

**PERAN *SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (SRM)
PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU *PIPE INDUSTRIES***

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Dalam Rangka
Memenuhi Sebagai Persyaratan Untuk memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)



Disusun Oleh :

Khaila Priwisastra Fitriasyach

5502210001

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Akhir berikut :

Judul : Peran *Supplier Relationship Management* (SRM) Pada Pemasok di PT. Krakatau Pipe Industries
Nama Mahasiswa : Khaila Priwisastra Fitriasyach
NIM : 5502210001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir tersebut di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa Sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat hukum yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Cilegon, 28 Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a yellow 5000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '5000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '9204EALX262167545' is visible at the bottom of the stamp.

Khaila Priwisastra Fitriasyach

NIM. 5502210001

HALAMAN PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Akhir berikut

Judul : Peran *Supplier Relationship Management* (SRM) Pada Pemasok di PT. Krakatau Pipe Industries

Nama Mahasiswa : Khaila Priwisastra Fitriasyach

NIM : 5502210001

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 03 Juli 2024 melalui Sidang Tugas Akhir di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan LULUS

Tanggal: 17/07/2024
Pembimbing I

Tanggal: 16/07/2024
Pembimbing II

Solehatin Ika Putri, S.E., M.M.
NIP. 199107122023212356
Tanggal: 17/07/2024
Penguji I/Utama

Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc.
NIP. 199304082019032024
Tanggal: 17/07/2024
Penguji II/Pendamping

Diqbal Satyanegara, S.E., M.Si.
NIP. 198302072006041005

Fadhilah, S.I.kom., M.M.
NIP. 199202042019032025

Mengetahui

Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E.,
M.M., Ak., C.A., C.M.A.
NIP. 1973123020011210001

Koordinator Program Studi

Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M.
NIP. 199009102019032017

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Peran *Supplier Relationship Management (SRM)* pada Pemasok di PT. Krakatau Pipe Industries" ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Diploma 3 Manajemen Pemasaran di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Fatah Sulaiman, S.T., M. T., selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Prof. Dr. Tubagus Ismail, S.E., M.M., Ak., CA., CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Dr. Wawan Ichwanudin, S.E., M.Si. selaku Kepala Jurusan S1 Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Ibu Widya Nur Bhakti Pertiwi, S.M.B., M.M., yang bertugas sebagai Koordinator program studi D3 Manajemen Pemasaran di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, telah dengan penuh dedikasi menyisihkan waktu dan memberikan perhatiannya untuk membimbing, mengarahkan, serta memberikan solusi kepada penulis selama pelaksanaan kegiatan magang industri.
5. Ibu Solehatin Ika Putri, S.E., M.M., yang menjabat sebagai Dosen Pembimbing I D3 Manajemen Pemasaran, telah memberikan bimbingan, arahan, serta panduan sejak awal proses penyusunan hingga penyelesaian Tugas Akhir
6. Ibu Lina Affifatusholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II D3 Manajemen Pemasaran yang telah memabantu, mengarahkan, serta panduan kepada penulis hingga penyelesaian Tugas Akhir.

7. Bapak Raden Jerry Sonjaya atas peran beliau sebagai mentor selama penulis melaksanakan kegiatan magang di PT. Krakatau Pipe Industries. Beliau telah memberikan arahan, dukungan, dan inspirasi yang sangat berharga bagi penulis selama menjalani kegiatan magang.
8. Bapak Stevan Alyoula Vieodi terimakasih atas kehadiran dan bimbingan yang telah memberikan arah dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis dalam menjalani setiap tahap magang di PT. Krakatau Pipe Industries. Tidak hanya memberikan panduan praktis dan nasihat yang berharga, tetapi juga selalu siap membantu menyelesaikan setiap tantangan yang penulis hadapi selama magang.
9. Bapak Darmawan Samhua Terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan selama penulis melaksanakan proses program magang industri di PT. Krakatau *Pipe Industries*.
10. Seluruh Staf dan Karyawan PT. Krakatau *Pipe Industries* terima kasih atas keramahan, kerjasama, dan kesediaan untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan penulis selama masa magang. Kontribusi yang telah memberikan warna dan nilai tambah yang berarti bagi pengalaman penulis.
11. Teruntuk Ama, terimakasih banyak atas dukungan, serta doa yang selalu diberikan kepada penulis. Ama terimakasih karna selalu menemani dan memberikan perhatian kepada penulis, meskipun penulis tidak bisa lagi berbagi momen keberhasilan ini dengan ama secara langsung, penulis yakin ama melihat dari atas sana dan merasa bangga. Terima kasih atas semua cinta dan pelajaran berharga yang telah ama berikan.
12. Teruntuk keluarga tercinta, khususnya kepada Papah dan Mamah dari penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, doa, dan cinta yang telah diberikan selama penulis membuat Tugas Akhir Ini. Tanpa kehadiran dan dukungan keluarga, penulis mungkin tidak akan mampu melewati setiap tantangan dan rintangan dengan baik.
13. George Harliono Evans penulis ingin menyampaikan terimakasih secara tulus karna telah menjadi penyemangat serta motivator bagi penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini. Terimakasih atas kontribusinya untuk

membuat penulis tetap semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dan terima kasih karena telah memberikan yang terbaik dalam setiap langkah perjalanan ini.

14. DPR IAN penulis ingin menyampaikan segenap rasa terimakasih atas motivasi yang diberikan sebagai salah satu *role model* dari penulis. Lewat karya-karyanya yang mendorong penulis untuk tetap semangat dan berambisi, terimakasih karna sudah mendorong penulis untuk keluar dari zona nyaman dan membuat penulis dapat lebih percaya diri sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
15. Adhwa Firyal terimakasih atas bantuan dan bimbingan sebagai rekan magang selama penulis melaksanakan kegiatan magang di PT. Krakatau Pipe Industries
16. Teruntuk sahabat-sahabat penulis, Febrianita Putri Subandi, Nabila Audy Triani Komara Putri, Putri Octaviani, dan Ghina Nur Aini Najla. Terimakasih atas *support* serta dorongan semangat yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas momen-momen yang diberikan kepada penulis selama penulis berkuliah hingga penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
17. Terakhir penulis ucapkan banyak terimakasih untuk diri sendiri, terimakasih karna telah bertahan dan terus semangat. Penulis menyadari bahwa perjalanan ini tidak selalu mudah, namun penulis bangga dengan keputusan dan usaha yang telah penulis lakukan. Penulis menghargai semangat dan kegigihan penulis dalam menghadapi tantangan, serta kemauan untuk terus belajar dan berkembang di tengah situasi yang baru dan berbeda.

Cilegon, 28 Juni 2024
Yang menyatakan,

Khaila Priwisastra Fitriasyach
NIM. 5502210001

DAFTAR ISI

HALAMAN

PERNYATAAN	Erro
r! Bookmark not defined.	

HALAMAN

PENGESAHAN	Erro
r! Bookmark not defined.	

PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRAC.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Tugas Akhir	4
D. Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Definisi <i>Suppliers</i> Relationship Management (SRM).....	6
B. Pemasok.....	6
C. Aktivitas <i>Suppliers</i> Relationship Management (SRM)	7
D. Manfaat <i>Suppliers</i> Relationship Management (SRM)	10
BAB III METODE PENULISAN	12
A. Objek Kajian/ Penulisan Laporan Tugas Akhir	12
B. Pendekatan Pemecahan Masalah yang digunakan	12
C. Metode Pengumpulan Data	13
1. Jenis dan Sumber Data.....	13
2. Metode Pengumpulan Data.....	14

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
A. Gambaran Umum Perusahaan	15
1. Sejarah Perusahaan	15
2. Visi dan Misi	15
B. Hasil	16
C. Pembahasan	23
1. Penerapan <i>Supplier Relationship Management</i> (SRM) di PT. Krakatau <i>Pipe Industries</i> dalam menjalin hubungan dengan mitra pemasok	23
2. Hambatan Dalam Proses Menjaga Hubungan dengan Pemasok	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	30
A. Kesimpulan	30
B. Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	34

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Nama Pemasok, Kota, dan Barang yang di suplai.....	17
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Lokasi PT. Krakatau Pipe Industries	12
Gambar 4. 1 Logo PT. Krakatau Pipe Industries	15
Gambar 4. 2 Canvass Daftar Rekanan Terseleksi	24
Gambar 4. 3 Canvass Nego	24
Gambar 4. 4 Kunjungan Ke PT. Karya Putra Sangkuriang Bandung	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	34
Lampiran 2. Pedoman Observasi	35
Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi Data Sekunder	36
Lampiran 4. Transkrip Wawancara	37
Lampiran 5. Struktur Organisasi	39
Lampiran 6. Foto Dokumentasi Observasi.....	40
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Tugas Akhir.....	42
Lampiran 8. Biodata Penulis	44

ABSTRAK

PERAN *SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (SRM) PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU *PIPE INDUSTRIES*

KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
5502210001

Tujuan tugas akhir ini untuk mengetahui penerapan *Supplier Relationship Management* dan hambatan dalam menjaga hubungan dengan pemasok di PT. Krakatau *Pipe Industries*. Metode yang digunakan yaitu deskriptif melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai pengumpulan datanya. Hasil dalam tugas akhir ini adalah penerapan *Supplier Relationship Management* yang dilakukan PT. Krakatau *Pipe Industries* melalui empat aktivitas, yaitu; pada aktivitas pertama melakukan *identifying key suppliers* berdasarkan kriteria strategis seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, harga kompetitif, dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan pasar. Pada aktivitas kedua melakukan *information sharing* interaksi perusahaan dengan mitra bisnis untuk berbagi informasi dan menyusun strategi bersama. Aktivitas ketiga yaitu melakukan *decision synchronization* dengan pemasok terpilih untuk diskusi strategis seperti jadwal pengiriman dan pengadaan bahan baku membantu mengurangi konflik dan meningkatkan efisiensi operasional. Selanjutnya aktivitas keempat melakukan *supplier evaluation* secara rutin memastikan standar kualitas dan layanan terpenuhi hasilnya digunakan untuk memperbaiki atau mengganti pemasok yang tidak sesuai. Adapun hambatan dalam menjaga hubungan dengan pemasok yaitu terkait dengan kendala dalam akses internet bagi pemasok kecil.

Kata Kunci : *Supplier Relationship Management*, hubungan pemasok, pemasok

ABSTRACT

THE ROLE OF SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT (SRM) ON SUPPLIERS AT PT. KRAKATAU PIPE INDUSTRIES

**KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
5502210001**

The purpose of this final project is to find out the implementation of Supplier Relationship Management and the obstacles in maintaining relationships with suppliers at PT. Krakatau Pipe Industries. The method used is descriptive through observation, interviews and documentation as data collection. Results in this final project is the implementation of Supplier Relationship Management which is carried out by PT Krakatau Pipe Industries through four activities, The first activity is identifying key suppliers based on strategic criteria such as product quality, on-time delivery, competitive pricing, and flexibility in facing market changes. facing market changes. In the second activity, information sharing the company's interaction with business partners to share information and strategise together. The third activity is decision synchronisation with selected suppliers for strategic discussions such as delivery schedules and raw material procurement. delivery schedules and raw material procurement help reduce conflicts and increase operational efficiency. Improve operational efficiency. Furthermore, the fourth activity is conducting supplier evaluation on a regular basis to ensure quality and service standards are met. The results are used to improve or replace unsuitable suppliers. As for the obstacles in maintaining relationships with suppliers is related to constraints in internet access for small suppliers. internet access for small suppliers.

Keywords: *Supplier Relationship Management, supplier relationship, supplier*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelancaran sistem operasional perusahaan adalah proses produksinya. Kelancaran produksi sangat penting karena dapat memengaruhi keuntungan perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan proses produksi bergantung pada persediaan bahan baku yang optimal. Bahan baku adalah komponen utama dalam proses produksi bagi perusahaan manufaktur. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku ini, sebagian besar perusahaan manufaktur bergantung pada pemasok. Kualitas bahan baku yang disediakan oleh pemasok sangat menentukan kualitas produk akhir. Dalam persaingan bisnis yang tinggi, para pelaku usaha harus memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk. Fokus pada kualitas produk memberikan dampak positif pada bisnis melalui dua cara: dampak pada proses produksi dan dampak pada kualitas bahan baku.

Oleh karena itu, *Supplier Relationship Management* menjadi sudut pandang yang sangat penting bagi perusahaan manufaktur guna menjamin keandalan dan frekuensi pengiriman pasokan dalam situasi yang dinamis dan kompetitif saat ini. Agar hubungan tersebut berjalan efektif dan berkelanjutan, perlu memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, baik pembeli maupun pemasok. *Supplier Relationship Management* merupakan salah satu proses krusial dalam manajemen rantai pasokan yang mengurus hubungan antara perusahaan dengan pemasoknya. Secara esensial, *Supplier Relationship Management* melibatkan integrasi sumber daya, teknologi, alat, dan proses yang sesuai untuk mengkoordinasikan perusahaan dengan pemasoknya, menciptakan hubungan yang kuat dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut penelitian oleh Roushdy et al. dalam Prasetyo (2018), interaksi yang sering dan hubungan yang erat dengan pemasok dapat memiliki dampak positif pada pertukaran informasi dan pengetahuan, yang secara efektif meningkatkan

proses dan kinerja perusahaan. Peran pemasok dalam kesuksesan bisnis sangat signifikan. Proses manajemen pemasok membantu dalam menghitung waktu, biaya, dan energi yang diperlukan untuk meningkatkan hubungan yang positif dengan pemasok. Pengelolaan yang baik terhadap pemasok menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan, pengurangan biaya, peningkatan kualitas produk, dan pelayanan yang lebih baik dari pemasok.

PT. Krakatau *Pipe Industries* merupakan sebuah perusahaan manufaktur yang dimana didalamnya ada peran pemasok sebagai salah satu aset terpenting dalam operasional perusahaan mereka. Dalam proses produksi, PT. Krakatau *Pipe Industries* bergantung pada dukungan bahan baku dari berbagai vendor atau pemasok. Persaingan yang ketat dalam industri mendorong kesadaran akan pentingnya memilih pemasok yang tepat untuk memenuhi kriteria bisnis yang diinginkan. Pemilihan pemasok yang kompeten untuk bahan baku merupakan langkah awal yang krusial bagi perusahaan dalam menjaga kualitas produk tetap terjaga dan operasional berjalan lancar. Pemasok merupakan elemen yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis, karena mereka memainkan peran vital dalam operasional bisnis agar berjalan dengan lancar. Memilih pemasok yang kompeten untuk pembelian bahan baku adalah langkah awal bagi perusahaan dalam memperoleh bahan baku berkualitas untuk menjaga kualitas produk tetap terjaga. Pemilihan pemasok merupakan tugas operasional utama dalam mengembangkan kemitraan rantai pasokan yang berkelanjutan. Dalam memilih pemasok yang memenuhi kriteria keberlanjutan secara menyeluruh, penting untuk mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi, yang dapat meningkatkan kinerja rantai pasokan. Pemasok merupakan aset yang memungkinkan perusahaan untuk mengkonsolidasikan atau meningkatkan kemampuan internal dan bersaing dengan lebih efektif di pasar. Membangun jaringan yang kuat dengan pemasok merupakan peran penting untuk memastikan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif. Ini dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja operasional perusahaan. Kerjasama dengan pemasok menjadi sumber keunggulan

kompetitif, di mana perusahaan dapat mendorong inovasi, mengurangi biaya, serta meningkatkan respons terhadap kebutuhan pelanggan.

Penelitian tentang pemilihan pemasok menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir karena organisasi mulai berfokus pada isu-isu kompetensi inti dan mengalihdayakan kegiatan yang kurang menguntungkan kepada mitra rantai pasokan (Arnold, 2000; Lonsdale dan Cox, 2000; Quinn, 1999 dalam Govindan, Rajendran, Sarkis, dan Murugesan 2015). Evolusi ini mencakup fokus yang lebih strategis pada hubungan pembeli-pemasok di mana kolaborasi yang erat diperlukan dan keterampilan serta kemampuan tertentu diperlukan (Sarkis dan Talluri, 2002 dalam Govindan, Rajendran, Sarkis, dan Murugesan 2015). Keterampilan dan kemampuan ini memerlukan pengawasan yang lebih ketat oleh organisasi pembeli, sehingga menimbulkan tugas yang lebih kompleks dalam mengidentifikasi dan memilih mitra rantai pasokan strategis. Hal ini disebabkan oleh beberapa pemasok yang memiliki kapasitas terbatas atau menghadapi kendala lainnya.

Saat ini, banyak perusahaan yang melakukan seleksi pemasok dikarekanakan apabila perusahaan melakukan Kesalahan dalam memilih pemasok dapat sangat memengaruhi kinerja perusahaan. Terutama jika pemasok bahan baku yang dipilih tidak kompeten, hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas perusahaan. Bahan baku adalah komponen penting dalam proses produksi, sehingga jika pemasok yang dipilih tidak mampu memenuhi permintaan atau melakukan kesalahan seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian kuantitas, atau pengiriman barang yang tidak sesuai, maka kinerja perusahaan akan terkena dampak langsung.. Seleksi pemasok adalah tahap dalam proses pembelian industri yang biasanya melibatkan peninjauan proposal dan pemilihan pemasok. Perusahaan pembeli akan mempertimbangkan berbagai atribut dari pemasok beserta kepentingan relatifnya. Atribut-atribut dalam seleksi pemasok dapat mencakup kualitas produk dan layanan, reputasi, ketepatan waktu pengiriman, perilaku etis perusahaan, komunikasi yang jujur, serta harga yang kompetitif. Akhirnya,

perusahaan pembeli dapat memilih satu pemasok atau beberapa pemasok (Kotler et al., dalam Balang et al., 2020).

Dalam penerapannya PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki beberapa divisi yang berhubungan dengan *Supplier Relationship Management* salah satunya adalah divisi logistik pengadaan jasa. Dimana pada divisi ini bertanggung jawab atas pengadaan layanan yang diperlukan untuk operasional perusahaan. Selain itu, divisi ini juga bertujuan untuk mengelola hubungan dengan penyedia layanan, melakukan negosiasi harga dengan pemasok, dan memantau kinerja penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan perusahaan. Pada Tugas Akhir ini akan membahas terkait dengan pentingnya penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM), Kaitan pemasok dengan PT. Krakatau *Pipe Industries* agar PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat menentukan pemasok yang menguntungkan, loyal, dan berjangka Panjang serta hambatan apa saja yang dihadapi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah terkait tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *Suppliers Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries* dalam menjalin hubungan dengan pemasok?
2. Apa hambatan yang dialami dalam proses menjaga hubungan dengan pemasok?

C. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan *Suppliers Relationship Management* (SRM) yang dilakukan oleh PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk menjalin hubungan baik dengan mitra pemasok.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang muncul serta bagaimana cara perusahaan untuk menyelesaikan hambatan tersebut.

D. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang didapat dari penulisan Tugas Akhir ini ialah:

1. Bagi ilmu pemasaran

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi signifikan pada ilmu pemasaran, khususnya di bidang *Suppliers Relationship Management* (SRM). Dengan menyajikan studi kasus dan analisis yang mendalam tentang penerapan *Suppliers Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries*, penulis berupaya menambah pemahaman tentang bagaimana *Suppliers Relationship Management* (SRM) dapat diimplementasikan secara efektif untuk meningkatkan hubungan dengan pemasok.

2. Bagi Perusahaan

Tugas akhir ini diharapkan dapat membantu PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk mengembangkan *Suppliers Relationship Management* (SRM) yang efektif untuk memperkuat hubungan dengan pemasok. Dengan analisis yang mendalam dan rekomendasi yang komprehensif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis yang dapat diimplementasikan oleh PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk meningkatkan komunikasi, efisiensi, dan kepuasan pemasok.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi *Suppliers Relationship Management* (SRM)

Supplier Relationship Management (SRM) merupakan bagian dari sebuah proses bisnis dalam *Supply Chain Management* yang menyediakan struktur untuk memelihara dan meningkatkan hubungan antara perusahaan utama dengan para pemasoknya. Menurut Mettler & Rohner dalam Prasetyo (2018) definisi dari *Supplier Relationship Management* (SRM) adalah pendekatan komprehensif untuk meningkatkan kerjasama (*business relationship level*), koordinasi (*process level*), dan komunikasi (*information systems level*) antara perusahaan dan *suppliernya* untuk terus meningkatkan efisiensi dan keberhasilan dari kolaborasi dan sekaligus meningkatkan kualitas, keamanan, dan inovasi. Sedangkan menurut Williams dalam Al-Abdallah et al., (2014) *Supplier Relationship Management* (SRM) memiliki sasaran jangka panjang dan jangka pendek. Sasaran jangka panjang yang mencakup; menciptakan nilai untuk pelanggan, meningkatkan profitabilitas, meningkatkan efisiensi operasi produksi, serta memperbesar pangsa pasar. Fleksibilitas dalam rantai pasokan memungkinkan respons yang efektif terhadap perubahan dalam permintaan, penawaran, dan produk. Adaptasi yang dimaksud dalam konteks ini adalah penyesuaian terhadap perubahan lingkungan yang signifikan (Soh et al., dalam Suryajaya 2023). Dengan demikian, SRM yang efektif dan fleksibel dapat membantu perusahaan beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar yang berubah dan menjaga keunggulan kompetitifnya.

B. Pemasok

Menurut Damanik dan Utomo (2020) Pemasok merupakan pihak eksternal atau pihak luar yang menyediakan atau menjual barang baik barang jadi, barang setengah jadi maupun barang mentah yang akan dijual kembali oleh perusahaan kepada konsumen. Dengan kata lain pemasok merupakan *supplier*

barang atau jasa yang memiliki ikatan Kerjasama kontrak terhadap pihak perusahaan. *Supplier* atau pemasok merupakan salah satu rantai yang paling kritis atau penting bagi keuntungan dan kelangsungan hidup sebagian besar perusahaan. Perusahaan kelas dunia tahu bahwa mutu produk dan layanan mereka sangat berhubungan langsung dengan mutu *supplier* atau pemasok dan produk serta layanan yang mereka berikan (Fernandez, dalam Rusdah dan Widyawati dalam Wulandari 2014). Menurut Pujawan dalam Cakra dan Baihaqi (2020), *supplier* atau pemasok dapat diartikan sebagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberhasilan manufaktur dalam menjalankan bisnisnya. Pemasok secara intensif mendukung keberhasilan proses operasi perusahaan. Dukungan ini terlihat dari penyediaan bahan baku oleh pemasok, di mana kualitas pemasok dapat dinilai dari produk akhir yang dihasilkan oleh perusahaan. Heizer dan Render dalam Cakra dan Baihaqi (2020), berpendapat bahwa pemilihan pemasok melibatkan proses menemukan pemasok potensial dan mengevaluasi kemungkinan bahwa mereka akan menjadi pemasok terbaik.

C. Aktivitas *Suppliers Relationship Management* (SRM)

Menurut Tran dalam Prasetyo (2018) aktifitas SRM meliputi:

a. Pemilihan *supplier*

Pemilihan *supplier* seringkali membutuhkan berbagai kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan manufaktur. Memilih pemasok adalah kegiatan strategis, khususnya jika pemasok tersebut akan menyediakan barang-barang kritis dan/atau digunakan dalam jangka panjang sebagai pemasok utama. Salah satu aspek penting dalam pemilihan pemasok adalah kriteria pemilihan.

b. Evaluasi *supplier*

Evaluasi kinerja pemasok barang/jasa adalah proses pengukuran dan penilaian terhadap kinerja pemasok selama berlangsungnya transaksi jual beli produk, baik berupa barang maupun jasa.

c. Segmentasi *supplier*

Segmentasi pemasok melibatkan pengelompokan pemasok berdasarkan kemampuan mereka, sehingga setiap kelompok memiliki karakteristik yang serupa. Ini adalah tahapan yang penting antara proses pemilihan pemasok dan manajemen pemasok.

d. Pengembangan hubungan

Sebelum menerapkan *Suppliers Relationship Management* (SRM) dan mengoptimalkan manfaat dari rantai pasokan, perusahaan perlu mempertimbangkan persyaratan yang diperlukan untuk mengembangkan dan memelihara hubungan dengan pemasok. Hubungan ini, seperti halnya dengan semua pihak terkait perusahaan lainnya, memerlukan kerjasama dan saling memiliki kepercayaan yang solid. Sebelum membangun hubungan yang didasarkan pada kepercayaan, pelanggan dan pemasok harus memiliki nilai-nilai inti yang sejalan.

e. Pengukuran kinerja

Vendor Performance Indicator adalah sistem manajemen yang digunakan untuk mengukur kinerja pemasok secara menyeluruh dan sesuai dengan persyaratan perusahaan. Sistem ini bertujuan untuk menunjukkan performa pemasok guna memastikan stabilitas produksi dengan menghindari kekurangan bahan baku. Perusahaan biasanya memiliki lebih dari satu pemasok untuk setiap item barang, sehingga *Vendor Performance Indicator* digunakan untuk mengevaluasi masing-masing pemasok.

f. Manajemen risiko

Manajemen risiko adalah suatu proses yang mencakup pengidentifikasian, evaluasi, dan pengelolaan risiko yang dapat berdampak pada kesuksesan atau kinerja suatu organisasi.

g. Pengembangan *supplier*

Pengembangan *supplier* merupakan proses yang melibatkan sejumlah kegiatan untuk meningkatkan mutu, keterampilan, dan kapabilitas pemasok.

h. Pengukuran kinerja hubungan *supplier*.

Perlu dicatat bahwa konsep pengukuran kinerja hubungan pemasok tidak hanya terbatas pada pemasok material eksternal, tetapi juga mencakup entitas di pabrik yang menyediakan produk setengah jadi.

- **Hubungan Eksternal (*External Relationship*)** Pemasok eksternal dapat dianggap sebagai perpanjangan dari pabrik itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang kuat untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan, meminimalkan investasi dalam inventori, dan meningkatkan efisiensi kegiatan manufaktur.
- **Hubungan Internal (*Internal Relationship*)** Komunikasi dalam perusahaan antara tim manufaktur dengan menunjukkan keterkaitan dalam hubungan rantai pemasok, produksi, dan pelanggan adalah aspek yang sangat penting. Hubungan dalam rantai pemasok, produksi, dan pelanggan merupakan konsep terkini yang telah banyak diadopsi oleh perusahaan manufaktur modern.

Sedangkan menurut Paragony et al., (2020) kita dapat mengadaptasi aktivitas SRM untuk disesuaikan dengan kondisi perusahaan dan diperoleh 4 aktivitas yang akan diteliti yaitu:

1. *Identifying Key Suppliers* (Identifikasi Pemasok Kunci)

Perusahaan perlu membangun hubungan cross functional dengan key *supplier*. Sebaliknya, dengan *supplier* lain yang tidak terlalu kritis vital perannya bagi perusahaan, perusahaan dapat menjaga hubungan baik sebagai “penjual-pembeli” biasa.

2. *Information Sharing* (Pembagian Informasi)

Information sharing merupakan kemampuan perusahaan dalam berinteraksi dengan partner bisnisnya dalam hal berbagi informasi guna 9 erjasam strategi bersama. Information sharing sering kali digunakan sebagai dimensi dalam mengukur hubungan rantai pasok. Hal ini dikarenakan pembagian informasi merupakan dasar dalam menjalin suatu hubungan.

3. *Decision Synchronization* (Sinkronisasi Keputusan)

Decision Synchronization (sinkronisasi keputusan) atau pengambilan 10 tingkat 1010 bersama oleh perusahaan dan pemasok memungkinkan perusahaan untuk mengurangi terjadinya konflik pada hubungan rantai pasok. Decision synchronization merupakan salah satu dimensi yang mampu mengukur kolaborasi atau suatu hubungan antara perusahaan dengan pemasoknya.

4. *Supplier Evaluation* (Evaluasi Pemasok)

Evaluasi kinerja pemasok merupakan salah satu praktik dalam *Supplier Relationship Management*. Implementasi *Supplier Relationship Management* ini berperan dalam mengukur dan memonitor hasil kinerja pemasok. Hasil dari evaluasi kinerja pemasok bisa dijadikan dasar dalam pengalokasian order di masa yang akan datang. Tolak ukur suatu usaha telah melakukan evaluasi pemasok dengan baik antara lain adalah senantiasa melakukan evaluasi terkait ketepatan jumlah pesanan yang dikirim, ketepatan waktu pembayaran & pengiriman dan evaluasi terkait kualitas material dari pemasok serta memberikan feedback yang berupa masukan ataupun reward kepada pemasok secara berkala.

D. Manfaat *Suppliers Relationship Management* (SRM)

Menurut Du Plessis et al. (2001) dalam van Zyl (2005) dalam Prasetyo (2018), *co-makership* didasarkan pada konsep bahwa hubungan tradisional antara perusahaan dan pemasok sering kali diwarnai oleh konflik mengenai kualitas, harga, dan pengiriman. Namun, melalui SRM, perusahaan dan pemasok menyadari bahwa bisnis mereka bisa jauh lebih menguntungkan jika mereka mengadopsi kerjasama yang erat dan menerapkan komunikasi menyeluruh dengan pemasok, mencakup bidang pengembangan produk, kualitas, teknik, dan logistik. Kepercayaan timbal balik, kontinuitas hubungan, dan kemauan masing-masing pihak untuk menciptakan bisnis yang saling menguntungkan menjadi fondasi hubungan ini. Hubungan tersebut berdampak pada beberapa area seperti:

- a. Spesifikasi produk Dengan kolaborasi, perusahaan pelanggan dan pemasok dapat memastikan bahwa produk dirancang sesuai dengan kemampuan manufaktur pemasok dan kebutuhan pelanggan. Hal ini menghindari ketidaksesuaian spesifikasi, meningkatkan standarisasi, menurunkan tingkat penolakan, mengurangi pengerjaan ulang oleh pelanggan dan pemasok, meningkatkan kinerja pengiriman, menurunkan biaya, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Kualitas Dalam hubungan ini, kualitas dibangun sejak tahap perancangan dan terus ditingkatkan melalui pengendalian proses yang efektif. Pemasok dan pelanggan bekerja sama untuk meningkatkan kualitas produk dan meminimalkan inspeksi seminimal mungkin. Hubungan yang kuat dengan pemasok memungkinkan strategi persaingan yang lebih solid, dicapai ketika perusahaan pelanggan memanfaatkan keahlian pemasok mereka sendiri.

BAB III

METODE PENULISAN

A. Objek Kajian/ Penulisan Laporan Tugas Akhir

Objek dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah PT. Krakatau *Pipe Industries* yang dimana penulis ditempatkan pada bagian Divisi Logistik Jasa. PT. Krakatau *Pipe Industries* bertempat di Kawasan Industri Krakatau, Jl. Amerika I, Cigading, Warnasari, Citangkil, Cilegon, Banten 42435. Dalam laporan tugas akhir ini penulis akan membahas terkait dengan implementasi *Supplier Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau Pipe Industries dalam menjalin hubungan dengan para pemasok.



Sumber : Google Maps

Gambar 3. 1 Lokasi PT. Krakatau Pipe Industries

B. Pendekatan Pemecahan Masalah yang Digunakan

Metode pendekatan pemecahan masalah yang digunakan adalah Metode Deskriptif. Dengan hasil data yang diperoleh selama melaksanakan kegiatan magang di PT. Krakatau *Pipe Industries*. Metode penelitian deskriptif menurut Kutha dalam Ansori (2020), adalah analisis yang dilakukan dengan menggambarkan fakta-fakta yang kemudian dilanjutkan dengan analisis. Analisis ini tidak hanya menguraikan fakta, tetapi juga memberikan

pemahaman dan penjelasan yang memadai. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi (*library research*), di mana peneliti mengumpulkan data dengan membaca, mempelajari, dan menganalisis jurnal-jurnal nasional maupun internasional, buku, serta artikel dari penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

1) Primer

Menurut Edrisy dan Rozi (2021), data sekunder adalah data tambahan yang mendukung masalah penelitian dan diperoleh dari dokumen, jurnal, dan sumber lainnya. Sementara itu, data primer dikumpulkan dari hasil observasi selama penulis melakukan kegiatan magang di PT. Krakatau *Pipe Industries*. Data primer ini meliputi pengamatan langsung terhadap operasional perusahaan, wawancara dengan staf, serta keterlibatan langsung dalam proses pengadaan dan hubungan dengan pemasok. Dengan memadukan data primer dan sekunder, penelitian ini bertujuan untuk memberikan responsi yang komprehensif tentang penerapan *Supplier Relationship Management (SRM)* di PT. Krakatau *Pipe Industries* serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pemeliharaan hubungan dengan pemasok.

2) Sekunder

Menurut Edrisy dan Rozi (2021), data primer adalah data yang berhubungan langsung dengan masalah penelitian. Sumber data primer ini diperoleh dari internet dan buku yang berisi kata-kata dan tindakan yang memberikan informasi. Dalam penulisan tugas akhir ini, data sekunder yang diperlukan diambil dari dokumen-dokumen yang ada di PT. Krakatau *Pipe Industries* serta teori-teori yang berkaitan dengan *Supplier Relationship Management* dan pemasok.

2. Metode Pengumpulan Data

1) Metode Observasi

Menurut Pujiyanto (2021) observasi secara sederhana dapat diartikan pengamatan terhadap suatu objek atau pokok permasalahan, sehingga metode observasi dapat diartikan sebagai suatu metode untuk melakukan pengamatan suatu obyek atau pokok permasalahan yang dikemukakan melalui media atau lingkungan sekitar. Selama melakukan kegiatan magang penulis mempelajari bagaimana cara perusahaan dapat terus memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar.

2) Metode Pengumpulan Data Dokumentasi Sekunder

Metode ini mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan, diproses, dan dipublikasikan oleh orang lain, bukan oleh peneliti yang mengumpulkan data secara langsung. Ini dapat mencakup data dari sumber-sumber seperti publikasi pemerintah, jurnal akademis, laporan riset pasar, dan kumpulan data lain yang sudah ada. Data yang didapatkan oleh penulis berupa nama-nama pemasok, cara pemilihan pemasok, dan hal yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan.

3) Metode Wawancara

Dalam metode wawancara ini, penulis melakukan wawancara dengan pembimbing magang penulis di PT. Krakatau Pipe Industries. Selain itu, penulis juga melakukan beberapa kajian Pustaka dari berbagai sumber demi melengkapi serta memperdalam data-data yang relevan dengan topik pembahasan dari penulis. Kajian ini bertujuan untuk melengkapi serta memperdalam data-data yang relevan dengan topik pembahasan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan



Sumber : <https://krakataupipe.com/company-profile/kpi-at-a-glance/>

Gambar 4. 1 Logo PT. Krakatau Pipe Industries

PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki spesialisasi dalam pembuatan pipa baja sejak tahun 1972 sebagai anak perusahaan dari PT Krakatau Steel. Berlokasi strategis di Kawasan Industri Krakatau Cilegon Banten, Indonesia – kompleks industri baja terbesar di kawasan ini. Lebih dari 40 tahun memproduksi pipa, PT. Krakatau *Pipe Industries* dengan sertifikasi API 5L telah mengumpulkan pengalaman yang luas dari proyek-proyek domestik dan internasional. Hal ini telah menunjukkan keberadaan yang kuat dalam pengetahuan operasional dan sumber daya manusia. Sebagai anak perusahaan dari PT Krakatau Steel (Persero), Tbk, Krakatau *Pipe Industries* mendapat dukungan penuh dari pasokan material utama dari PT Krakatau Steel (Persero), Tbk dan pasokan layanan lainnya seperti pelabuhan dari anggota grup yang pada gilirannya dukungan ini memberikan kami keunggulan kompetitif untuk memastikan bahwa kebutuhan pelanggan selalu terpenuhi terutama dalam hal kuantitas, kualitas, dan waktu pengiriman.

2. Visi dan Misi

Visi perusahaan diturunkan berdasarkan pemahaman bahwa pijakan perusahaan adalah pasar domestik di mana skala ekonomi harus dicapai dan fakta bahwa kualitas telah menjadi komitmen perusahaan. Perusahaan telah lama dikenal sebagai produsen pipa dan pelindung korosif berkualitas tinggi

karena prosedur kontrol dan jaminan kualitas yang menyeluruh serta teknologi yang digunakan dalam proses produksi. Perusahaan berkomitmen untuk mempertahankan dan lebih meningkatkan hal ini demi kepuasan pelanggan. Juga harus ada keseimbangan antara daya saing harga dan proposisi nilai dari produk dan layanan kami yang diberikan kepada pelanggan. PT. Krakatau *Pipe Industries* percaya bahwa harga yang wajar akan bermanfaat bagi pelanggan dan perusahaan untuk tumbuh dan melayani pelanggan dengan lebih baik.

Pasar domestic merupakan tempat awal di mana basis pelanggan perusahaan harus dibangun dan dipertahankan untuk pertumbuhan perusahaan di masa depan. Karena ada perkembangan ke arah ekonomi tanpa batas, perusahaan menganggap pasar regional sebagai pasar domestik perusahaan dan membiarkan standar kualitas tinggi perusahaan dinikmati oleh pelanggan baru perusahaan.

1) Visi

“Menjadi korporasi yang kompetitif, menguntungkan dan terpercaya”.

2) Misi

- a. Mewujudkan kinerja operasional yang produktif dan efisien untuk menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang menguntungkan
- b. Mengembangkan bisnis baja melalui kerja sama yang saling menguntungkan dengan mitra strategis.
- c. Mengembangkan aplikasi solusi baja dan produk baja hilir untuk meningkatkan nilai tambah serta kepuasan pelanggan.
- d. Meningkatkan nilai bisnis group untuk memberikan kontribusi positif dan mengoptimalkan rantai pasokan.
- e. Mengembangkan talenta terbaik untuk dapat berkontribusi optimal dalam seluruh proses

B. Hasil

Data primer dan sekunder diperoleh melalui serangkaian metode, yang mencakup wawancara, observasi, dan pengumpulan data sekunder dari dokumen yang relevan. Informasi yang terkumpul merangkum gambaran

umum tentang PT. Krakatau *Pipe Industries*, serta penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) pada data pemasok serta hambatan di PT. Krakatau *Pipe Industries*.

Gabungan data ini diharapkan dapat memungkinkan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait profil perusahaan dan bagaimana *Supplier Relationship Management* (SRM) diintegrasikan dalam hubungan dengan pemasok. Hasil wawancara yang dilakukan memberikan informasi mendalam mengenai pemasok di PT. Krakatau *Pipe Industries*.

Data yang diperoleh dari wawancara ini akan disajikan dalam bentuk tabel. Tabel 4.1 dibawah ini akan menampilkan informasi terkait beberapa pemasok di PT. Krakatau *Pipe Industries*, termasuk nama pemasok, asal kota pemasok, dan jenis barang yang disuplai, Data ini diharapkan akan memberikan Gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan PT. Krakatau *Pipe Industries* dengan para pemasoknya, serta bagaimana penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) berperan penting dalam mengelola hubungan tersebut. Data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Tabel Nama Pemasok, Kota, dan Barang yang di suplai

Nama Pemasok	Kota	Barang
Sinometal Group Corporation Limited	Shijingshan	<i>spare part machine</i>
Dupont Huajia Chemical Co. Ltd	Huangshan	<i>material coating</i>
Guangzhou Lushan New Materials	Guangzhou China	<i>spare part machine</i>
Langfang Dingsheng Mech Equip	Hebei	<i>spare part machine</i>
Taiyuan Mining Machinery Import & Export	China	<i>spare part machine</i>
Taiyuan Snuggery Import & Expo	Taiyuan	<i>spare part machine</i>
Lecoeur Electronic	Paris	<i>spare part machine</i>
Alpha Metal GMBH & Co KG	Ensdorf	<i>spare part machine</i>
Astral Engineering GMBH	Germany	<i>spare part machine</i>
Hansabras	Germany	<i>spare part machine</i>
PWS-GMBH	Ravensburg	<i>spare part machine</i>

Nama Pemasok	Kota	Barang
Sika Deutschland GMBH	Stuttgard	<i>material coating</i>
Porwals Industries	Nagar Raip	<i>spare part machine</i>
Smaco (M) SDN BHD	Selangor	<i>spare part machine</i>
Borouge Pte. Ltd	Singapore	<i>material coating</i>
Dupont Company (SING) Pte. Ltd	Singapore	<i>spare part machine</i>
NDT Instrument Pte. Ltd	Singapore	<i>spare part machine</i>
Sauer-Danfoss-Daikin Pte. Ltd	Singapore	<i>spare part machine</i>
Material @ Pte. Ltd	The Bayshore	<i>material coating</i>
MILLTECH Co. Ltd	Yusong-Gu	<i>spare part machine</i>
KCC Corporation	Seocho-gu – Seoul	<i>material coating</i>
Professional Testing Services	Singapore	<i>spare part machine</i>
METROTECT (S.E.A) Pte Ltd	Singapore	<i>spare part machine</i>
Bitumax Industries Sdn, Bhd	Bandar Puteri Puchong, Selango	<i>material coating</i>
PT. Indolok Bakti Utama	Jakarta Pusat	<i>general</i>
Padide Gostaran Gharb Company	Tehran	<i>material coating</i>
Tyhoo Industries Co. Ltd	Shanghai-China	<i>spare part machine</i>
Hyundai Engineering Plastics,C	Bundang-Gu, SeongNam	<i>material coating</i>
Minetech Asphalt Man International	Selangor	<i>material coating</i>
Dalian Sage Group Co.,Ltd.	Dalian	<i>spare part machine</i>
Senar Holdings Pte Ltd.	Singapore	<i>material coating</i>
Sigma Software Systems Co.,Ltd.	Japan	<i>material coating</i>
Senar Holding PTE. Ltd	Bizhub-Singapore	<i>material coating</i>
Plascoat Systems B.V.	Netherlands	<i>material coating</i>
Linsinger Maschinenbau GMBH	Austria	<i>spare part machine</i>
Shenzhen Henghongxing Trading Co. Ltd	Zhongshan	<i>spare part machine</i>
Yuanyangsihai Import & Export Co. Ltd	Birmingham	<i>spare part machine</i>
Shanghai Yoshimoto Coating Co. Ltd	Shanghai	<i>material coating</i>
Akzo Nobel Power Coating Co. Ltd	China	<i>material coating</i>
Qingdao Xinxing Construction Mach. C	Qingdao, Shandong, China	<i>spare part machine</i>

Nama Pemasok	Kota	Barang
Dalian Yihai International Trade. Co	China	<i>spare part machine</i>
Dalian Sage KP Technology Ltd	Dalian China	<i>spare part machine</i>
Sam Young Petro Co. Ltd	Seoul, South Korea	<i>material coating</i>
Posco International Corporation	Incheon, South Korea	<i>Raw material</i>
Samhwa Paints Ind. Co. Ltd	Republic Of Korea	<i>material coating</i>
Wuxi Haizaina Engineering Tech. Co.	Huai'an, Jiangsu Province – China	<i>material coating</i>
Zwickroell Pte. Ltd	Singapore	<i>spare part machine</i>
Adi Putra Teknik	Cilegon	<i>general</i>
Adil Jaya	Semarang	<i>transportation</i>
Amelindo Pratama Abadi	Bekasi	<i>material coating</i>
PT. Anugerah agung Abadi Indonesia	Serang	<i>oil</i>
PT. Apikon Indonesia	Jakarta	<i>spare part machine</i>
PT. Apollo Aneka Plasindo	Bekasi	<i>end cup</i>
Asia Plast Industries	Tangerang	<i>material coating</i>
Asia Prima	Jakarta	<i>material coating</i>
Asia Teknik Engineering	Jakarta	<i>spare part machine</i>
Atlas Copco Indonesia	Jakarta	<i>compressor</i>
CV. Auliya Jaya Perkasa	Cilegon	<i>general</i>
Bahari Caraka Sarana Indonesia	Cilegon	<i>transportation</i>
BALOI 128	Jakarta Barat	<i>material coating</i>
CV. Banten Brain	Cilegon	<i>spare part machine</i>
Baralogam Multijaya	Jakarta	<i>steel</i>
Bartech Systems Indonesia	Jakarta	<i>steel</i>
Badan Tenaga Nuklir Nasional	Jakarta	<i>service</i>
PT. Bestonindo Central Lestari	Jakarta Barat	<i>oil</i>
PT. Bhandha Ghara Rekasa	Kelapa Gading Jakarta	<i>transportation</i>
PT. Breindo Jaya Tehnik	Bekasi Timur	<i>cutting insert</i>
Buana Centra Swakarsa	Cilegon	<i>logistic</i>
Cv. Calvina	Cilegon	<i>general</i>
Canusa CPS	Singapore	<i>material coating</i>
Caprefindo	Bekasi	<i>material coating</i>
Carboline Indonesia	Jakarta Utara	<i>material coating</i>
Carbon & Electric	Jakarta	<i>spare part machine</i>
Calvelindomulya Perdana	Jakarta Barat	<i>spare part machine</i>
Central Bearindo International	Jakarta	<i>spare part machine</i>

Nama Pemasok	Kota	Barang
PT. Cigading Habeam Centre	Jakarta	<i>steel</i>
Cilegon Jaya Suplindo	Cilegon	<i>general</i>
CV. Cilegon Mitrapersada Raya	Cilegon	<i>general</i>
Cipta Gemilang Jaya	Tangerang	<i>general</i>
PT. Cipta Hydropower Abadi	Cilegon	<i>compressor</i>
Cipta Karya Saputra	Serang	<i>general</i>
Ciptayana Mandiri	Cilegon	<i>general</i>
PT. Citra Airindo Abadi	Jakarta Barat	<i>general</i>
Citra Selaras Sejati	Jakarta Utara	<i>general</i>
CPI Indonusa	Jakarta	<i>general</i>
Cyklus Indonesia Utama	Jakarta	<i>general</i>
Daewoo International Corporation	Jakarta	<i>material coating</i>
Danikieta Berlianva Prakarsa	Jakarta	<i>general</i>
Daya Steel	Cilegon	<i>steel</i>
Delta Engineering	Jakarta	<i>spare part machine</i>
Digital Akurasi	Cilegon	<i>service</i>
PT. Ditajaya Mitra Perkasa	Jakarta Barat	<i>general</i>
Drive Automation Center	Jakarta Utara	<i>general</i>
Dunia Express Trasindo	Jakarta	<i>transportation</i>
Dupont Agricultural Products	Jakarta	<i>general</i>
Duta Rantai Mas	Jakarta	<i>general</i>
PT. Duta Utama Senjaya	Cilegon	<i>general</i>
Dwi Fajar Sarana	Cianjur	<i>end cup</i>
Dwi Forisa Sejahtera	Jakarta	<i>general</i>
Dwi Guna Bhakti	Cilegon	<i>general</i>
CV. Dwi Intan Jaya Lestari	Cilegon	<i>general</i>
Dwi Jaya	Cilegon	<i>general</i>
Dwi Karya	Tangerang	<i>general</i>
Dwi Karya Utama	Cilegon	<i>general</i>
Dwi Putra	Cilegon	<i>general</i>
Dwiprima Karyaguna	Cilegon	<i>Coating</i>
PT. Ekatama Putra Perkasa	Jakarta Pusat	<i>general</i>
Eon Chemical Putra	Jakarta Selatan	<i>material coating</i>
Esabindo Pratama	Jakarta	<i>Raw material</i>
Esha Harmoni	Cilegon	<i>general</i>
Existama Putranindo	Bekasi	<i>transportation</i>
Expanda Murti Internesia	Jakarta Selatan	<i>transportation</i>
Festo	Jakarta Selatan	<i>spare part machine</i>
Forta Larese	Jakarta Pusat	<i>safety shoes</i>

Nama Pemasok	Kota	Barang
Gassindo Intinusa	Jakarta	<i>gas</i>
Gerfa Maunggal Teknindo	Tangerang	<i>general</i>
PT. Gerindo Superteknik	Jakarta Pusat	<i>general</i>
CV. Gita Perdana	Bekasi	<i>general</i>
Global Bahana Utama	Jakarta	<i>general</i>
Global Solution Technology ASE	Jakarta Pusat	<i>IT</i>
Global Trans Servindo	Jakarta	<i>transportation</i>
Hamasa Steel Center	Jakarta	<i>steel</i>
Hamparan Duta Baja	Cilegon	<i>steel</i>
Hempel Indonesia	Bekasi	<i>material coating</i>
PT. Holcim Indonesia, Tbk	Jakarta	<i>cement</i>
Indal Steel Pipe	Gresik	<i>steel</i>
Indo Kompresigma	Jakarta Utara	<i>compressor</i>
Indobearing Perkasa	Jakarta	<i>bearing</i>
PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk	Jakarta	<i>cement</i>
Inductotherm Indonesia	Cikarang	<i>spare part machine</i>
Iron Bird	Jakarta Utara	<i>transportation</i>
CV. Java Rhoest Beneko	Cilegon	<i>general</i>
Jaya Abadi Teknik	Cilegon	<i>general</i>
Jaya Mulia Abadi	Cilegon	<i>general</i>
Jaya Suko Pratama	Cilegon	<i>general</i>
Jaya Teknindo Perkasa	Jakarta	<i>general</i>
Jaya Tunggal Teknik	Cilegon	<i>general</i>
PT. Jotun Indonesia	Jakarta	<i>material coating</i>
Jotun Powder Coatings Indonesia	Tangerang	<i>material coating</i>
Karya Benteng Baru Semesta	Cilegon	<i>steel</i>
CV. Karya Bersama Abadi	Cilegon	<i>general</i>
Karya Mandiri Semesta	Jakarta	<i>general</i>
Karya Puji Lestari	Cilegon	<i>general</i>
Kawan Baru Teknik	Cilegon	<i>general</i>
Kawan Lama Multiweldindo	Jakarta Barat	<i>general</i>
PT. Kawan Lama Solusi	Kembangan Jakarta – Indonesia	<i>general</i>
Kawiputra Jaya Perkasa	Jakarta Utara	<i>general</i>
Kayatama Yasirindo	Serang	<i>general</i>
PT. Kedung Buana Indonesia	Cilegon	<i>manpower</i>
CV. Kencana Tehnik	Cilegon	<i>general</i>
CV. Kota Baru Mandiri	Cilegon	<i>general</i>

Nama Pemasok	Kota	Barang
Krakatau Heaterindo	Cilegon	<i>general</i>
Krakatau Mitra Sejati	Cilegon	<i>general</i>
Krupindo Lestari	Jakarta	<i>general</i>
PT. Lenggang Perwira Teknik	Jakarta	<i>general</i>
Majamakmur Sukses Mandiri	Tangerang	<i>steel</i>
Maju Jaya	Cilegon	<i>general</i>
PT. Makmur Mera Graha Dinamika	Jakarta	<i>material coating</i>
Osha Asia	Bogor	<i>safety shoes</i>
Ovindo Metaltama Tehnik	Jakarta	<i>general</i>
Pajar Perkasa Banten	Serang	<i>general</i>
PT. Panca Putra Abadi	Bekasi	<i>general</i>
Pancuran Bernuansa Mas	Serang	<i>general</i>
Pandu Bina Sentoda	Jakarta	<i>spare part machine</i>
Panji Rimba Tehnik	Cilegon	<i>spare part machine</i>
PT. Pratita Prama Nugraha	Jakarta Pusat	<i>spare part machine</i>
PT. Prima Cipta Megah Jaya	Jakarta Barat	<i>general</i>
Prima Grade Semesta	Cilegon	<i>general</i>
Prima Tehnik Crane	Jakarta	<i>general</i>
PT. Purna Baja Harsco	Cilegon	<i>general</i>
PT. Sabi Teknik	Cilegon	<i>general</i>
PT. Sadiku Niagamas Raya	Jakarta	<i>Lubricants</i>

Sumber : PT. Krakatau Pipe Industries

Dari tabel 4.1 diatas diperoleh informasi jumlah pemasok pada PT. Krakatau *Pipe Industries*. Sebagian besar pemasok berasal dari dalam negeri seperti daerah Jakarta dan Cilegon dengan pasokan barang terbanyak adalah *Sparepart Machine* dan *Material Coating*. Dengan menggunakan data dari tabel diatas, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengevaluasi kinerja setiap pemasok secara lebih efektif, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam hubungan pemasok, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan kolaborasi dan efisiensi operasional.

Pemasok merupakan salah satu asset penting bagi PT. Krakatau *Pipe Industries* sebagai salah satu keperluan untuk mensuplai bahan baku produksi, sehingga PT. Krakatau *Pipe Industries* berusaha untuk memilih pemasok dengan teliti agar proses produksi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan prosedur.

C. Pembahasan

1. Penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries* dalam Menjalinkan Hubungan dengan Mitra Pemasok

Supplier Relationship Management (SRM) merupakan salah satu kunci dari suatu bisnis untuk mengelola hubungan perusahaan dengan pemasoknya. *Supplier Relationship Management* (SRM) memainkan peran penting terhadap kesuksesan perusahaan, mengelola hubungan dengan pemasok secara tepat dapat membantu perusahaan untuk mengurangi biaya pembelian material atau komponen produksi. Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu mengoptimalkan proses pembelian atau pengadaan barang, mencakup kualitas, harga, dan pelayanan dari pemasok, cenderung mengalami peningkatan kinerja perusahaan. Efektivitas strategi *Supplier Relationship Management* (SRM) dapat menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) pada PT. Krakatau *Pipe Industries* dalam menjalin hubungan dengan pemasok dijelaskan melalui 4 aktivitas sebagai berikut :

a. *Identifying Key Suppliers* (Identifikasi Pemasok Kunci)

Pada fase ini PT. Krakatau *Pipe Industries* harus dapat mengidentifikasi *Key Suppliers*. Memilih pemasok merupakan kegiatan strategis, terutama ketika pemasok tersebut akan menyediakan barang-barang penting atau akan berperan sebagai pemasok utama dalam jangka panjang. Kriteria pemilihan menjadi salah satu aspek paling krusial dalam proses seleksi pemasok. Dalam PT Krakatau *Pipe Industries*, proses pemilihan pemasok akan sangat memperhatikan beberapa kriteria penting seperti kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, harga yang kompetitif, kepatuhan terhadap regulasi, keandalan layanan, serta fleksibilitas dalam menghadapi perubahan permintaan dan kondisi pasar. PT Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa pemasok dipilih berdasarkan kemampuan mereka untuk memberikan nilai tambah yang

substansial dan mendukung keberhasilan operasional keseluruhan perusahaan. Pemasok potensial biasanya akan diminta untuk mengajukan proposal kerjasama yang mencakup detail tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan, kapabilitas produksi, pengalaman, dan komitmen terhadap standar kualitas dan layanan.

Gambar 4. 2 Canvass Daftar Rekanan Terseleksi

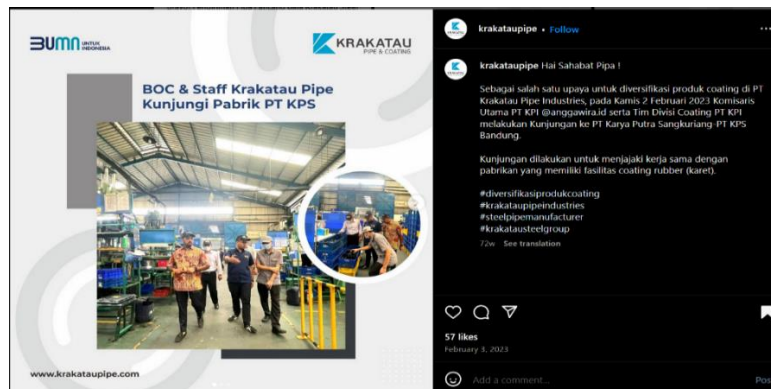
ITEM	MAT. CODE No.	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	UNIT PRICE	TOTAL PRICE	UNIT PRICE	TOTAL PRICE
20.0	PC Modif Bracket Upper Forming BTS "CUSTOM" (Mat1 VCL 140)	2.800.000	56.000.000	3.750.000	75.000.000	3.950.000	79.000.000	-	-
Jumlah		56.000.000	56.000.000	75.000.000	75.000.000	79.000.000	79.000.000	Jumlah	-
Sub Total		56.000.000	56.000.000	75.000.000	75.000.000	79.000.000	79.000.000	Sub Total	-
Biaya Lain		0	0	0	0	0	0	Biaya Lain	-
TOTAL AMOUNT		56.000.000	56.000.000	75.000.000	75.000.000	79.000.000	79.000.000	TOTAL AMOUNT	-

Gambar 4. 3 Canvass Nego

b. Information Sharing (Pembagian Informasi)

Pembagian informasi adalah kemampuan perusahaan untuk berinteraksi dengan mitra bisnisnya dalam berbagi informasi, yang bertujuan untuk membentuk strategi bersama. Di PT. Krakatau Pipe Industries pembagian informasi memainkan peran penting dalam menjaga hubungan yang efektif dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya. Dengan berbagi data yang relevan mengenai permintaan pasar, jadwal

produksi, dan perubahan dalam spesifikasi produk, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat bekerja sama dengan pemasok untuk mengoptimalkan rantai pasokan. Bagi PT. Krakatau *Pipe Industries* komunikasi merupakan suatu hal terpenting bagi perusahaan dan pemasok untuk terus meng-*update* informasi terbaru secara jelas dan efektif terkait kebutuhan dan spesifikasi perusahaan. Selain itu, PT. Krakatau *Pipe Industries* secara rutin mengadakan pertemuan,, kunjungan ke Lokasi pemasok, serta *gathering* bersama pemasok untuk memahami situasi kerja dan saling membangun kepercayaan. Pendekatan kolaboratif ini memungkinkan PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan memastikan kualitas produk tetap tinggi. Dengan demikian, kemampuan PT. Krakatau *Pipe Industries* untuk berbagi informasi secara efektif dengan mitra bisnisnya adalah kunci dalam mendukung strategi bisnis yang sukses dan berkelanjutan.



Gambar 4. 4 Kunjungan ke PT. Karya Putra Sangkuriang Bandung

c. **Decision Synchronization (Sinkronisasi Keputusan)**

Sinkronisasi keputusan atau pengambilan keputusan bersama antara perusahaan dan pemasok memungkinkan pengurangan konflik dalam hubungan rantai pasokan. Pada aktivitas ini PT. Krakatau *Pipe Industries* pertama-tama mengidentifikasi keputusan strategis yang mempengaruhi rantai pasokannya, seperti jadwal pengiriman, pengadaan bahan baku, atau perencanaan produksi. Ini dilakukan

berdasarkan analisis kebutuhan operasional dan strategi bisnis perusahaan. PT. Krakatau *Pipe Industries* memilih pemasok-pemasok kunci yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan tertentu. Pemilihan ini didasarkan pada kriteria-kriteria seperti keandalan, kualitas produk, kemampuan untuk beradaptasi, dan sejalan dengan nilai-nilai perusahaan. Kemudian, PT. Krakatau *Pipe Industries* akan mengundang pemasok yang terpilih untuk melakukan diskusi bersama mengenai keputusan yang akan diambil. Diskusi ini dapat dilakukan dalam bentuk pertemuan tatap muka atau virtual, tergantung pada kebutuhan dan ketersediaan pihak terlibat. Dengan melibatkan pemasok dalam proses pengambilan keputusan PT. Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang seragam mengenai kebutuhan dan tujuan yang hendak dicapai. Hal ini tidak hanya mengurangi potensi konflik, tetapi juga meningkatkan koordinasi dan efisiensi operasional. Misalnya, dalam menetapkan jadwal pengiriman bahan baku, PT. Krakatau *Pipe Industries* bekerja sama dengan pemasok untuk menentukan waktu yang optimal bagi kedua belah pihak. Pendekatan kolaboratif ini akan membantu PT. Krakatau *Pipe Industries* menjaga kelancaran produksi, mengurangi biaya yang tidak perlu, dan meningkatkan kualitas produk akhir. Setelah keputusan diambil, PT. Krakatau *Pipe Industries* akan memastikan implementasi yang tepat dan efektif dari keputusan tersebut. Ini termasuk pemantauan terus-menerus terhadap pelaksanaan keputusan, evaluasi kinerja pemasok, dan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas.

d. *Supplier Evaluation* (Evaluasi Pemasok)

Pada aktivitas terakhir PT. Krakatau *Pipe Industries* akan melakukan evaluasi kinerja pemasok yang merupakan salah satu praktik dalam *Supplier Relationship Management* (SRM). Yang dimana pada

penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) ini berperan dalam menilai dan memantau kinerja pemasok yang nantinya hasil dari evaluasi tersebut akan diberikan kepada audit. Pada PT. Krakatau *Pipe Industries*, evaluasi kinerja pemasok merupakan proses penting untuk memastikan bahwa pemasok memenuhi standar kualitas dan layanan yang ditetapkan. Evaluasi ini meliputi berbagai aspek seperti ketepatan waktu pengiriman, kualitas produk, kepatuhan terhadap regulasi, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan. Berdasarkan hasil evaluasi, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengidentifikasi pemasok yang berkinerja tinggi dan membina hubungan jangka panjang dengan mereka. Sebaliknya, pemasok yang tidak memenuhi standar akan diberikan umpan balik untuk perbaikan atau, jika perlu, diganti dengan pemasok lain yang lebih kompeten. Proses evaluasi ini memastikan bahwa PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mempertahankan efisiensi operasional, mengurangi risiko, dan terus meningkatkan kualitas produk.

2. Hambatan Dalam Proses Menjaga Hubungan dengan Pemasok

Dalam era persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini, pertumbuhan perusahaan tidak dapat dicapai tanpa adanya layanan pemasok yang unggul. Perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pemasok dan memengaruhi loyalitas mereka secara positif. Kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan dengan mitra pemasok mempengaruhi daya saing perusahaan. Dalam menjalin hubungan, apabila hubungan tersebut terjalin dengan baik maka akan berdampak baik bagi perusahaan dalam segi penjualan dan bisa meningkatkan profitabilitas. PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki beragam pemasok untuk membantu memenuhi berbagai kebutuhan operasional PT. Krakatau *Pipe Industries*. Dalam menjaga hubungan dengan pemasok, PT. Krakatau *Pipe Industries* menghadapi berbagai hambatan yang perlu diatasi demi memastikan kelancaran operasional dan produksi bagi perusahaan.

Dalam era yang kini tengah berlangsung, internet memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai aspek. Sebagai media yang luas digunakan, perusahaan memanfaatkan internet sebagai sarana utama untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mendukung berbagai aktivitas perusahaan. Begitu pula dengan PT. Krakatau *Pipe Industries* yang menggunakan teknologi berbasis web untuk memantau proses pengadaan dengan pemasok. Namun, salah satu hambatan dalam proses pemeliharaan hubungan PT. Krakatau *Pipe Industries* dengan pemasok adalah kendala internet yang dialami oleh pemasok kecil dalam mengakses website PT. Krakatau *Pipe Industries*. PT. Krakatau *Pipe Industries* memiliki website khusus untuk pemasok, yang digunakan untuk berbagai aktivitas penting seperti pengisian data barang yang dikirim, volume barang, dan lainnya. Namun, beberapa pemasok kecil mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan website ini secara efektif. Akibatnya, informasi yang diperlukan untuk proses pengiriman dan pemantauan barang seringkali terlambat atau tidak akurat, yang dapat mengganggu alur kerja dan efisiensi operasional perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* menerapkan beberapa strategi dalam *Supplier Relationship Management* (SRM) mereka:

a. Training untuk Pemasok Baru dan Panduan untuk Pemasok Lama

Pemasok baru akan diberikan pelatihan saat mendaftar menjadi rekanan. Pelatihan ini mencakup cara menggunakan sistem berbasis web yang digunakan oleh PT. Krakatau *Pipe Industries*, sehingga pemasok dapat dengan mudah mengakses serta mengelola informasi yang dibutuhkan. Selain itu, perusahaan juga menyediakan panduan dan materi tambahan bagi pemasok yang telah lama terdaftar, memastikan mereka selalu *up-to-date* dengan sistem yang diterapkan. Langkah ini membantu memastikan bahwa semua pemasok, baik lama maupun baru, dapat terus menjalin hubungan yang baik dengan PT. Krakatau *Pipe Industries* secara berkelanjutan.

b. Pengecualian untuk Penggunaan Manual dan Dukungan Berkelanjutan

Bagi beberapa pemasok yang masih kesulitan dengan internet, PT. Krakatau *Pipe Industries* memberikan pengecualian untuk mengirimkan penawaran harga dan proses penagihan secara manual. Hal ini dilakukan agar semua pemasok tetap dapat berpartisipasi dalam proses pengadaan dan memenuhi kebutuhan perusahaan. Selain itu, PT. Krakatau *Pipe Industries* secara berkala membiasakan pemasok untuk mulai menggunakan portal berbasis web. Dengan mengadakan sesi pelatihan tambahan dan memberikan dukungan terus menerus, PT. Krakatau *Pipe Industries* membantu pemasok untuk beradaptasi dengan sistem digital yang diterapkan.

Dengan strategi-strategi ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat mengatasi hambatan internet yang dialami oleh pemasok kecil dan memastikan kelancaran operasional perusahaan melalui penerapan *Supplier Relationship Management (SRM)* yang efektif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Secara keseluruhan, PT Krakatau *Pipe Industries* menerapkan *Supplier Relationship Management* (SRM) dengan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur untuk mengelola hubungan dengan pemasoknya. Melalui *Identification Key Supplier, Information Sharing, Decision Synchronization,* dan *Supplier Evaluation*. PT. Krakatau *Pipe Industries* memastikan bahwa kolaborasi dengan pemasok tidak hanya efisien tetapi juga berorientasi pada mencapai keunggulan operasional. Strategi ini tidak hanya membantu dalam mengoptimalkan rantai pasokan, tetapi juga mengurangi biaya pembelian, meningkatkan kualitas produk, dan meminimalkan risiko. Dengan demikian, penerapan *Supplier Relationship Management* (SRM) di PT. Krakatau *Pipe Industries* bukan hanya mendukung keberlanjutan operasional perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif.

Dalam kompetisi bisnis yang ketat saat ini, PT. Krakatau *Pipe Industries* mengakui pentingnya memiliki hubungan yang kuat dengan pemasok untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan kompetitif. Meskipun menghadapi hambatan terkait akses internet bagi beberapa pemasok kecil, perusahaan telah mengambil Langkah strategis dalam *Supplier Relationship Management* (SRM) untuk mengatasi masalah ini. Melalui pelatihan intensif dan dukungan berkelanjutan, PT. Krakatau *Pipe Industries* membantu pemasok beradaptasi dengan sistem berbasis web perusahaan, memastikan informasi yang diperlukan dapat diakses dan dikelola dengan efektif. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kerjasama jangka panjang antara perusahaan dan mitra pemasoknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan yang didapat, saran penulis pada tugas akhir ini antara lain; melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja pemasok dengan memberikan umpan balik yang konstruktif serta menggunakan data hasil evaluasi untuk meningkatkan proses *Supplier Relationship Management* (SRM) secara keseluruhan guna memastikan semua pemasok dapat memenuhi standar kualitas dan layanan yang ditetapkan; pemasok harus lebih aktif mengikuti sesi pelatihan yang disediakan dan berusaha untuk selalu meningkatkan kemampuan teknis guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka; serta peningkatan komunikasi antar perusahaan sangat penting untuk menciptakan hubungan yang terjalin erat dan saling menguntungkan, sehingga PT. Krakatau *Pipe Industries* dapat memastikan kelancaran operasional dan produksinya sementara pemasok dapat terus berkembang untuk berkontribusi demi kesuksesan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Abdallah, M., G., Abdallah, A., B., Hamdan, K., B. (2014). The Impact Of *Supplier* Relationship Management On Competitive Performance Of Manufacturing Firms https://www.researchgate.net/profile/Ayman-Abdallah/publication/271444793_The_Impact_of_Supplier_Relationship_Management_on_Competitive_Performance_of_Manufacturing_Firms/links/54c7e39f0cf289f0cece34e6/The-Impact-of-Supplier-Relationship-Management-on-Competitive-Performance-of-Manufacturing-Firms.pdf diakses pada 6 Juni 2024 pukul 02.00
- Balango, A., et.al. (2020). APLIKASI SELEKSI PEMASOK KONSTRUKSI MENGGUNAKAN METODE WEIGHTED PRODUCT BERBASIS MOBILE DI PT. BINARTHAMA KHARISMA <https://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/infotronik/article/download/354/222> diakses pada tanggal 10 Juni 2024 pukul 22.28
- Cakra, B., H., A., Baihaqi, I. (2020). Pemilihan *Supplier* Berbasis Lingkungan: Studi Kasus pada PT. Warisan Eurindo <https://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/50428/6126> diakses pada 28 Mei 2024 pukul 16.19
- Damanik, S. Utomo, D. P. (2020). Implementasi Metode ROC (Rank Order Centroid) Dan Waspas Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kerjasama Vendor <http://www.ejurnal.stmikbudidarma.ac.id/index.php/komik/article/download/2690/2082> diakses pada 17 Mei 2024 pukul 23.40
- Edrisy, I. F., Rozi, F. (2021). Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pengancaman Pornografi (Study Kasus Polres Lampung Utara). <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiDnbePkPiCAxWVyDgGHVWyAAMQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.umk.ac.id%2Findex.php%2Flegalita%2Farticle%2Fdownload%2F434%2F222&usq=AovVaw15UkTGF7YkP-VGE7K2-rw&opi=89978449> diakses pada 18 Mei 2024 pukul 01.03
- Govindan, K., et.al. (2015). Multi criteria decision making approaches for green *supplier* evaluation and selection: a literature review https://www.researchgate.net/profile/Sivakumar-r/publication/370978204_Multi_criteria_decision_making_approaches_for_green_supplier_evaluation_and_selection_a_literature_review/links/646d12dc8bf29018ccbaff87/Multi-criteria-decision-making-approaches-for-green-supplier-evaluation-and-selection-a-literature-review.pdf diakses pada tanggal 10 Juni 2024 pukul 11.12

- Herawati, H., Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/3677/2867> diakses pada 06 Juni 2024 pukul 02.30
- Lahu, E., P., Sumarauw, J., S., B. (2017). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts Manado
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/18394/17922> diakses pada 06 Juni 2024 pukul 03.00
- Paragony, P., P., Sofitra, M., Wijayanto, D. (2020). Analisis Implementasi *Supplier Relationship Management* pada UMKM dan Perannya dan Kinerja UMKM di Indonesia
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/download/42491/75676586988> diakses pada 5 Juni 2024 pukul 20.22
- Prasetyo, E., B. (2018). *Supplier Relationship Management Berdasarkan Indeks Proses Kapabilitas Untuk Multiple Characteristic*
https://repository.its.ac.id/50124/1/02411650013042_Erik%20Bagus%20Prasetyo.pdf diakses pada 5 Juni 2024 pukul 13.20
- PT. Krakatau Pipe Industries (2024). <https://krakataupipe.com/company-profile/kpi-at-glance/> diakses pada 17 Mei 2024 pukul 22.28
- Pujiyanto, H. (2021). Metode Observasi Lingkungan dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs.
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewjLk5qDi_iCAxWbTGcHHV4zAjEQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fscholar.archive.org%2Fwork%2Fgcq4od43lvhblpj4at2psitjny%2Faccess%2Fwayback%2Fhttps%3A%2F%2Fahlmedia.com%2Fjurnal%2Findex.php%2Fjira%2Farticle%2Fdownload%2F143%2F138&usq=AovVaw2_SNOj5GcoOXR-X-W2VBf7u0&opi=89978449 diakses pada 18 Mei 2024 pukul 21.20
- Suryajaya, F. (2023). Penerapann Business Intelligence, Marketing Intelligence, dan *Supplier Relationship Management* Sebagai Upaya Mencapai Keunggulan Kompetitif Pada Usaha Ritel
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/29461/8/T2_91202021_Isi.pdf diakses pada 8 Juli pukul 17.07
- Wulandari, N. (2014). Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Supplier* di PT. Alfindo Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/72-Article%20Text-132-1-10-20170123.pdf> diakses pada 27 Mei 2024 pukul 10.30

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PERAN *SUPPLIER* RELATIONSHIP MANAGEMENT (SRM) PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU PIPE INDUSTRIES

Identitas Informan

- a. Nama Informan : Denny Prasetya
- b. Jenis Kelamin : Pria
- c. Jabatan : Direktur Komersil

1. Bagaimana peran SRM dalam meningkatkan hubungan antara PT Krakatau Pipe Industries dan pemasoknya?
2. Bagaimana SRM dapat meningkatkan efisiensi operasional di PT Krakatau Pipe Industries dalam hal pengadaan dan manajemen pemasok?
3. Bagaimana cara perusahaan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi?
4. Didalam SRM terdapat 4 aktivitas, seperti tahapan acquire, enhance, dan retain. Mohon bantu dijelaskan pak terkait 4 aktivitas tersebut di PT. Krakatau Pipe Industries.
5. Bagaimana perusahaan menjaga hubungan baik dengan pemasok?
6. Bagaimana perusahaan memastikan bahwa pemasok memenuhi standar keberlanjutan yang diharapkan?

Lampiran 2. Pedoman Observasi

PEDOMAN DOKUMENTASI PERAN *SUPPLIER* RELATIONSHIP MANAGEMENT (SRM) PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU PIPE INDUSTRIES

1. Kegiatan Aktivitas *Identifying Key Suppliers* di PT. Krakatau Pipe Industries
2. Kegiatan Aktivitas *Information Sharing* di PT. Krakatau Pipe Industries
3. Kegiatan *Decision Synchronization* di PT. Krakatau Pipe Industries
4. Kegiatan *Supplier Evaluatiion* di PT. Krakatau Pipe Industries

Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi Data Sekunder

PEDOMAN DOKUMENTASI PERAN *SUPPLIER* RELATIONSHIP MANAGEMENT (SRM) PADA PEMASOK DI PT. KRAKATAU PIPE INDUSTRIES

1. Data Pemasok
2. Data Perusahaan
 - a. Sejarah
 - b. Profil Perusahaan
 - c. Struktur Organisasi
 - d. Bidang Usaha
3. Data Bentuk *Supplier Relationship Management* (SRM)
4. Data Aktivitas *Identifying Key Suppliers* di PT. Krakatau *Pipe Industries*
5. Data Aktivitas *Information Sharing* di PT. Krakatau *Pipe Industries*
6. Data *Decision Synchronization* di PT. Krakatau *Pipe Industries*
7. Data *Supplier Evaluatiion* di PT. Krakatau *Pipe Industries*

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

Peran *Supplier Relationship Management* (SRM) Pada Pemasok di PT. Krakatau *Pipe Industries*

IDENTITAS INFORMAN

- a. Nama : Denny Prasetya
- b. Umur : 57 Tahun
- c. Jenis Kelamin : Pria
- d. Jabatan : Direktur Komersial
- e. Lama Bekerja : 32 Tahun 6 Bulan
- Tanggal Wawancara : 06 Juli 2024 & 21 Juli 2024

1. Bagaimana peran SRM dalam meningkatkan hubungan antara PT Krakatau *Pipe Industries* dan pemasoknya?

Jawab: Peran *Supplier Relationship Management* (SRM) memudahkan para pemasok untuk memonitor progres penawaran mereka. Saat ini PT Krakatau *Pipe Industries*, sudah membuat portal khusus berbasis web bagi pemasok yang ingin memantau proses pengadaan di PT. Krakatau *Pipe Industries* secara transparan

2. Bagaimana SRM dapat meningkatkan efisiensi operasional di PT Krakatau *Pipe Industries* dalam hal pengadaan dan manajemen pemasok?

Jawab: SRM dapat memungkinkan PT Krakatau *Pipe Industries* untuk menilai dan memilih pemasok berdasarkan kriteria yang ketat, seperti kualitas, harga, keandalan, dan kapasitas

3. Bagaimana cara perusahaan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi?

Jawab: Jadi jika ada pemasok yang tidak memiliki internet kita juga tetap harus selalu berkomunikasi, tidak harus menggunakan website bisa juga

menggunakan fax atau e-mail atau juga Whatsapp yang penting media nya bisa digunakan untuk berkomunikasi

4. Didalam SRM terdapat 4 aktivitas, seperti. Mohon bantu dijelaskan pak terkait 4 aktivitas tersebut di PT. Krakatau Pipe Industries.

Jawab:

1. *Identifying Key Suppliers*

Kita melakukan identifikasi dari para pemasok yang diundang untuk tender, mana yang sesuai dan memiliki kualifikasi terbaik yang akan kami pilih

2. *Information Sharing*

Jadi, di perusahaan kita ada memiliki website khusus pemasok yang nantinya bisa digunakan pemasok untuk mendapatkan informasi tambahan

3. *Decision Synchronization*

Kita biasanya melakukan pengambilan Keputusan bersama yang biasanya dilakukan dalam bentuk tatap muka atau zoom meeting

4. *Supplier Evaluation*

Nanti akan ada tim audit yang membantu untuk melihat kinerja dari para pemasok

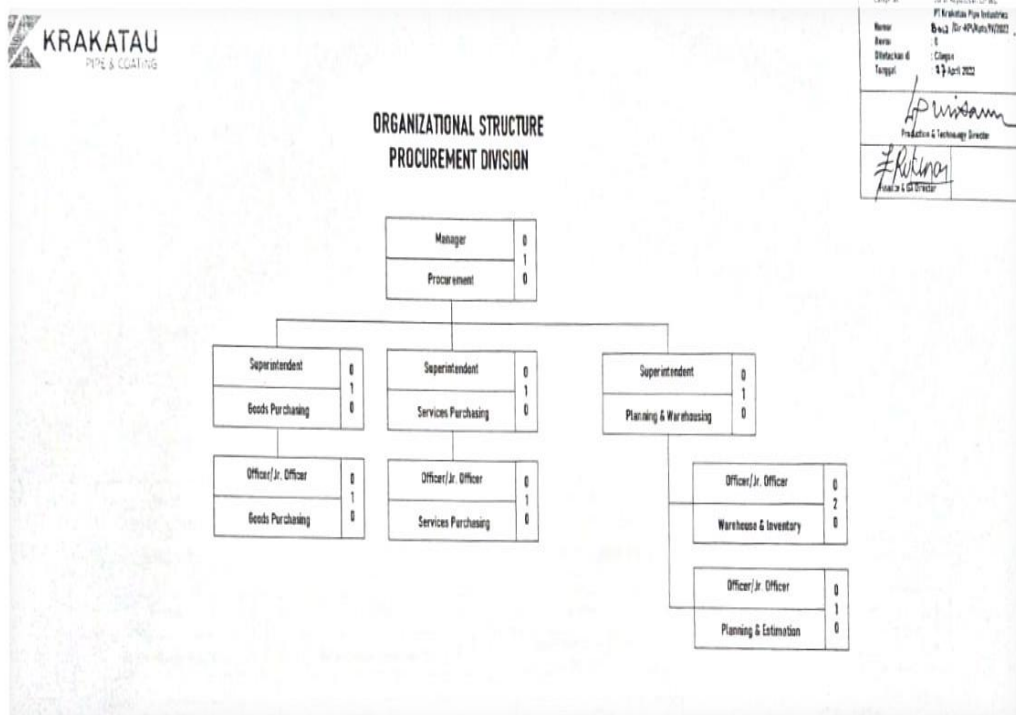
5. Bagaimana perusahaan menjaga hubungan baik dengan pemasok?

Jawab: Biasanya di perusahaan ada audit yang mengatur komunikasi dengan pemasok agar terus terjalin, juga dengan melakukan sharing

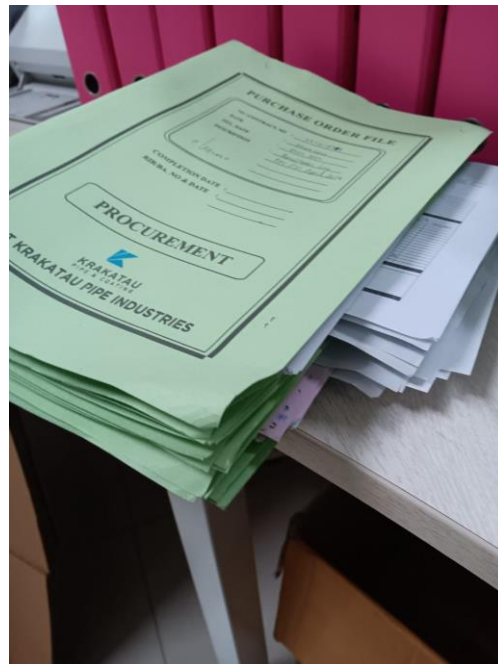
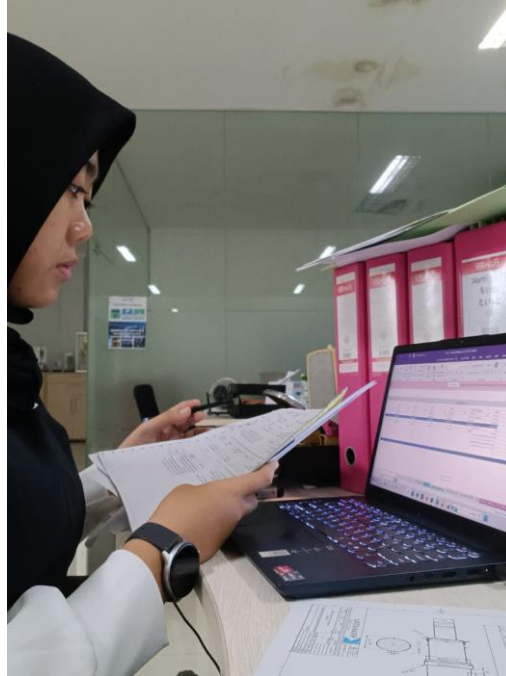
6. Bagaimana perusahaan memastikan bahwa pemasok memenuhi standar keberlanjutan yang diharapkan?

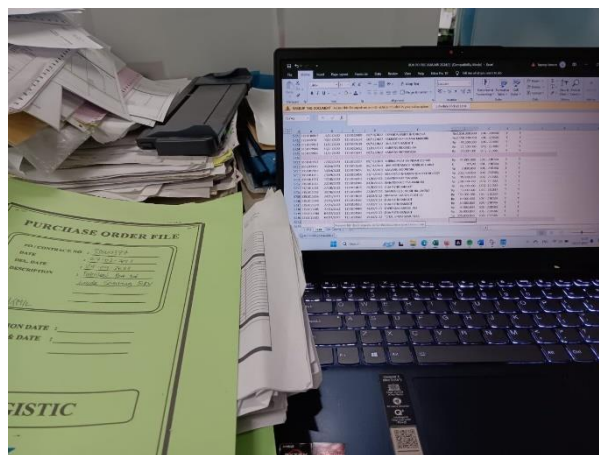
Jawab: Jadi secara kualitas dan kapasitas dia harus konsisten, dan hubungan itu dijalin saat melakukan gathering dan sharing

Lampiran 5. Struktur Organisasi



Lampiran 6. Foto Dokumentasi Observasi





Lampiran 7. Kartu Bimbingan Tugas Akhir

Daftar Bimbingan Tugas Akhir









https://ta.unirta.ac.id/modules/cetak/form_ta02

FORM TA-02

FORM BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
 NIM : 5502210001
 Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN (D3) - D3 Reguler
 Semester : Genap Tahun Akademik 2023/2024
 Pembimbing 1 : SOLEHATIN IKA PUTRI, SE., M.M


Judul Tugas Akhir:
 Peran Customer Relationship Management (CRM) Pada Pemasok di PT. Krakatau PipeIndustries

No	Tanggal	Topik Pembahasan	Paraf Pembimbing
1.	07 Mei 2024	Acc Judul	
2.	22 Mei 2024	Bimbingan Bab 1-3	
3.	04 Juni 2024	Revisi Bab 1-3	
4.	12 Juni 2024	Bimbingan Bab 1-5	
5.	21 Juni 2024	Revisi Bab 1-5 Vol. 1	
6.	23 Juni 2024	Revisi Bab 1-5 Vol. 2	
7.	23 Juni 2024	Acc Bab 1-5	
8.	28 Juni 2024	Acc Sidang	

Serang, 26 Juni 2024
 Mahasiswa,


KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
 NIM. 5502210001

Mengetahui,
 Pembimbing Akademik,







Diqbal Salyanagara, S.E., M.Si.
 NIP. 198102072006041005

FORM TA-02

FORM BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
 NIM : 5502210001
 Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN (D3) - D3 Reguler
 Semester : Genap Tahun Akademik 2023/2024
 Pembimbing 2 : Lina Afifahsholihah, S.E.I., S.Pd., M.Sc.

Judul Tugas Akhir:
 Peran Customer Relationship Management (CRM) Pada Pemasok di PT. Krakatau PipeIndustries

No	Tanggal	Topik Pembahasan	Paraf Pembimbing
1.	07 Mei 2024	Acc Judul	
2.	04 Juni 2024	Bimbingan Bab 1-3	
3.	23 Juni 2024	Bimbingan Bab 1-5	
4.	25 Juni 2024	Revisi Bab 1-5	
5.	26 Juni 2024	Acc Bab 1-5 & Acc Sidang	

Serang, 26 Juni 2024
 Mahasiswa,



KHAILA PRIWISASTRA FITRIASYACH
 NIM. 5502210001

Mengetahui,
 Pembimbing Akademik,



Digdal Petyanegara, S.E., M.Si.
 NIP. 198802072006041005

Lampiran 8. Biodata Penulis



Nama : Khaila Priwisastra Fitriasyach
NIM : 5502210001
Tempat/Tanggal Lahir : Cilegon / 28 November 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : ISLAM
Alamat Email : khailapriwisastrafitriasyach@gmail.com
No. Handphone : 081260209665
Alamat : Jl. Kubang Wates No. 1, RT.001/RW.008, Kel.
Kotabumi, Kec. Purwakarta, Kota Cilegon
Fakultas : FEB
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jumlah SKS : 116 SKS
Angkatan : 2021