

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam studi ini, beberapa referensi jurnal dari penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan untuk studi ini Akan di uraikan sebagai berikut, Penelitian ini menggunakan relasi antara Metode Fuzzy-AHP (analytical hierarchy process) dengan sistem rantai pasok, yang mempunyai keunggulan tersendiri dalam beberapa aspek, yang diantaranya mengenai strategi dalam teknik pengambilan keputusan yang efisien secara kriteria kuantitatif maupun kualitatif, (Huarng, Mas-Tur, and Calabuig Moreno 2018) Management informasi sangat mendukung sumber daya perusahaan untuk berkembang dalam penerapan strategy secara inovasi, pengetahuan dan pengambilan keputusan sebagai siklus yang menguntungkan perusahaan. (Sinha and Anand 2018) Strategy untuk lingkungan perusahaan yang berkembang adalah salah satu tugas yang di hadapai perusahaan dalam mengatasi mendesain proses produksi, aktivis terhadap lingkungan dan pengambilan keputusan yang tepat dalam mengembangkan strategy dengan lingkungan pemasok perusahaan. (Abd Elmonem, Nasr, and Geith 2016) ERP membantu perusahaan untuk berbagi informasi dalam banyak aspek dan bertujuan untuk mencapai tujuan yang berbeda dalam menyediakan skalabilitas, keandalan, ketersediaan dan biaya yang rendah (López and Salmeron 2014) perusahaan berkembang di dunia telah melakukan banyak sekali inovasi dalam menggunakan sistem informasi yang di gunkana oleh mereka dengan solusi ERP (Enterprise Resource Planning). Namuan perlu di catat juga bahwa keberhasilan dari adopsi

ERP ini tergantung pada modifikasi dan pemeliharaan sisten ini, karena implementasi dari perubahan ini berisikan dapat berdampak negative terhadap kinerja dari aplikasi.

(Kaganski, Majak, and Karjust 2018) Mengukur kinerja perusahaan adalah suatu prosedur untuk memantau siklus hidup perusahaan dalam persaingan menentukan kerangka kerja sistem informasi yang di andalkan dalam mengatasi kelemahan perusahaan. Logika fuzzy merupakan sebuah logika yang memiliki nilai kekaburan atau kesamaran antara dua nilai. Pendekatan fuzzy khususnya pendekatan triangular fuzzy Number terhadap skala AHP, sehingga diharapkan mampu untuk meminimalisasi ketidakpastian. Dalam system rantai pasok sehingga diharapkan hasil yang diperoleh lebih akurat. Permasalahan dalam strudi ini adalah bagaimana membangun sistem pengambilan keputusan pemilihan Agent dalam menentukan supplier dengan menggunakan metode Fuzzy Analitical Hierarchy Process (F-AHP) sebagai alat Bantu dalam mengambil keputusan untuk menentukan sasaran prioritas kriteria utama yang akan dipilih.

(Azar, Hemmatinezhad, and Kasbakhi 2015). Salah satu kegiatan strategis dari suatu perusahaan adalah segmentasi pemasok, dimana sebuah perusahaan menciptakan kelompok pemasok untuk dapat menangani supplier secara berbeda dalam proses keunggulan bahan Baku, dengan Segmentasi setiap Pemasok dari PT. Perikanan Nusantara dalam menganalisis data yang dikumpulkan. Metode yang digunakan untuk menentukan prioritas tersebut adalah Fuzzy Analytic Hierarchy Process (F-AHP). Fuzzy Analytic Hierarchy Process (F-AHP) merupakan salah satu metode yang dipakai untuk mendukung keputusan. Metode ini merupakan

gabungan dari metode Analytic Hierarchy Process (AHP) dan pendekatan fuzzy khususnya pendekatan *triangular fuzzy number*.

(Naude and Chiweshe 2017) Bisnis modern diuntut untuk bersaing dalam pasar global yang dinamis karena persaingan yang ketat berkaitan dengan kualitas, biaya, dan pengiriman yang tepat waktu untuk meningkatkan fleksibilitas, standart kualitas, dan kapasitas inovatif Untuk mencapai hal ini, bisnis memerlukan staf yang berpengalaman dan terlatih, mesin yang andal, proses yang efisien, hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan, pasokan bahan Baku dan layanan berkualitas.

(Hsing-Ping Kuo 2012) manajemen hubungan pelanggan (CRM) difokuskan dalam mengeksplorasi dan bagaimana teknik CRM dapat meningkatkan manfaat untuk sebuah perusahaan, Dengan menggabungkan kemampuan untuk merespon langsung ke permintaan pelanggan dan untuk menyediakan pelanggan dengan pengalaman yang lebih interaktif, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan dalam jangka panjang. Pengambil keputusan umumnya berharap bahwa setiap strategi Akan efektif ketika sebuah perusahaan mengembangkan strategi CRM, sehingga saat Pemilihan strategi yang memenuhi syarat harus diselesaikan secara efisien dan efektif.

(Wu and Chang 2013) keberlanjutan dan pertumbuhan yang menguntungkan perusahaan sering tergantung pada keragaman produk, dalam proses diferensiasi dan inovasi. Siklus setiap produk mempunyai peran penting bahwa pengembangan produk baru berpengaruh dalam meningkatkan daya saing suatu perusahaan PT.

Perusahaan Nusantara seharusnya juga memikirkan bahwa kompetensi inovasi mempengaruhi kinerja perusahaan, terutama dalam industri teknologi tinggi. PT. Perikanan Nusantara harus memahami sepenuhnya terjadi pada proyek-proyek tertentu yang menyebabkan hasil kinerja yang Akan sukses atau gagal. (Wu and Chang 2013) Faktor kunci keberhasilan adalah bahan yang diperlukan dalam sistem informasi manajemen, karakteristik yang unik dan alat heuristik bagi perusahaan untuk mempertajam pemikiran mereka, dalam sebuah keterampilan dan sumber daya yang diharuskan untuk pencapaian kesuksesan.

(Javad Soroor, 2012) inovasi yang harus di terapkan dalam suatu perusahaan adalah modul pintar untuk setiap agen saat proses evaluasi untuk memilih tawaran terbaik pemasok. Model hybrid ini terdiri dari tiga alat yang berguna: logika fuzzy, proses analitis, dan fungsi kualitas. Keuntungan yang paling penting dari pekerjaan ini lebih kepada pemilihan supplier yang di antaranya adalah: pelaksanaan mekanisme dan penilaian otonom menggunakan agen cerdas, proses evaluasi terutama didasarkan pada fitur pelanggan order, koordinasi pekerjaan pasokan berdasarkan pada sistem penawaran, dan operasi Portal-dimediasi dan kontrol melalui softbots.

## **2.2 Tabel Perbandingan**

Judul yang diusulkan berdasarkan beberapa perbandingan dengan referensi yang dirangkum dari penelitian terdahulu yang telah penulis gunakan sebagai landasan dalam teori yang akan dilakukan, maka dari itu para peneliti jurnal internasional di rangkum dan tertera dalam tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1 Tabel perbandingan

<b>PENELITI</b>	<b>KONTRIBUSI PENELITI</b>	<b>SOLUSI DARI PENLITI</b>	<b>PENGEMBANGAN PENULIS</b>
(Huarng, Mas-Tur, and Calabuig Moreno 2018)	Strategis perusahaan dalam mengatasi management informasi	Mengelolah sumber daya perusahaan dalam penerapan strategy secara inovasi, pengetahuan dan pengambilan keputusan sebagai siklus yang menguntungkan perusahaan.	Mengembangkan strategy yang sesuai dengan perkembangan bisnis modern dalam mengelolah informasi
(Sinha and Anand 2018)	Mengatasi lingkungan perusahaan modern adalah mendesain proses produksi, aktivitas terhadap lingkungan dan pengambilan keputusan yang tepat.	Mengembangkan strategy perusahaan dengan melihat dari sisi lingkungan pemasok atau supplier.	Pengembangan terhadap seleksi pemasok yang berkelanjutan untuk pengembangan produk baru menggunakan pengambilan k
(Abd Elmonem, Nasr, and Geith 2016)	ERP menjadi solusi dalam membantu perusahaan bersaing dalam pasar modern	Ketersediaan skalabilitas, keandalan, ketersediaan dan biaya yang rendah dari strategy perusahaan.	Manfaat dan Tantangan Sistem ER perusahaan dengan Tinjauan Literatur yang Sistematis.
(López and Salmeron 2014)	Perusahaan berinovasi dalam menggunakan sistem informasi	Solusi ERP (Enterprise Resource Planning) ini tergantung pada modifikasi dan pemeliharaan sisten ini,	Model pemeliharaan efek risiko pada kinerja ERP perusahaan
(Kaganski, Majak, and Karjust 2018)	Mengukur kinerja perusahaan dan memantau siklus hidup perusahaan dalam persaingan	Kerangka kerja sistem informasi yang di andalkan dalam mengatasi kelemahan perusahaan.	Fuzzy AHP sebagai alat untuk memprioritaskan indikator kinerja utama perusahaan
(Azar, Hemmatinezhad, and Kasbakhi 2015)	kegiatan strategis dari suatu perusahaan adalah segmentasi pemasok	Menangani supplier secara berbeda dalam proses keunggulan bahan Baku	Segmentasi pemasok menggunakan pengambilan keputusan fuzzy--AHP.
(Naude and Chiweshe 2017)	Bersaing dalam pasar global yang dinamis dan berkaitan dengan kualitas, biaya, dan pengiriman yang tepat waktu untuk	Bisnis memerlukan staf yang berpengalaman dan terlatih, mesin yang andal, proses yang efisien, hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan, pasokan bahan	Merncanakan strategy dan kerangka kerja manajemen risiko operasional perusahaan

	meningkatkan fleksibilitas	Baku dan layanan berkualitas.	
(Hsing-Ping Kuo 2012)	manajemen hubungan pelanggan dan manfaat di rumah sakit dengan pengaplikasian Metode Fuzzy-AHP	kemampuan dalam strategi untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dalam waktu jangka panjang	Pengunaan konsep CRM untuk mempertahankan supplier dalam waktu yang lama.
(Wu and Chang 2013)	pertumbuhan yang menguntungkan perusahaan sering tergantung pada keragaman produk	kompetensi inovasi mempengaruhi kinerja perusahaan, terutama dalam industri teknologi tinggi	Strategi pengembangan produk baru untuk kunci keberhasilan perusahaan modern.
(Javad Soroor, 2012)	Kompetisi dan inovasi perusahaan dalam konsep globalisasi dan strategi bisnis yang harus ditempuh untuk pengadaan bahan baku	Sebuah proses analisis yang di selesaikan dengan menggunakan metode (Fuzzy-AHP) secara efisien menangani kriteria kuantitatif dan kualitatif dalam pemilihan pemasok.	Penyeleksian Supplier, dalam penentuan kualitas, kuantitas, harga dan penjual bahan baku, adalah salah satu langkah penting