

PROSES NEGOSIASI ANTARA UMKM A.M TAHU DAN PEMASOK BAHAN BAKU PRODUKSI

Ifan Rizky Kurniyanto¹⁾, Resti Prastika Destiarni²⁾, Nurul Arifiyanti³⁾,
dan Musyafak⁴⁾

^{1,2,3,4)} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang Perumahan Telang Inda Kecamatan Kamal Bangkalan, Indonesia
e-mail: ¹⁾Ifan.kurniyanto@trunojoyo.ac.id

(Diterima 5 Desember 2023 / Revisi 30 April 2024 / Disetujui 26 Juni 2024)

ABSTRACT

SME's is an industry that plays an essential role in Indonesia's economic development. As one of the SME's, A.M Tahu has a problem fulfilling raw materials. The existence of special orders and moral hazard from suppliers were often obstacles in the production process, so A.M Tahu needed to make a negotiation process to get affordable prices, good quality, and flexibility in the quantity of raw materials with a limited choice of suppliers. The negotiation process certainly does not immediately reach the desired agreement, but it needs to convince both parties. The research aimed to determine the negotiation process between A.M Tahu and raw material suppliers in reaching agreements. This study's data are primary and secondary using AHP (Analysis Hierarchy Process) analysis and descriptive methods. The result showed that the negotiation process for A.M Tahu has several stages in reaching an agreement between the two parties, starting from preparation, meetings, offering, and signing a contract. A.M Tahu gets a more reasonable raw material price of IDR3,000 per kilogram than the price should be, soybean quantity flexibility, and reasonable quality assurance of soybean grain raw materials. A.M Tahu is also prioritized in choosing suppliers outside the sub-district and making raw material variables the primary consideration in supplier selection.

Keywords: AHP, negotiation, negotiation process, negotiation strategy, SMEs

ABSTRAK

UMKM merupakan industri yang memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sebagai salah satu UMKM, A.M Tahu memiliki masalah dalam pemenuhan bahan baku. Adanya pesanan khusus (custom) dan moral hazard dari pemasok (suppliers) seringkali menjadi kendala dalam proses produksi sehingga A.M. Tahu perlu melakukan proses negosiasi untuk mendapatkan harga yang terjangkau, kualitas yang baik, dan fleksibilitas kuantitas bahan baku dengan pilihan pemasok yang terbatas. Proses negosiasi tentu tidak langsung mencapai kesepakatan yang diinginkan, namun perlu dilakukan upaya untuk meyakinkan kedua belah pihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses negosiasi yang terjadi antara A.M Tahu dengan pemasok bahan baku dalam mencapai kesepakatan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dengan menggunakan metode analisis AHP (Analysis Hierarchy Process) dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses negosiasi A.M Tahu memiliki beberapa tahapan dalam mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, mulai dari persiapan, pertemuan, penawaran, dan terakhir kesepakatan. A.M Tahu mendapatkan harga bahan baku yang lebih nyaman yaitu Rp3.000 per kilo dari harga yang seharusnya, fleksibilitas kuantitas kedelai, dan jaminan kualitas bahan baku biji kedelai yang baik. A.M Tahu juga diprioritaskan untuk memilih supplier yang berada di luar kecamatan, dan menjadikan variabel bahan baku sebagai hal utama yang harus diperhatikan dalam pemilihan supplier.

Kata Kunci : AHP, UMKM, Negosiasi, Proses Negosiasi, Strategi Negosiasi

PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan salah satu sektor terpenting dan menjadi fokus perhatian pemerintah dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat. Indonesia melalui kegiatan ekonomi

yang produktif (Wahyuningrum & Aisyah, 2023). Kegiatan ekonomi yang produktif sebagai upaya untuk meningkatkan kekuatan dan taraf hidup masyarakat melalui terpenuhinya kebutuhan seiring dengan kemajuan pertumbuhan ekonomi.

Menurut Kurniyanto et al., (2023) peningkatan dari pertumbuhan ekonomi dapat membantu dalam mengurangi tingkat kemiskinan, melalui berbagai kegiatan ekonomi yang menunjang bagi masyarakat (Gultom et al., 2024). Pertumbuhan ekonomi memengaruhi permintaan pangan seiring bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya nilai ekonomi masyarakat (Kurniyanto & Krisnamurthi, 2018). Menurut Rusdiana & Maesya (2017) sumber daya alam dan keanekaragaman hayati dapat dimanfaatkan melalui berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan dan mengembangkan sumber non-beras, protein, dan mikronutrien di setiap wilayah, serta menerapkan teknologi dengan cepat. Indonesia belum memaksimalkan potensi yang ada sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam. Masyarakat perlu mengembangkan keterampilan atau kemampuan yang ada di daerahnya untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya melalui UMKM.

UMKM adalah usaha yang dapat dijalankan oleh individu, keluarga, dan badan usaha kecil. Usaha Mikro, Menengah dan Kecil (UMKM) memiliki strategi yang signifikan dalam memainkan peran penting bagi perekonomian nasional. UMKM berperan dalam membantu perekonomian, menyediakan lapangan pekerjaan, dan berkontribusi pada hasil pembangunan. Kondisi ini sangat potensial terjadi mengingat keberadaan UMKM sangat dominan dalam perekonomian Indonesia. Menurut Sarfiah et al. (2019) UMKM dapat menjadi stabilisator dinamika perekonomian Indonesia. UMKM bukan hanya tentang tenaga kerja yang produktif, melainkan juga mampu hidup di sekitar perusahaan besar. UMKM dapat mendukung perusahaan yang lebih besar dengan menyediakan bahan baku, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga dapat menarik perusahaan besar untuk mendistribusikan dan menjual produk perusahaan kepada konsumen. Salah satu kegiatan UMKM yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat adalah UMKM A.M Tahu.

UMKM A.M Tahu merupakan sektor usaha yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi negara dan penguatannya yang efektif akan membantu mengatasi masalah penting yang dihadapi seperti kemiskinan, pengangguran, dan penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan rumah tangga. UMKM ini berkembang

setiap tahunnya dan memiliki pelanggan tetap, khususnya di wilayah Mojosari dan sekitarnya. Namun terdapat permasalahan yang dihadapi UMKM A.M Tahu, yaitu Pabrik Tahu yang bermunculan di sekitar Kecamatan Mojosari yang menyebabkan pemilik usaha tetap mempertahankan sistem produksinya. Industri rumahan pengrajin tahu hanya mengandalkan tahu mentah sebagai produknya. Menurut Dai et al. (2023), tahu merupakan produk dari kedelai yang terkenal di Asia dan menjadi populer di seluruh dunia karena unsur nutrisinya yang berlimpah dan banyak manfaat bagi kesehatan. Selain itu, tahu merupakan sumber protein nabati pilihan masyarakat umum karena relatif murah dan mudah didapat. Menurut Cahyadi & Hidayati, (2022) kedelai Indonesia masuk ke dalam kategori tanaman strategis yang mempunyai nilai ekonomi tinggi ketiga setelah komoditas padi dan jagung. Bahan baku utama pembuatan tahu adalah kedelai. Menurut Indah et al. (2018) bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan proses produksi. Tanpa adanya bahan baku, faktor produksi akan terhambat.

Ketersediaan bahan baku yang diolah menjadi produk setengah jadi atau produk jadi merupakan hal terpenting yang harus diperhatikan oleh suatu usaha manufaktur. Bahan baku yang dibutuhkan tentunya adalah yang berkualitas baik agar hasil produksi juga berkualitas baik pula. Bahan baku yang digunakan disediakan oleh pemasok bahan baku (*supplier*). Hal ini diperlukan *supplier* yang handal dan dapat dipercaya agar bahan baku yang ditawarkan juga memiliki kualitas yang terbaik. Menurut Rezaei et al. (2016) pemilihan pemasok adalah keputusan strategis yang secara signifikan mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam penelitian (Shafhira et al., 2017), pemasok yang berkualitas adalah pemasok yang dapat bertanggung jawab penuh atas distribusi bahan mentah ke perusahaan dan memiliki tingkat respon yang tinggi. Hal ini dilakukan oleh UMKM A.M. Tahu dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku utama tidak dipenuhi sendiri melainkan berasal dari pemasok agar harga yang diperoleh lebih terjangkau. Beberapa permasalahan yang kerap terjadi adalah ketidaksesuaian harga bahan baku, kualitas serta tanggung jawab dari *supplier* A.M Tahu menyebabkan

kegagalan dalam proses produksi. Sebelumnya A.M Tahu hanya membuat kesepakatan dengan 1 *supplier*, namun dalam pelaksanaannya seringkali terjadi *moral hazard*. Selain itu, adanya pesanan khusus (*special order*) dari konsumen, menuntut A.M Tahu untuk dapat mencari *supplier* yang memiliki fleksibilitas ketersediaan bahan baku. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, A.M Tahu perlu mencari *supplier* lain untuk memastikan tidak lagi terjadi kendala produksi yang mengganggu aktivitas operasional bisnis. Dengan demikian, pemilik UMKM Tahu akan melakukan proses negosiasi dengan pemasok bahan baku untuk meminimalisir pengeluaran biaya dan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Negosiasi merupakan bentuk interaksi sosial antara beberapa pihak untuk mencapai suatu kesepakatan yang saling menguntungkan. Negosiasi sangat erat dengan filosofi kehidupan manusia sehingga diperlukan untuk manusia dalam kegiatan ekonominya. Hal ini berarti semua manusia memiliki sifat dasar untuk melindungi kepentingannya sendiri, sementara orang lain juga memiliki kepentingan (Utami, 2017). Negosiasi juga dapat diartikan sebagai komunikasi antara kedua belah pihak yang bertujuan mencapai kesepakatan atas kepentingan yang berbeda (Mazei et al., 2015). Proses negosiasi tentunya tidak langsung mencapai kesepakatan yang diinginkan, tetapi perlu dilakukan upaya-upaya untuk meyakinkan kedua belah pihak. Keberhasilan seorang negosiator sangat bergantung pada kemampuan persuasifnya dalam berkomunikasi. Negosiator harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam proses negosiasi dengan penggunaan bahasa yang resmi dan formal. UMKM A.M Tahu dalam memperoleh bahan baku kedelai juga melalui proses negosiasi antara pemilik usaha dan pemasok (*supplier*), yaitu dengan toko agen penjualan kedelai impor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) jenis dan proses negosiasi yang terjadi antara UMKM A.M Tahu dan pemasok bahan baku dalam memperoleh kesepakatan baik dari sisi kualitas, harga, dan kuantitas produk 2) Membuat alternatif strategi prioritas pilihan *supplier* bahan baku A.M Tahu menggunakan beberapa kriteria seperti kualitas, harga, kuantitas, fleksibilitas pemenuhan bahan baku serta tanggung jawab *suppliers*.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Menanggal, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Pemilihan lokasi dari penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan UMKM A.M. Tahu merupakan industri pengolahan tahu yang berada di Kabupaten Mojokerto yang telah mendapatkan izin usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Samsukdin et al., (2022) pada UMKM Lamora dengan pertimbangan bahwa UMKM tersebut telah memperoleh izin PIRT. Penelitian dilakukan pada bulan April 2023.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari pemilik usaha dan karyawan (Rusdi, 2019). Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang ada (Johnston, 2014). Pengumpulan data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi kepada pemilik usaha tahu. Sedangkan data sekunder bersumber dari literatur, jurnal, dan penelitian terdahulu. Hasil pengumpulan data dianalisis dengan mengaitkan pada teori yang dipakai.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif menggunakan AHP (Analysis Hierarchy Process) sebagai suatu sistem pengambilan keputusan penentuan prioritas berdasarkan kriteria dan sub kriteria yang ada. Menurut Ipnuwati et al., (2018) AHP mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah secara *multi-objectives* dengan multikriteria dan mempunyai sifat fleksibel untuk membuat model AHP yang dapat menangkap beberapa tujuan dan beberapa kriteria sekaligus dalam sebuah model atau sebuah hierarki.

Menurut Marsono (2020) tahapan analisis kuantitatif menggunakan AHP yakni : (1) menentukan permasalahan terkait negosiasi yang dilakukan oleh AM serta penentuan prioritas menjadi tujuan penelitian, (2) menentukan kriteria, alternatif dan model hierarki dengan mempertimbangkan beberapa kriteria yaitu kriteria fleksibilitas, harga dan kualitas bahan baku, (3) menyusun matriks perbandingan berpasangan antar kriteria dan alternatifnya, (4) informan mengisi kriteria dengan mengisi matrik dengan nilai 1-5, (5) proses penghitungan jumlah nilai pada setiap matriks melibatkan angka/numerik, (6) analisa matrik

berpasangan dimana dianggap prioritas strategi dapat diterima jika rasio konsistensi (CR) kurang dari 0,1 (10%). Indeks konsistensi (CI) dihitung dengan menggunakan rumus $CI = (\sum maks - n) / (n - 1)$ atau $CI = (\lambda - n) / (n - 1)$, dimana λ adalah nilai eigen atau rata-rata akhir dari bobot, dan n adalah jumlah kriteria yang digunakan. (7) Rasio konsistensi (CR) kemudian dihitung dengan membagi indeks konsistensi (CI) dengan nilai rasio indeks (RI) yakni $CI = CR / RI$ dimana CR adalah rasio konsistensi, CI adalah indeks konsistensi, dan RI adalah nilai rasio indeks. Hal ini memastikan bahwa penilaian yang dibuat dalam matriks perbandingan berpasangan konsisten.

Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan informasi deskriptif dalam bentuk tulisan atau bahasa lisan dan perilaku yang dapat diamati (Taylor et al., 2016). Metode deskriptif kualitatif terdiri dari menganalisis, mendeskripsikan, dan meringkas pengamatan terkait berbagai kondisi, situasi atau masalah di lapangan dari data yang dikumpulkan dalam bentuk wawancara (Lindawati & Hendri, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

GAMBARAN UMUM UMKM A.M. TAHU

UMKM A.M Tahu merupakan usaha di bidang manufaktur, di mana pabrik mengolah kedelai menjadi tahu putih yang siap dijual. Pemilik usaha A.M Tahu bernama Tri Pogo Sriwijaya. Usaha ini berdiri sejak Oktober 2009 yang berlokasi di Dusun Menanggal, Desa Menanggal, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Modal awal berdirinya usaha tahu berasal dari orang tua dengan sekali produksi kurang lebih 250 kg kedelai setiap harinya. A.M Tahu memiliki 7 karyawan, di mana para karyawan tersebut berasal dari keluarga dan luar keluarga. Target pasar dari UMKM Tahu merupakan masyarakat umum, sedangkan dari segi pemasaran dijual keliling Mojosari, dititipkan ke pedagang sayur, dan bisa membeli produk secara langsung ke pabrik. Usaha ini memiliki potensi berkembang ke depannya karena konsumen dari produk tahu dari semua kalangan dan UMKM A.M Tahu sudah memiliki surat izin. Sejak berdirinya usaha hingga saat ini A.M Tahu terus mengalami peningkatan dan mengalami pasang surut dari tahun ke tahun. Selain itu, UMKM A.M Tahu mampu mempertahankan eksistensinya ke-

tika banyak perusahaan sejenis tidak mampu mengimbangi kenaikan harga komoditas dan bangkrut.

PROSES NEGOSIASI

UMKM A.M Tahu melakukan negosiasi untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku kedelai. Proses negosiasi melibatkan pemilik usaha dan pemasok, yaitu dengan salah satu toko agen penjualan kedelai import di daerah Mojosari. Hal tersebut dilakukan oleh pemilik usaha dengan tujuan mendapatkan harga yang sesuai dengan yang diinginkan. Selain itu, proses negosiasi dilakukan agar kedua belah pihak yang mana antara pemilik usaha dan pemasok memperoleh kesepakatan yang saling menguntungkan. Beberapa tahapan dalam proses negosiasi antara UMKM A.M Tahu antara lain sebagai berikut :

1. Persiapan

Pemilik UMKM A.M Tahu sebelum melakukan negosiasi harus melakukan persiapan terlebih dahulu dengan mengumpulkan informasi-informasi mengenai karakter dan kebutuhan *supplier* bahan baku. Selain itu, pemilik usaha harus merencanakan dan mengetahui harga pasar bahan baku kedelai dan jumlah bahan baku yang akan dibutuhkan untuk produksi. Menurut Al-Asror et al. (2023), penetapan harga oleh penjual atau pedagang dapat berpengaruh terhadap pendapatan atau penjualan dan bahkan menyebabkan kerugian jika penetapan harga dianggap tidak dilakukan dengan benar. Pemilik UMKM A.M Tahu sebelum memulai negosiasi ada baiknya melakukan riset terlebih dahulu untuk menghindari dan meminimalisir risiko kegagalan (Solehah & Fariyanti, 2024). Salah satunya melakukan riset harga pasar bahan baku kedelai di pasaran. Hal ini berguna dalam menentukan harga yang akan ditawarkan kepada pemasok, sehingga harga yang ditawarkan tidak terlalu rendah ataupun tinggi. Selain itu, pemilik tidak mudah dibodohi oleh pemasok jika diberikan penawaran harga yang terlalu tinggi

2. Pertemuan

Pemilik UMKM A.M Tahu akan melakukan pertemuan secara langsung dengan pemasok untuk membahas rencana kesepakatan kerjasama

ma yang dilakukan. Kedua belah pihak akan membahas mengenai kualitas, harga bahan baku kedelai, cara pengiriman, ketentuan kuantitas bahan baku kedelai baik secara reguler ataupun semisala da pesanan khusus, serta waktu pengiriman. Setelah memperoleh dan mengumpulkan informasi, pemilik usaha akan menggunakan informasi tersebut dalam melakukan negosiasi kepada pemasok. Keinginan dari pemilik usaha melakukan kerjasama ini yaitu mendapatkan bahan baku kedelai yang berkualitas tetapi dengan harga terjangkau, biaya pengiriman ditanggung oleh *supplier*, waktu pengiriman dikirimkan maksimal H-2 waktu produksi setiap awal bulan dengan metode pembayaran 1-1, dimana 1 pesanan bahan baku diterima dahulu kemudian akan dibayarkan pada periode pengiriman berikutnya. Dengan cara ini, pemasok mendapatkan pelanggan tetap sehingga kedelainya dapat terjual.

3. Penawaran

Setelah tahap pertemuan, pemilik UMKM A.M Tahu dan pemasok melakukan proses penawaran untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Pada tahap ini, pemilik usaha dan pemasok saling memberikan penawaran sesuai dengan kebutuhan masing-masing pihak. Proses penawaran juga membutuhkan adanya komunikasi dengan tutur kata yang baik untuk menciptakan negosiasi yang efektif dan menguntungkan kedua belah pihak. Pemilik akan mengajukan penawaran harga sesuai dengan informasi yang diperoleh sebelumnya, yang mana harga yang ditawarkan tidak terlalu jauh dari harga pasaran. Pemasok akan merespon penawaran tersebut dan tentunya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sesuai dengan kualitas kedelai yang dimiliki. Harga bahan baku yang tidak menentu terkadang naik maupun turun mengakibatkan harga setiap pembelian juga tidak menetap.

4. Kesepakatan

Tahap terakhir dari proses negosiasi adalah kesepakatan. Prinsip negosiasi *win-win* menempatkan kedua pihak pada posisi yang diuntungkan. Negosiasi yang sukses yaitu ketika

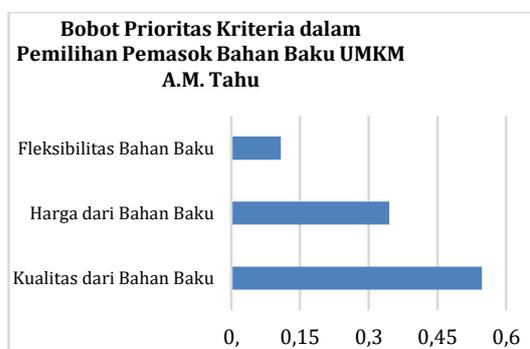
kedua belah pihak memperoleh kesepakatan dan kebutuhan yang diinginkan. Pemilik UMKM A.M Tahu melakukan prinsip *win-win* agar dapat membangun hubungan harmonis dalam jangka panjang dengan pemasok mengenai Pemilik UMKM A.M Tahu dan pemasok mencapai kesepakatan mengenai harga, kualitas bahan baku kedelai, waktu pengiriman, dan juga ketentuan bahan baku. Harga normal kedelai yang disepakati antara kedua belah pihak yaitu sebesar Rp 12.000 per kilo dimana harga ini lebih murah daripada harga reguler yang pemasok jual kepada konsumen lain sebesar Rp15.000 per kilo, ada gap sebesar Rp3.000 per kilo. Selain itu, kualitas disepakati tidak adanya cacat bulir kedelai, apabila kemudian ditemukan adanya cacat maka A.M Tahu dapat melakukan pengembalian kepada *supplier*. Pengiriman disepakati dengan biaya pengiriman secara reguler ditanggung oleh pemasok, sedangkan apabila ada pesanan pembelian bahan baku secara khusus maka biaya pengiriman ditanggung oleh A.M Tahu. Selain itu, waktu pengiriman dikirimkan H-2 produksi disetiap periode produksi, apabila kedelai tidak dapat dipenuhi dari sisi kuantitas maka pihak pemasok akan diberikan sanksi berupa pemutusan kerjasama. Kesepakatan tersebut didasarkan oleh keinginan pemilik usaha dan pemasok, sehingga tidak menimbulkan perselisihan dan tentunya menguntungkan kedua belah pihak.

JENIS NEGOSIASI

Negosiasi antara pemilik UMKM A.M Tahu dan pemasok bahan baku kedelai kedelai termasuk dalam jenis integratif. Hal ini karena kerjasama antara A.M Tahu dan pemasok menguntungkan kedua belah pihak (*win-win solution*). Saat proses negosiasi dilakukan, kedua belah pihak akan bekerjasama untuk menyelesaikan masalah terkait harga dan kualitas bahan baku serta memahami kepentingan masing-masing pihak. Dengan demikian diperoleh harga yang memuaskan bagi kedua belah pihak, yang mana pemilik usaha mendapatkan harga terjangkau dengan bahan baku berkualitas dan pemasok mempunyai pelanggan tetap sehingga kedelai selalu laku terjual.

BOBOT KRITERIA UTAMA DAN PENENTUAN STRATEGI

Penelitian ini menggunakan tiga kriteria untuk dapat menentukan strategi pemilihan pemasok bahan baku dari UMKM A.M. Tahu. Kriteria tersebut meliputi kualitas dari bahan baku, harga dari bahan baku, dan fleksibilitas bahan baku. Waktu pengiriman dan biaya pengiriman tidak dijadikan faktor penentuan prioritas mengingat 3 hal utama yang penting dalam proses produksi adalah kualitas, fleksibilitas (kuantitas), dan harga kedelai. Penentuan prioritas dengan menggunakan kriteria tersebut dianalisis menggunakan analisis AHP (*Analysis Hierarchy Process*) sebagai mana dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Prioritas Kriteria dalam Penentuan Strategi Pemilihan Pemasok Bahan Baku

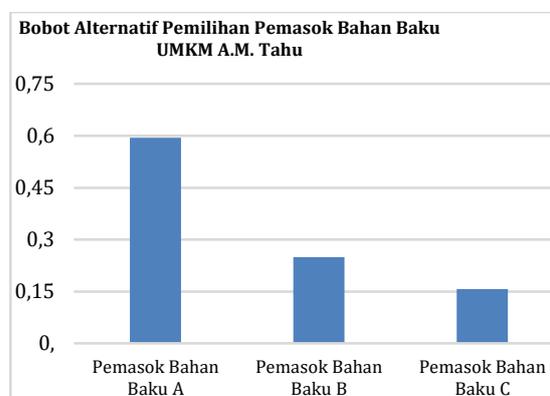
Sumber : Data Primer Expert Choice 11(Diolah)

Berdasarkan hasil analisis AHP (Gambar 1) menunjukkan bahwa kriteria yang digunakan dalam penentuan strategi pemilihan pemasok bahan baku dari UMKM A.M. Tahu adalah kualitas dari bahan baku yang memiliki bobot nilai 0,547, harga dari bahan baku dengan bobot 0,345, dan fleksibilitas bahan baku dengan bobot 0,108. Penilaian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas dari bahan baku merupakan kriteria utama yang paling menentukan dalam strategi pemilihan pemasok bahan baku dari UMKM A.M. Tahu. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahira & Pulansari (2023), dalam penerapan metode AHP untuk pemilihan pemasok tebu dalam agroindustri tebu yang menunjukkan bahwa kualitas bahan baku merupakan faktor yang utama dalam menentukan *supplier* bahan baku tebu. Selain itu, penelitian Zoma & Sawadogo (2023), menyatakan bahwa kandungan energi biomassa (kualitas) juga

menjadi kriteria utama dalam pemilihan optimalisasi biomassa yang diberi valorisasi.

PENENTUAN ALTERNATIF PEMILIHAN PEMASOK BAHAN BAKU

Tahapan selanjutnya yaitu menentukan pemilihan pemasok bahan baku UMKM A.M. Tahu. Setidaknya A.M Tahu menemukan 3 potensial pemasok bahan baku yang terletak di daerah Mojekerto namun berbeda kecamatan. Dari 3 Pemasok diketahui ada 1 pemasok yang berasal dari kecamatan yang sama (pemasok C), dan 2 berasal bukan dari satu kecamatan (pemasok A & B). Berikut merupakan hasil dari analisis AHP berdasarkan alternatifnya :



Gambar 2. Nilai Bobot Alternatif Pemilihan Pemasok Bahan Baku

Sumber : Data Primer Expert Choice 11 (Diolah)

Gambar 2 menunjukkan bahwa Pemasok Bahan Baku A memiliki nilai bobot tertinggi yaitu 0,594, Pemasok Bahan Baku B sebesar 0,249, dan Pemasok Bahan Baku C sebesar 0,157. Hal ini berarti bahwa Pemasok Bahan Baku A menjadi pilihan utama sebagai *supplier* bahan baku bagi UMKM A.M. Tahu.

PENENTUAN PRIORITAS

Terdapat dua strategi pemilihan pemasok bahan baku UMKM A.M. Tahu berdasarkan kriteria kualitas bahan baku sebagai mana dijelaskan pada Gambar 3. Pertama, kondisi kedelai yang baik merupakan strategi yang paling penting. Hal ini dikarenakan kualitas bahan baku akan mempengaruhi produk yang dihasilkan. Kedua, Adanya jaminan dan tanggungjawab yang baik juga menjadi strategi penting dalam menentukan pemasok bahan baku bagi UMKM A.M. Tahu. Jaminan kuan-

titas dan tanggungjawab yang baik ini akan menjadikan *supplier* memiliki kualitas yang baik.

Hal ini sejalan dengan Asdidi et al. (2018), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kondisi bahan baku yang baik menjadi penentu utama pemilihan *supplier* kalsium oleh manajer purchasing di PT Fronte Classic Indonesia. Penelitian tersebut juga menyatakan adanya kebijakan jaminan oleh *supplier* juga menjadi kriteria penentu *supplier* walaupun bukan menjadi kriteria utama, melainkan kriteria terakhir.

Sebagai mana dijelaskan pada Gambar 4 bahwa terdapat dua strategi pemilihan pemasok bahan baku UMKM A.M. Tahu berdasarkan kriteria harga bahan baku. Pertama, Kondisi kedelai yang baik merupakan strategi yang paling penting dalam mempengaruhi harga dari bahan baku tersebut. Kedua, Adanya jaminan dan tanggungjawab yang baik bagi *supplier* juga akan mempengaruhi harga dari bahan baku yang ditawarkan kepada UMKM A.M. Tahu.

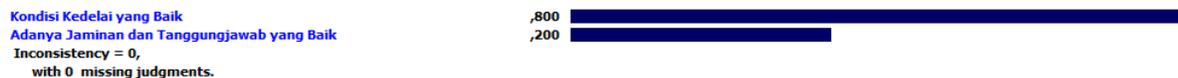
Penelitian ini sejalan dengan Purnomo & Sunardiansyah (2021), menyatakan bahwa harga bahan baku menjadi penentuan dalam menentu-

kan *supplier* kayu pada Industri Furniture. Dalam penelitian ini terungkap bahwa semakin tinggi harga bahan baku, maka semakin tidak terpilih *supplier* tersebut.

Gambar 5 menunjukkan bahwa terdapat dua strategi pemilihan pemasok bahan baku UMKM A.M. Tahu berdasarkan kriteria fleksibilitas bahan baku. Pertama, kondisi kedelai yang baik merupakan strategi yang paling penting dalam mempengaruhi fleksibilitas bahan baku. Fleksibilitas ini berkaitan dengan ketepatan dalam pengiriman bahan baku bagi *supplier*. Kedua, Adanya jaminan dan tanggungjawab yang baik bagi *supplier* juga akan mempengaruhi UMKM A.M. Tahu dalam menentukan *supplier*.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan Dožić et al. (2023) bahwa fleksibilitas pengakomodasian menjadi kriteria dalam mempertimbangkan pemilihan bandara untuk pengiriman barang. Selain itu, dalam penelitian Ningsih (2016), fleksibilitas menjadi kriteria kedua dalam menentukan pemilihan *supplier* bahan baku oli. Sedangkan dalam penelitian ini fleksibilitas bahan baku menjadi kriteria ketiga dalam penelitian *supplier*.

Goal: STRATEGI PEMILIHAN PEMASOK BAHAN BAKU DARI UMKM A.M. TAHU
>Kualitas dari Bahan Baku



Gambar 3. Prioritas Strategi Pemilihan Pemasok Bahan Baku UMKM A.M. Tahu Berdasarkan Kriteria Kualitas Bahan Baku

Goal: STRATEGI PEMILIHAN PEMASOK BAHAN BAKU DARI UMKM A.M. TAHU
>Harga dari Bahan Baku



Gambar 4. Prioritas Strategi Pemilihan Pemasok Bahan Baku UMKM A.M. Tahu Berdasarkan Kriteria Harga Bahan Baku

Goal: STRATEGI PEMILIHAN PEMASOK BAHAN BAKU DARI UMKM A.M. TAHU
>Fleksibilitas Bahan Baku



Gambar 5. Prioritas Strategi Pemilihan Pemasok Bahan Baku UMKM A.M. Tahu Berdasarkan Kriteria Fleksibilitas Bahan Baku

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

1. Proses negosiasi yang dilakukan antara pemilik UMKM AM Tahu dengan pemasok bahan baku termasuk dalam jenis negosiasi integratif karena mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan (*win-win solution*). Proses negosiasi dilakukan dengan tahapan persiapan, pertemuan, penawaran, dan kesepakatan yang dihasilkan antara A.M Tahu dan pemasok, yakni harga Rp12.000 per kilo dengan selisih harga dengan konsumen lain sebesar Rp3.000 per kilo, dengan jaminan pengembalian kualitas bulir kedelai tanpa cacat, biaya pengiriman secara reguler ditanggung oleh pemasok.
2. Prioritas strategi yang ditetapkan dalam memilih pemasok adalah yakni dengan mengutamakan bahan baku dikarenakan kualitas hasil produk ditentukan dari kualitas bahan baku produk. Dari prioritas tersebut ditentukan *supplier* A yang berada di luar kecamatan atas pertimbangan memberikan kualitas bahan baku terbaik, harga kedelai, fleksibilitas pemenuhan bahan baku yang baik.

SARAN

1. UMKM A.M Tahu diharapkan tetap meningkatkan dan mempertahankan kualitas bahan baku sebagai prioritas utama dalam kegiatan produksi. Hal ini dikarenakan kualitas bahan baku menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas produk yang dihasilkan oleh A.M Tahu.
2. A.M Tahu juga dirasa perlu menjalin komunikasi yang baik setelah membuat kesepakatan dengan *supplier* A yang berada di luar Kecamatan. Hal ini dikarenakan kontinuitas dari pelaksanaan kerjasama dapat terjalin dengan baik selama komunikasi antara kedua belah pihak berjalan dengan baik sehingga kedua belah pihak dapat saling memberikan keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asror, M. K., Sari, V. F. & Nazilah, U. K. (2023). Analisis Penetapan Harga Odd-Even Price dan Standard Mark-Up Pricing Di Toko Gayatri Desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Selehah Kabupaten Lampung Timur
- Mahdum. *Islamic Law Journal (ILJ)*, 01(02), 1-12.
- Asdidi, M. Y., Alpianto, M. & Yaqin, A. A. (2018). Evaluasi Supplier dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process dan Taguchi Loss Function. *Jurnal Teknik Industri*, 19(2), 178-189. DOI: <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol19.no2.178-189>.
- Ati, A. P. (2015). Keterampilan Berbicara Dalam Negosiasi. *Journal of Applied Business and Economics*, 1(3), 200-212.
- Cahyadi, E. R., & Hidayati, N. (2022). Peramalan Dan Penentuan Target Produksi Kedelai Nasional. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*, 9(1), 18-27. DOI: <https://doi.org/10.29244/jkebijakan.v9i1.28035>.
- Dai, Y., Xu, Z., Wang, Z., Li, X. & Dong, J. (2023). Effects of Fermentation Temperature on Bacterial Community, Physicochemical Properties and Volatile Flavor in Fermented Soy Whey and its Coagulated Tofu. *LWT-Food Science and Technology*, 173, 1-8. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2022.114355>.
- Dožić, S., Babić, D., Kalić, M. & Živojinović, S. (2023). An AHP Approach to Airport Choice by Freight Forwarder. *Sustainable Futures*, 5, 1-7. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2023.100106>.
- Georgiadou, E., Angelopoulos, S. & Drake, H. (2020). Big data analytics and international negotiations: Sentiment analysis of Brexit negotiating outcomes. *International Journal of Information Management*, 51, 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102048>.
- Hakim, L., Nurikhsan, F., Jamil, H. P. & Safitri, D. (2021). Strategi Lobi Dan Negosiasi Dalam Mendapatkan Sponsorship Pada Event IKOM Entrepreneurship Fest 2020. *Jurnal InterAct*, 10(2), 59-68. DOI: <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.2738>.
- Hamanay, N. D., Ekasari, L. D. & Mukoffi, A. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM Pada Pabrik Usaha Tahu Amda. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 4(3), 263-269.

- Hendrawan, A., Kuswanto, F. & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2(1), 25-36.
- Indah, D. rosa, Purwasih, L. & Maulida, Z. (2018). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada PT. Aceh Rubber Industries Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 157-173. DOI: <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.814>.
- Ipuwati, S., Khotimah, K. & Sari, K. P. (2018). Pemilihan Cafe Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp). *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.36448/jmsit.v8i1.1049>.
- Johnston, M. P. (2014). Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*, 3(3), 619-626. DOI: <https://doi.org/10.1159/000479695>.
- Komara, W. G., Berkah, C., Tresna, P. W. & Novel, N. J. A. (2023). Analisis Upaya Negosiasi terhadap Kasus Wanprestasi dalam Perusahaan PT Trihamas Finance. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 34-40.
- Kurniyanto, I. R., Arifiyanti, N., & Destiarni, R. P. (2023). Strategi Pengentasan Kemiskinan Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Desa Keleyan. *Agriscience*, 3(3), 699-709. DOI: <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i3.19448>.
- Kurniyanto, I., & Krisnamurthi, B. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga Saham Perusahaan Perkebunan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2016. *Forum Agribisnis*, 8(2), 1-15.
- Gultom, D.R.L, Kurniyanto, I. & Wusto, B. (2024). Exploring The Consumer Satisfaction and Loyalty of Moringa Tea in Madura. *E3S Web Conference TMIC 2023*, 01019 (499). DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/2024499_01019.
- Lindawati, S. & Hendri, M. (2016). Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif untuk Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. *Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASITIKOM)*, 833-837.
- Marsono. 2020. *Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam penelitian*. Bogor. In Media Press.
- Mazei, J., Hüffmeier, J., Freund, P. A., Stuhlmacher, A. F., Hertel, G. & Bilke, L. (2015). A Meta-Analysis on Gender Differences in Negotiation Outcomes and Their Moderators. *Psychological Bulletin*, 141(1), 85-104.
- Ningsih, R. (2016). Penentuan Pemilihan Supplier Bahan Baku Oli BS150 Menggunakan Analytical Hierarchy Process. *Teknik Komputer AMIK BSI*, 2(2), 47-58.
- Noviyanti, R. (2022). *Negosiasi dalam Relasi Pentahelix untuk Mewujudkan Pengembangan Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang*.
- Nursolihah, M. & Widiyanti, M. (2020). Analisis karakteristik khusus teks negosiasi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Indonesia, Sastra Indonesia Dan Daerah*, 10(1), 24-41.
- Parvaneh, A. & Akbari, V. (2021). Negotiation Processes: Tactics of Preparing a Successful Negotiation. *International Journal of Innovation in Marketing Elements*, 2(1), 51-58.
- Pruitt, D. G. (2013). *Negotiation Behavior*. Academic Press.
- Purnomo, D. E. H. & Sunardiansyah, Y. A. (2021). Implementasi Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk Evaluasi Pemasok Kayu pada Industri Furnitur. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 4(1), 1-7. DOI: <https://doi.org/10.51804/jiso.v4i1.1-7>.
- Ramadhani, S., Nasution, J. H., Azhari, M. I. & Kustiawan, W. (2022). Strategi Lobi Dan Negosiasi Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(1), 89-95. DOI: https://doi.org/10.37064/nadwah.v28i1.12_255.
- Rezaei, J., Nispeling, T., Sarkis, J. & Tavasszy, L. (2016). A Supplier Selection Life Cycle Approach Integrating Traditional and Environmental Criteria Using the Best Worst

- Method. *Journal of Cleaner Production*, 135: 577–588.
- Rouddah, K. N., Barkah, C. S. & Novel, N. J. A. (2021). Analisis Negosiasi Bisnis Perusahaan Trading dengan Pengepul Kopi Toraja (Studi Pada PT. Danapati Prakasa Sentosa). *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(1), 47–53. DOI: <https://doi.org/10.14710/jbs.30.1.47-53>.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54.
- Rusdiana, S. & Maesya, A. (2017). Pertumbuhan Ekonomi dan Kebutuhan Pangan Di Indonesia. *Agriekonomika*, 6(1), 12–25. DOI: <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1795>.
- Samsukdin, Hasbullah, M. S., Musyafak & Ubaidillah, A. (2022). Analisis Risiko Operasional pada UMKM Lamora di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 7(2), 159–167.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E. & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Shafhira, C. A., Aspiranti, T. & Sopiah, P. (2017). Analisis Pemilihan Pemasok Bahan Baku Kedelai dengan menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) pada CV. NJ Food Industries Bandung. 3(2), 973–982.
- Solehah, P. F., & Fariyanti, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Risiko Produksi Bawang Putih Di Indonesia. *Forum Agribisnis*, 14(1), 18–34. <https://doi.org/10.29244/fagb.14.1.18-34>
- Subagyo & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Suryadi, D. & Yuliati, N. (2014). *Hubungan Antara Komunikasi Negosiasi Cerva Dining Shop dengan Kepuasan Supplier*.
- Taylor, S. J., Bogdan, R. & DeVault, M. L. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource*. John Wiley & Sons.
- Utami, F. I. D. (2017). Efektivitas Komunikasi Negosiasi dalam Bisnis. *Jurnal Komunike*, 9(2), 105–122.
- Wahyuni, D. (2015). *Proses Negosiasi dalam Kerjasama PT Arina Multikarya dengan PT Rama Indonesia*. 14(2), 164–182.
- Wahyuningrum, D. & Aisyah, S. (2023). Do Government Policies and Socioeconomic Conditions Affect Income Inequality. *Economics Development Analysis Journal*, 12(1), 13–25.
- Zahira, N. F. & Pulansari, F. (2023). Pemilihan Supplier Tebu Menggunakan Integrasi AHP-Topsis pada Agroindustri Tebu. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 33(3), 267–276.
- Zahroh, S. M. & Sudira, P. (2014). Pengembangan Perangkat Pembelajaran Keterampilan Generik Komunikasi Negosiasi Siswa SMK dengan Metode 4-D. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(3), 379–390. DOI: <https://doi.org/10.21831/jpv.v4i3.2561>.
- Zoma, F. & Sawadogo, M. (2023). A Multicriteria Approach for Biomass Availability Assessment and Selection for Energy Production in Burkina Faso : A Hybrid AHP-TOPSIS Approach. *Heliyon*, 9(10), 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20999>.