

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri catering di Indonesia merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang pesat, didukung oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan penyediaan makanan dan minuman yang praktis dan profesional. Dalam lima tahun terakhir, laporan Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJI) mencatat bahwa industri ini tumbuh rata-rata sebesar 10% per tahun. Pertumbuhan tersebut dipicu oleh meningkatnya acara-acara sosial, pernikahan, seminar, hingga kegiatan bisnis yang membutuhkan jasa boga sebagai solusi utama.

Di wilayah Jawa Barat dan Jabodetabek, yang merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi terbesar di Indonesia, jumlah pengusaha catering terus bertambah. Berdasarkan data APJI tahun 2023, terdapat lebih dari 15.000 usaha catering terdaftar di wilayah tersebut, mulai dari skala kecil hingga besar. Mayoritas pelaku usaha catering di kawasan ini beroperasi pada segmen menengah, melayani acara-acara keluarga seperti pernikahan, khitanan, dan ulang tahun, serta segmen korporasi untuk penyediaan konsumsi pada rapat dan seminar.

Namun, seiring dengan pertumbuhan tersebut, persaingan antar pelaku usaha catering juga semakin ketat. Untuk dapat bertahan, pelaku usaha tidak hanya dituntut memberikan layanan terbaik, tetapi juga harus memastikan bahan baku yang berkualitas dan stabilitas pasokan. Salah satu bahan baku yang paling sering digunakan dalam menu catering adalah daging ayam, karena fleksibilitasnya dalam pengolahan, kelezatannya, dan harga yang relatif terjangkau.

Daging ayam memegang peranan penting dalam industri catering, baik sebagai bahan utama maupun pelengkap menu. Hal ini sejalan dengan tingginya konsumsi daging ayam di masyarakat Indonesia yang menjadikannya salah satu sumber protein hewani utama. Selain itu, preferensi konsumen terhadap daging ayam yang terus meningkat juga menciptakan peluang bagi pelaku usaha catering untuk memanfaatkan bahan ini sebagai menu andalan mereka.

Konsumsi daging ayam di Indonesia secara nasional tercatat jauh lebih tinggi dibandingkan dengan daging sapi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Pada tahun 2021, rata-rata konsumsi daging ayam mencapai 0,142 kg per kapita per minggu, sedangkan konsumsi daging sapi hanya 0,009 kg per kapita di tahun yang sama. Perbedaan ini menunjukkan bahwa daging ayam menjadi pilihan utama masyarakat karena lebih ekonomis dan mudah diakses. Tabel 1.1

memberikan ilustrasi perbandingan rata-rata konsumsi daging ayam dan daging sapi per kapita per minggu secara nasional.

Tabel 1. 1 Data rata-rata konsumsi per kapita seminggu daging sapi dan ayam

Tahun	Daging Ayam (Kg)	Daging Sapi (Kg)
2020	0,130	0,009
2021	0,142	0,009

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Meskipun konsumsi daging ayam relatif tinggi, Indonesia masih menghadapi tantangan besar dalam upaya meningkatkan status gizi masyarakat, terutama dalam menangani stunting. Berdasarkan data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2021, prevalensi stunting di Indonesia masih berada di angka 24,4%, yang menunjukkan bahwa hampir satu dari empat anak balita mengalami masalah gizi kronis. Kondisi ini perlu mendapatkan perhatian serius karena stunting berdampak pada kualitas sumber daya manusia di masa depan.

Salah satu penyebab utama stunting adalah kekurangan asupan protein hewani, termasuk daging ayam, yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan anak, terutama pada periode emas 1.000 hari pertama kehidupan. Data SSGI dari tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan tren yang bervariasi dalam prevalensi stunting di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2 Prevalensi *stunting* di Indonesia

Tahun	Prevalensi Stunting (%)
2019	27,7
2020	26,9
2021	24,4
2022	21,6

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan prevalensi stunting dari tahun ke tahun, angka tersebut masih jauh dari target pemerintah, yaitu 14% pada tahun 2024. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah mendorong peningkatan konsumsi protein hewani, termasuk daging ayam, dengan harga yang lebih terjangkau dan distribusi yang merata.

Daging ayam adalah salah satu bahan utama yang mendominasi menu catering untuk berbagai jenis acara, baik formal maupun non-formal. Faktor-faktor seperti rasa yang lezat, fleksibilitas dalam pengolahan, serta harga yang relatif

terjangkau menjadikannya pilihan favorit di kalangan pelaku usaha catering. Menu berbahan dasar ayam, seperti ayam goreng, ayam bakar, dan berbagai olahan tradisional lainnya, sangat diminati karena kemampuannya untuk disesuaikan dengan selera pelanggan serta kebutuhan acara. Daging ayam yang dikonsumsi oleh orang Indonesia umumnya berasal dari ayam ras pedaging (broiler) dan ayam kampung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi daging ayam ras di Indonesia pada tahun 2023 mencapai rata-rata 14,3 kg per kapita per tahun, yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan populasi. Di sisi lain, ayam kampung tetap diminati karena dianggap lebih sehat dan memiliki rasa yang khas, meskipun harganya cenderung lebih tinggi dibandingkan ayam broiler. Selain itu, preferensi masyarakat terhadap jenis ayam tertentu juga dipengaruhi oleh kebutuhan acara, budaya lokal, dan selera konsumen. Sebagai contoh, ayam broiler sering digunakan untuk hidangan massal karena dagingnya empuk dan mudah diolah dalam jumlah besar. Sementara itu, ayam kampung lebih sering digunakan dalam masakan tradisional seperti opor atau soto, yang membutuhkan tekstur daging yang lebih kenyal dan rasa yang lebih kuat. Menurut survei BPS tahun 2023, distribusi konsumsi daging ayam ras mencakup sekitar 80% pasar daging ayam di Indonesia, sedangkan ayam kampung dan ayam buras lainnya hanya menyumbang 20%. Hal ini mengindikasikan bahwa ketersediaan dan efisiensi biaya menjadi faktor penting dalam pemilihan jenis ayam untuk usaha catering. Selain itu, ayam juga memiliki kandungan protein yang cukup tinggi dibandingkan beberapa sumber protein hewani lainnya, menjadikannya pilihan sehat dan ekonomis. Berikut adalah tabel perbandingan kandungan protein, dan lemak dari beberapa sumber protein utama yang biasa digunakan dalam usaha catering. Pada tabel 1.3 dapat dilihat kandungan protein dan lemak pada daging ayam ras, telur ayam, daging kambing dan daging sapi.

Tabel 1. 3 Perbandingan kandungan protein, dan lemak per 100g

No	Jenis Bahan	Protein (per 100g)	Lemak (per 100g)
1	Daging Ayam Ras (mentah)	18,2 g	25,9 g
2	Telur Ayam Ras (mentah)	12,4 g	10,8 g
3	Daging Kambing (mentah)	17,5 g	22,0 g
4	Daging Sapi (mentah)	16,6 g	9,2 g

(Sumber : TKPI Online Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan)

Dalam konteks pengelolaan catering, kebutuhan akan bahan baku ayam yang berkualitas menuntut pelaku usaha untuk memilih pemasok yang andal.

Keandalan pemasok berperan penting dalam menjaga kualitas bahan baku, memastikan pasokan yang stabil, serta mendukung kelangsungan operasional usaha catering secara keseluruhan. Hal ini menekankan pentingnya evaluasi dan pemilihan pemasok ayam yang tepat.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku usaha catering adalah pemilihan pemasok ayam potong yang sesuai. Pemasok yang dipilih tidak hanya harus memenuhi kriteria ketersediaan stok dan harga yang bersaing, tetapi juga harus mampu menyediakan daging ayam berkualitas tinggi dengan izin usaha dan kehalalan yang terjamin. Tantangan ini semakin rumit ketika usaha catering harus memenuhi pesanan dalam jumlah besar secara mendesak.

Pemasok atau *supplier* adalah pihak yang bertanggung jawab dalam menyediakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan suatu pihak tertentu. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, pemasok merupakan salah satu pelaku usaha yang terlibat dalam rantai pasok yang bertugas untuk memastikan ketersediaan barang/jasa kepada pelaku usaha lainnya atau konsumen akhir. Dalam pasal 1 ayat 2, disebutkan bahwa pelaku usaha mencakup setiap orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha termasuk menyediakan barang untuk kebutuhan bisnis.

Salah satu bentuk pembinaan terhadap pemasok ayam yang dapat dilakukan oleh usaha catering meliputi pemberian dukungan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan pemasok, penyampaian hasil evaluasi kinerja sebagai umpan balik (*feedback*), serta penerapan sanksi seperti pencantuman dalam daftar hitam (*blacklist*) bagi pemasok yang melanggar peraturan atau gagal memenuhi kewajiban dalam kontrak, seperti keterlambatan pengiriman atau ketidaksesuaian kualitas ayam yang disepakati.

Evaluasi kinerja pemasok ayam memiliki peran strategis dalam memastikan kelancaran operasional usaha catering. Dengan memilih pemasok yang berkinerja baik, risiko pasokan ayam yang tidak memenuhi standar kualitas atau waktu pengiriman dapat diminimalkan. Selain itu, penyusunan daftar pemasok berdasarkan kriteria tertentu, seperti kualitas ayam, harga, dan ketepatan pengiriman, dapat mempermudah proses pemilihan untuk pengadaan berulang (*repeat order*) dan memastikan hubungan kerja yang berkelanjutan dengan pemasok yang andal.

Dalam persaingan usaha catering saat ini, penggunaan teknologi informasi dalam manajemen pengadaan menjadi kebutuhan penting. Teknologi informasi dapat membantu usaha catering dalam mengelola hubungan dengan pemasok ayam secara lebih efisien dan transparan. Hal ini termasuk proses

evaluasi kinerja yang mencakup penilaian kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, serta kelengkapan administrasi. Sistem informasi yang terintegrasi memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat, akurat, dan objektif, sehingga mendukung kelangsungan bisnis catering secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi juga menjadi solusi atas tantangan yang dihadapi usaha catering dalam menilai dan memilih pemasok ayam. Dalam banyak kasus, proses evaluasi kinerja pemasok masih dilakukan secara manual atau berdasarkan penilaian subjektif. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakefisienan, seperti terjadinya keterlambatan pengiriman atau kualitas ayam yang tidak konsisten. Oleh karena itu, sistem pendukung keputusan berbasis teknologi informasi menjadi alat yang sangat diperlukan untuk membantu usaha catering dalam mengevaluasi kinerja pemasok secara objektif dan sistematis.

Kriteria evaluasi kinerja pemasok ayam, seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan kelengkapan administrasi, harus menjadi perhatian utama usaha catering. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pemasok ayam diharapkan mampu menunjukkan kemampuan dan motivasi untuk memberikan layanan terbaik. Evaluasi yang efektif tidak hanya membantu usaha catering mengurangi risiko, tetapi juga mendorong perbaikan berkelanjutan dalam kualitas layanan pemasok. Dengan demikian, usaha catering dapat menjaga reputasi dan kepuasan pelanggan melalui pengelolaan rantai pasok yang baik.

Kriteria kinerja penyedia barang atau jasa melibatkan kemampuan dan motivasi dalam menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan standar kualitas, pelayanan, waktu, dan biaya yang telah ditetapkan. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 Pasal 17, sebagaimana terakhir diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2021, tanggung jawab penyedia meliputi pelaksanaan kontrak, penjaminan kualitas barang/jasa, ketepatan perhitungan jumlah/*volume*, ketepatan waktu penyerahan, dan ketepatan lokasi penyerahan.

Evaluasi kinerja penyedia memerlukan data akurat dan relevan untuk menentukan kualitas kinerja penyedia dari berbagai aspek. Dalam hal ini, sistem pendukung keputusan (*Decision Support System*) berperan penting dalam membantu proses evaluasi, memastikan akurasi, efisiensi waktu, efektivitas, dan akuntabilitas, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat sesuai kebutuhan perusahaan. Evaluasi ini menghasilkan tingkatan atau peringkat penyedia yang nantinya digunakan sebagai instrumen dalam proses penilaian. Selain menggunakan daftar simak (*checklist*), evaluasi ini harus dilakukan secara adil terhadap semua penyedia yang terlibat.

Pemasok memiliki pengaruh besar terhadap performa perusahaan. Baik atau buruknya performa perusahaan, termasuk dalam hal efisiensi biaya produksi, sangat dipengaruhi oleh kualitas pemasok. Bailey et al. (1994) menyatakan bahwa pemasok yang baik adalah mereka yang mampu mengirimkan barang tepat waktu, menjaga kualitas secara konsisten, memberikan harga terbaik, memiliki latar belakang dan stabilitas yang baik, serta menawarkan layanan purna jual dan konsultasi teknis yang memadai. Selain itu, pemasok yang dapat diandalkan harus memberikan pelayanan yang baik dalam hal persediaan dan selalu memberikan informasi perkembangan proses kepada konsumen.

Efektivitas penilaian kinerja pemasok ayam pada usaha catering ditentukan oleh beberapa aspek utama. Ketepatan waktu pengiriman menjadi salah satu indikator utama, di mana pemasok harus konsisten mengirimkan ayam sesuai jadwal yang telah disepakati untuk mendukung kelancaran operasional catering. Selain itu, kualitas ayam yang disuplai harus memenuhi standar, baik dari segi kebersihan, kesegaran, maupun ukurannya. Kelengkapan dokumen legalitas, seperti izin usaha dan sertifikat halal MUI, juga harus selalu diperbarui jika ada perubahan, karena hal ini berpengaruh pada kepercayaan pelanggan dan kredibilitas usaha catering.

Komunikasi yang baik antara pemasok dan pihak catering juga menjadi elemen penting dalam menjaga keberlanjutan kerja sama. Hubungan yang transparan dan responsif dapat membantu mengatasi kendala yang mungkin muncul selama proses pengadaan. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, usaha catering dapat memastikan bahwa pemasok ayam yang dipilih mampu mendukung kebutuhan operasional secara konsisten dan berkualitas.

Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan alat bantu yang dapat memudahkan proses evaluasi dan penilaian kinerja penyedia. Sistem ini akan membantu bagian pengadaan untuk memastikan bahwa penyedia yang dipilih memiliki kualitas yang sesuai dengan standar perusahaan, menghindari kesalahan dalam memilih penyedia, yang dapat berakibat pada hasil pekerjaan yang buruk. Dengan demikian, pemasok ayam potong yang bekerja sama dengan usaha catering juga termasuk dalam kategori ini. Peran mereka sangat vital dalam menjaga kelangsungan operasional usaha catering, khususnya dalam menghadapi permintaan tinggi untuk bahan baku berkualitas.

Pada praktiknya, beberapa pelaku usaha catering diketahui masih menggunakan pendekatan sederhana dalam memilih pemasok, seperti berbelanja langsung ke pasar atau mengandalkan hubungan personal. Metode ini sering kali dipilih karena kemudahan akses dan fleksibilitasnya. Pendekatan ini, meskipun

cukup umum, memiliki beberapa kelemahan yang signifikan, antara lain kurangnya transparansi dalam penilaian pemasok, ketidakpastian kualitas produk, dan resiko gangguan logistik yang dapat memengaruhi operasional usaha. Selain itu, metode ini tidak mampu memberikan data yang objektif untuk membandingkan pemasok berdasarkan kriteria yang jelas, sehingga sering kali keputusan diambil hanya berdasarkan preferensi pribadi atau kebiasaan. Padahal, jika proses pemilihan pemasok ini bisa dilakukan dengan cara yang lebih efektif akan memberi manfaat ke dalam proses bisnis usaha catering. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan sistem yang lebih sistematis dan berbasis data guna membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah penerapan Sistem Pendukung Keputusan (SPK). Dalam konteks pemilihan pemasok ayam potong, SPK dapat membantu pelaku usaha catering untuk melakukan analisis yang terstruktur berdasarkan kriteria yang relevan, seperti kualitas produk, harga, ketersediaan, dan reputasi pemasok.

Salah satu metode yang sering digunakan dalam SPK adalah metode *Simple Additive Weighting* (SAW). Metode SAW, yang juga dikenal sebagai metode penjumlahan terbobot, memiliki keunggulan dalam menyederhanakan proses penilaian alternatif berdasarkan berbagai kriteria. Konsep dasar metode SAW adalah mencari penjumlahan terbobot dari rating kinerja setiap alternatif terhadap semua kriteria. Metode ini memungkinkan pengambil keputusan untuk membandingkan alternatif secara lebih obyektif, karena perhitungan dilakukan berdasarkan nilai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, dengan bobot yang mencerminkan tingkat kepentingan masing-masing kriteria.

Proses SAW diawali dengan menentukan kriteria yang akan digunakan sebagai dasar penilaian pemasok, seperti kualitas produk, harga, ketersediaan, dan reputasi. Selanjutnya, setiap alternatif dievaluasi berdasarkan nilai kecocokannya terhadap masing-masing kriteria, sehingga terbentuk matriks keputusan yang berisi data mentah. Data ini kemudian dinormalisasi untuk menyamakan skala sehingga dapat dibandingkan secara setara, baik untuk atribut keuntungan maupun atribut biaya. Setelah proses normalisasi, nilai akhir setiap alternatif dihitung dengan menjumlahkan hasil perkalian antara nilai matriks yang telah ternormalisasi dengan bobot masing-masing kriteria. Alternatif dengan nilai tertinggi dianggap sebagai solusi terbaik.

Dengan metode ini, proses penilaian pemasok dapat dilakukan secara lebih objektif, karena setiap alternatif dinilai berdasarkan data yang terukur dan sistematis. Keunggulan lain dari metode SAW adalah fleksibilitasnya, di mana

bobot kriteria dapat disesuaikan oleh pengambil keputusan sesuai dengan kebutuhan dan prioritas bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam membantu pelaku usaha catering menentukan pemasok ayam potong yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui penerapan metode ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas layanan kepada pelanggan, serta meminimalkan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan sistem pendukung keputusan berbasis metode SAW di bidang logistik dan manajemen rantai pasok. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini diberi judul: **“Penerapan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk Penentuan Pemasok Ayam Potong pada Usaha Catering.”**

B. Permasalahan

Semanggi Catering merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa boga di Kota Bogor. Usaha ini melayani pesanan makanan untuk perkantoran maupun pesta, yang sebagian besar berbahan dasar ayam potong. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku ayam potong, Semanggi Catering memiliki beberapa pemasok yang dijadikan opsi utama. Dalam menentukan prioritas pemasok, ada lima kriteria utama yang dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut.

Tabel 1. 4 Tingkat penilaian pada masing-masing kriteria

No	Kriteria	Tingkat Penilaian
1	Legalitas Perizinan	1. Ada 2. Tidak ada
2	Sertifikat Halal MUI	1. Ada 2. Tidak ada
3	Harga	
4	Kualitas Ayam	1. Sangat baik 2. Baik 3. Cukup 4. Kurang baik 5. Buruk
5	Ketepatan Pengiriman	1. Tepat waktu 2. Hampir tepat 3. Menyimpang sedikit 4. Terlambat 5. Sangat terlambat

Namun, pada kenyataannya, proses pemilihan pemasok saat ini tidak sepenuhnya didasarkan pada penilaian objektif yang terukur, tetapi lebih sering dipengaruhi oleh faktor subjektif, seperti kedekatan personal antara manajemen dengan pemasok tertentu. Akibatnya, pemasok yang sering mendapat prioritas pemesanan, seperti Pangan Raya dan PT. Jambu Raya, tidak selalu mencerminkan pilihan yang paling optimal jika dibandingkan dengan pemasok lain yang sebenarnya memenuhi lebih banyak kriteria secara objektif.

Sebagai contoh, berdasarkan data penilaian pemasok pada tabel 1.5 berikut.

Tabel 1. 5 Data Penilaian Pemasok

Urutan Prioritas	Nama Pemasok	Legalitas Perizinan	Sertifikat Halal	Harga	Kualitas Ayam	Ketepatan Pengiriman
1	Pangan Raya	Ada	Ada	Rp 39.000	Baik	Terlambat
2	PT. Jambu Raya	Ada	Ada	Rp 38.500	Cukup	Hampir Tepat
3	UD Rizki	Ada	Ada	Rp 40.000	Cukup	Tepat Waktu
4	PT. Beli Ayam Com	Ada	Ada	Rp 38.500	Baik	Tepat Waktu
5	UD. Halal Barokah	Ada	Ada	Rp 40.300	Cukup	Hampir Tepat
6	Rinjani	Tidak Ada	Ada	Rp 38.500	Kurang Baik	Terlambat
7	Fresh Chicken	Ada	Tidak ada	Rp 39.000	Baik	Sangat Terlambat
8	PT Karya Pangan Sejahtera	Ada	Ada	Rp 38.500	Baik	Menyimpang Sedikit
9	38 Chicken	Tidak Ada	Tidak ada	Rp 40.300	Cukup	Menyimpang Sedikit
10	CV Maju Lancar Chick	Ada	Ada	Rp 40.000	Cukup	Menyimpang Sedikit
11	King Fresh	Ada	Ada	Rp 41.000	Cukup	Terlambat
12	Ajuk Marjuki	Tidak Ada	Tidak Ada	Rp 40.000	Kurang Baik	Terlambat

Pemasok seperti PT. Beli Ayam Com, yang memiliki skor terbaik dalam aspek harga (kompetitif), kualitas ayam (baik), dan ketepatan waktu pengiriman (tepat waktu), justru tidak menjadi pilihan utama. Hal ini disebabkan karena kurangnya hubungan personal dengan manajemen. Sebaliknya, pemasok seperti Pangan Raya, meskipun sering terlambat dalam pengiriman, tetap menjadi opsi utama karena adanya faktor non-teknis.

Keputusan yang didasarkan pada faktor subjektif ini menyebabkan ketidaktepatan dalam pemilihan pemasok, sehingga berpotensi mengganggu operasional usaha. Misalnya, pengiriman yang tidak tepat waktu dari pemasok prioritas dapat menyebabkan keterlambatan dalam proses produksi makanan. Hal ini juga mengakibatkan pemasok lain yang lebih andal tidak dimanfaatkan secara maksimal. Jika masalah ini terus dibiarkan, Semanggi Katering berisiko menghadapi penurunan kualitas layanan akibat penggunaan bahan baku yang tidak optimal, serta biaya operasional yang tidak efisien akibat harga bahan baku yang tidak kompetitif.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam pemilihan pemasok ayam adalah sebagai berikut:

- a. Tidak tepatnya dalam pemilihan pemasok ayam;
- b. Belum efektif dalam proses penentuan pemasok ayam.

2. Rumusan Masalah

(a) Problem Statement

Berdasarkan identifikasi masalah, dapat disimpulkan bahwa pokok permasalahan terletak pada tidak tepat dan kurang efektifnya pengambilan keputusan dalam menentukan pemasok ayam.

(b) Research Question

Research question yang dapat diajukan adalah:

- (1) Bagaimana penerapan metode *simple additive weighting* dalam menentukan pemasok ayam;
- (2) Berapa tingkat ketepatan dan efektifitas penentuan pemasok ayam dengan penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW).

C. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk memberikan rekomendasi pemilihan pemasok

ayam pada perusahaan catering. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

- (1) Mendapatkan rekomendasi pemasok yang akan dipilih berdasarkan kriteria dan bobot kriteria.
- (2) Mendapatkan proses yang lebih efektif dalam pemilihan pemasok ayam potong untuk mendukung kelancaran operasional usaha catering.
- (3) Mengembangkan prototipe aplikasi berbasis *web* penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan pemasok ayam.
- (4) Mengukur tingkat ketepatan dan efektivitas penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan pemasok ayam potong pada usaha catering.

D. Spesifikasi Produk yang diharapkan

Dengan memanfaatkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan sebuah aplikasi sistem pendukung keputusan berbasis web. Sistem ini dirancang untuk meningkatkan efektivitas proses pemilihan pemasok ayam potong melalui penerapan metode SAW yang terintegrasi dengan komputasi modern. Selain memberikan rekomendasi pemasok berdasarkan prioritas yang dihitung menggunakan metode SAW, sistem ini juga memiliki fleksibilitas untuk diterapkan pada kebutuhan lain, termasuk penilaian pemasok untuk produk selain ayam. Dengan adanya sistem ini, pengusaha catering dapat lebih mudah melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan yang berbasis data secara efisien dan akurat.

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam menentukan pemasok ayam potong yang tepat bagi usaha catering. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi:

- (1) Manfaat Teoritis; penelitian ini dapat berkontribusi pada pengetahuan mengenai penerapan metode SAW dalam pemilihan pemasok ayam potong khususnya di bidang usaha catering;
- (2) Manfaat Praktis; sistem yang dihasilkan diharapkan dapat memudahkan manajemen usaha catering dalam mengambil keputusan terkait pemilihan pemasok ayam potong yang sesuai;
- (3) Manfaat Kebijakan; sistem ini dapat menjadi acuan bagi manajemen usaha catering dalam mengimplementasikan metode SAW untuk menentukan pemasok secara lebih efektif dan objektif.

F. Asumsi dan Keterbatasan

1. Asumsi

Asumsi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Aplikasi yang dikembangkan akan membantu manajemen usaha catering dalam menentukan pemasok ayam potong yang tepat, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam proses pemilihan pemasok bagi usaha catering secara keseluruhan;
- (2) Penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) akan dilakukan dengan menghitung bobot kriteria yang sesuai, sehingga metode ini dapat memberikan hasil perhitungan yang akurat dan relevan untuk mendukung pengambilan keputusan;
- (3) Sistem yang dibangun akan menggunakan metode SAW yang didukung oleh kriteria-kriteria yang relevan, sehingga menghasilkan penilaian akhir yang akurat dalam pemilihan pemasok ayam potong bagi usaha catering.

2. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- (1) Aplikasi yang dikembangkan terbatas pada penggunaannya dalam pemilihan pemasok ayam potong untuk usaha catering, sehingga tidak dapat diaplikasikan untuk konteks lain yang berbeda;
- (2) Meskipun metode *Simple Additive Weighting* (SAW) digunakan, hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya akurat jika tidak dikombinasikan dengan metode lain, seperti *Analytic Hierarchy Process* (AHP) atau metode lainnya, mengingat tidak ada satu metode yang dapat menjamin hasil yang sempurna;
- (3) Aplikasi ini saat ini tidak dirancang untuk berjalan di platform mobile, sehingga aksesibilitasnya terbatas hanya pada perangkat berbasis web.

G. Definisi Istilah dan Definisi Operasional

Berikut ini adalah definisi istilah dan definisi operasional yang digunakan di dalam penelitian:

- (1) pemasok/*supplier* adalah orang atau organisasi lain yang menyuplai kebutuhan orang atau organisasi yang membutuhkan kebutuhan tersebut;
- (2) stok adalah persediaan barang atau bahan yang disimpan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk dijual atau digunakan dalam proses produk;

- (3) logistik adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran barang dan informasi dari titik asal hingga titik konsumsi.