasa, pelaksanaan proses pembelian, serta penilaian kinerja *supplier*. Terkait dengan tujuan manajemen pengadaan, salah satu prosedur dalam rangkaian manajemen rantai

pasok ialah pengadaan, menurut Andriana & Alawy (2022). Dalam sebuah organisasi, pengadaan merupakan sebuah proses yang berfokus pada metode pengelolaan sumber daya, seperti bahan baku dimana diperlukan untuk memproduksi sebuah barang. Pembelian produk, tenaga kerja, dan jasa merupakan definisi lain dari pengadaan. Hal ini tidak hanya mencakup pembelian tetapi juga perekrutan konsultan maupun kontrak untuk menyediakan jasa. Persyaratan pengadaan meliputi persaingan yang sehat, layanan yang hemat biaya dan efisien, serta kualitas yang sangat baik. Pembelian produk maupun jasa tertentu dari mitra luar dikenal dengan istilah pengadaan. Oleh karena itu, manajemen pengadaan bisa dilihat sebagai manajemen yang bertujuan untuk memperoleh barang maupun jasa yang merupakan mata rantai paling krusial dalam rantai produksi perusahaan.

Untuk memastikan produk maupun jasa dimana diperlukan diperoleh pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang tepat, dengan kualitas yang tepat, dan dengan biaya yang tepat, manajemen pengadaan bertujuan untuk memastikan setiap proses pengadaan berjalan dengan lancar. Aminah (2021) menegaskan manajemen pengadaan barang dan jasa memegang peranan fungsional yang terstruktur dalam rangkaian penyiapan administrasi dokumen kontrak fisik. Hal itu bisa dijelaskan dengan uraian alur proses dari awal penyusunan anggaran pembelian sampai dengan akhir kegiatan yakni kontrak. Dalam proses penyusunan anggaran diharapkan sudah mengikuti proses manajemen pengadaan barang dan jasa agar tidak terjadi kendala dalam proses pengadaan barang dan jasa.

Selain tugas pembelian rutin mereka, departemen pengadaan juga

mengembangkan rencana untuk menghemat biaya, seperti mencari *supplier* komponen bahan baku, dan barang lainnya dengan biaya yang wajar. Selain itu, departemen pengadaan secara aktif berkontribusi pada pengembangan *supplier* produk dan layanan saat ini melalui berbagai inisiatif peningkatan kualitas.

Selain itu, departemen pengadaan harus selalu mampu memberikan inovasi yang lebih cepat. Tentu saja, departemen pengadaan harus mampu memilih *supplier* bahan baku yang bisa menyediakan barang lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas maupun menaikkan biaya untuk mendukung supremasi dalam hal waktu. Memberikan masukan dalam bentuk produk maupun layanan dimana diperlukan untuk setiap kegiatan manufaktur maupun kegiatan perusahaan lainnya merupakan tanggung jawab manajemen pengadaan itu sendiri. Lebih jauh, departemen pengadaan sering bertanggung jawab untuk menawarkan layanan seperti konsultasi, penyimpanan dan pengiriman, dan sebagainya.

T. Laras (2022) menegaskan manajemen pembelian (*purchasing*) secara teori sangat penting bagi sebuah bisnis, karena diperlukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan perusahaan. Karena manajemen *purchasing* mempunyai dampak yang signifikan terhadap efisiensi, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas bisnis, maka hal itu menjadi semakin diperlukan. Masalah mana yang terbaik untuk diadopsi muncul karena banyak perusahaan mempergunakan pembelian otonom, beberapa mengintegrasikannya dengan operasi perusahaan lainnya, yang lain mempergunakan sistem terdesentralisasi, dan beberapa memusatkannya. Hal ini tidak diragukan lagi sangat berkaitan dengan keadaan dan status perusahaan dimana dimaksud. Dalam hal kosakata, kita terus mempergunakan kata

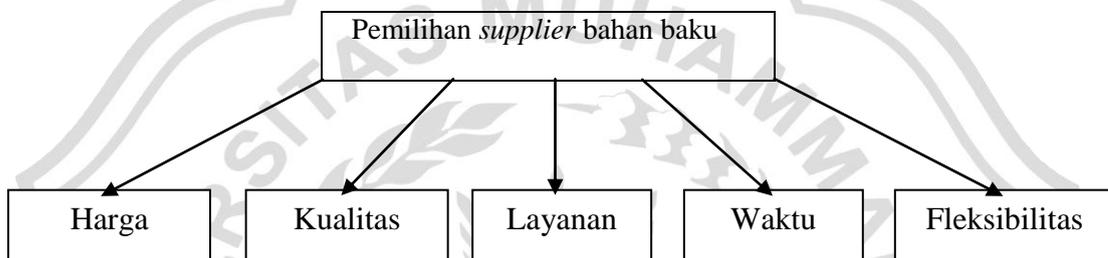
"pembelian" untuk membedakannya dari pengertian yang lebih spesifik yakni "membeli" maupun "berbelanja".

Langkah pertama dalam proses pemilihan *supplier* biasanya ialah mencari semua *supplier* yang memungkinkan dan menyusun daftar semua *supplier* yang sudah ditemukan. Informasi tentang *supplier* kemudian biasanya bisa ditemukan melalui berbagai sumber, termasuk direktori perdagangan, email, iklan, pengalaman perusahaan pemesan, dan rekomendasi pemasok. Faktor biaya ialah salah satu faktor yang harus diperhitungkan saat memilih penyedia. Selain itu, ada sejumlah faktor penting yang perlu diperhitungkan, termasuk stabilitas keuangan perusahaan *supplier*, kualitas produk dimana diperlukan, dan kemampuan untuk menyediakan jumlah dimana diperlukan oleh pemesan. Harga ialah faktor penentu saat memilih penyedia jika semua faktor dimana disebutkan sebelumnya sama. Oleh karena itu, memilih penyedia yang andal sangat penting saat membuat keputusan tentang pembelian barang-barang yang terkait dengan produksi. Sebuah perusahaan akan mencari *supplier* dengan tingkat kualitas dan efisiensi yang bisa dipertahankan. Karena perubahan *supplier* bisa berdampak signifikan pada cara perusahaan menerapkan pembelian maupun pemasaran.

Memilih *vendor* untuk melengkapi rantai *supply* sebenarnya tidak lebih rumit daripada memutuskan apa yang perlu dibeli oleh perusahaan. *Supplier* mempunyai posisi yang jauh lebih signifikan, yang merupakan perbedaan utama. Akibatnya, meskipun proses pemilihan *supplier* bisa dilaksanakan dalam beberapa langkah, proses penelitian dan pertimbangan harus lebih menyeluruh dan komprehensif. Dengan demikian, sebuah perusahaan akan menilai, memeriksa,

dan akhirnya memilih *suppliernya* untuk bergabung dengan rantai pasokannya. Salah satu elemen terpenting yang perlu dipertimbangkan ialah *supplier*. Karena itu, penting untuk bisa bekerja dengan penuh perhatian guna menjelaskan dan mengungkapkan pentingnya metrik ini dalam setiap proses manufaktur. Agar pada saat memilih *supplier* bisa memahami apa dimana yang diperlukan untuk memenuhi tujuan maupun sasaran yang sudah ditetapkan.

Gambar 1.3 Pemilihan *Supplier* Bahan Baku Kain Konveksi



Baris pertama berisi struktur tujuan utama, yakni pilihan *supplier* bahan baku untuk konveksi *Eight Apparel*. Tujuan ini bisa dicapai tergantung pada sejumlah faktor maupun kriteria dimana hal tersebut sangat dipertimbangkan saat membuat keputusan. Standar-standar ini berasal dari kebijakan perusahaan saat ini, yang mencakup lima standar. Tentukan sejumlah opsi berdasarkan kriteria ini untuk mencapai tujuan yang memenuhi kriteria ini. Jumlah *supplier* yang sudah bekerja sama dengan perusahaan sejauh ini merupakan alternatif.

Salah satu komponen kunci keberhasilan perusahaan ialah memilih *supplier* yang tepat berdasarkan kriteria, karena era globalisasi saat ini sudah membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Memilih *supplier* yang tepat juga penting untuk menjamin sebuah proses produksi bisa diselesaikan dengan benar dan sejalan dengan kemampuan perusahaan, klaim (Gencer & Gurpinar,

2020). Penjualan perusahaan akan secara langsung dipengaruhi oleh prosedur pemilihan *supplier* yang tidak mematuhi standar operasional karena hal ini akan berdampak pada proses produksi dan produk akhir yang nantinya akan dipasarkan kepada konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang sudah dibuat, maka bisa dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana urutan kriteria dalam memilih *supplier* bahan baku kain untuk konveksi dalam proses produksi di perusahaan *Eight Apparel*?
2. *Supplier*/pemasok manakah yang nantinya bisa dipilih sejalan dengan kondisi yang diperlukan oleh perusahaan konveksi *Eight Apparel*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan masalah diatas, maka bisa dirumuskan tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui urutan kriteria dalam memilih *supplier* bahan baku kain untuk konveksi dalam proses produksi *Eight Apparel*.
2. Untuk mengetahui *supplier*/pemasok kain terbaik mana yang paling memenuhi kriteria-kriteria pemilihan *supplier* pada proses pemilihan bahan baku kain di dalam perusahaan konveksi *Eight Apparel*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik

Diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang konsep *Analytical Hierarchy*

Process (AHP) untuk pemilihan pemasok. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan bisa melengkapi temuan penelitian sebelumnya tentang subjek yang sama, sehingga cocok untuk dipergunakan sebagai referensi bagi akademisi dan peneliti masa depan yang meneliti subjek yang sama.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan temuan studi ini akan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan memilih *supplier* terbaik berdasarkan kebutuhannya, agar manajemen rantai pasokan bisa beroperasi lebih efektif dan akhirnya mampu memberikan nilai bagi bisnis.

3. Bagi Universitas

Memberikan gambaran kepada universitas mengenai kompetensi mahasiswa dalam memperoleh dan menganalisis hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Dengan demikian, universitas bisa menilai sejauh mana mahasiswa sudah menguasai metodologi penelitian, analisis data, dan kemampuan akademis lainnya dimana diperlukan.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Kesenjangan yang sering terjadi pada saat proses pemilihan *supplier* bahan baku ialah :

1. Kurangnya Pemahaman:

- a. Konsep AHP: Tidak semua pihak, terutama manajemen tingkat bawah, memahami konsep dasar AHP dan cara kerjanya.

- b. Manfaat AHP: Banyak yang belum menyadari manfaat jangka panjang dari penggunaan AHP dalam pengambilan sebuah keputusan.
2. Data yang tidak lengkap maupun tidak akurat:
 - a. Ketersediaan data: Data mengenai *supplier* seringkali tidak lengkap maupun sulit diperoleh.
 - b. Kualitas data: Data yang ada mungkin tidak akurat.
 - c. Subjektivitas penilaian: Penilaian terhadap kriteria dan alternatif seringkali bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh persepsi pribadi.
3. Resistensi terhadap Perubahan:
 - a. Kebiasaan: Perusahaan seringkali terbiasa mempergunakan metode tradisional yaitu berdasarkan masukan atau saran dari individu dalam pemilihan *supplier* bahan baku.
 - b. Biaya dan waktu: Implementasi AHP membutuhkan waktu dan sumber daya yang cukup besar.
4. Kompleksitas Perhitungan:
 - a. Perhitungan manual: Perhitungan AHP bisa menjadi sangat kompleks, terutama jika jumlah kriteria dan alternatif sangat banyak.
 - b. Software pendukung: Tidak semua perusahaan mempunyai akses ke software yang bisa membantu dalam perhitungan AHP.
5. Dinamika Pasar yang Cepat:
 - a. Perubahan kondisi: Kondisi pasar yang terus berubah membuat hasil analisis AHP menjadi cepat usang.
 - b. Keterbatasan model: Model AHP mungkin tidak mampu mengakomodasi semua faktor yang berubah dengan cepat.

Solusi untuk Mengatasi Kesenjangan dalam proses pemilihan *supplier* bahan baku ialah sebagai berikut :

1. Pelatihan dan Pemahaman Produk : Melaksanakan pelatihan bagi seluruh elemen perusahaan terutama yang terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan agar memahami konsep dan juga manfaat menggunakan metode (*Analytical Hierarchy Process*) AHP.
2. Pengembangan Sistem Informasi: Membangun sistem informasi yang terintegrasi untuk mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis data mengenai *supplier* bahan baku.
3. Pemanfaatan Software AHP: Mempergunakan *software* khusus untuk mempermudah perhitungan dan analisis AHP.
4. Pendekatan Bertahap: Menerapkan AHP secara bertahap untuk mengurangi resistensi dan risiko kegagalan.
5. Evaluasi Berkala: Melaksanakan evaluasi secara berkala terhadap hasil penerapan AHP dan melaksanakan penyesuaian jika diperlukan.

Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya penerapan dalam menentukan *supplier* dengan mempergunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* sudah terbukti menjadi alat yang efektif dan efisien dalam proses pemilihan *supplie* rbahan baku khususnya dalam industri konveksi. sehingga untuk mencapai hasil yang optimal perlu dilaksanakan upaya untuk mengatasi berbagai kendala dan kesenjangan yang sering terjadi di dalam sebuah perusahaan.