

## Kriteria pemilihan distributor dengan pendekatan ANP = Selection criteria for distributors with ANP approach / Alfonso Rahmat Riza

Alfonso Rahmat Riza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488867&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Mempertahankan loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing di pasar. Salah satu caranya adalah dengan memperhatikan sistem rantai pasokannya. Kolaborasi di dalam rantai pasok yang efektif dengan mitra eksternal akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan salah satunya yaitu distributor. Peran distributor penting dalam rantai pasok perusahaan untuk membawa produk lebih dekat ke konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan kriteria yang dapat digunakan sebagai dasar memilih distributor dan mendapatkan hasil pemilihan distributor melalui studi kasus pada perusahaan <em>fast moving consumer goods</em> (FMCG). Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan yaitu Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Logistik, Intensitas Hubungan dan Infrastruktur Organisasi dengan mempertimbangkan Kapabilitas IT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kapabilitas IT berperan dalam pengembangan jangkauan pasar, kemampuan distributor dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, serta manajemen persediaan.

<hr />

#### <b>ABSTRACT</b><br>

Maintaining customer loyalty is important companies to be able to compete in the market. One of the things a company can do is to pay attention to its supply chain system. Collaboration in an effective supply chain with external partners will provide competitive advantages for companies, in this case is distributors. The role of distributors is important in the company supply chain to bring products closer to consumers. The purpose of this study is to obtain criteria that can be used as a basis for selecting distributors and obtaining the results of distributor selection through case studies on fast moving consumer goods (FMCG) companies. The determining criteria are Marketing Capability, Logistics Capability, Relationship Intensity and Organizational Infrastructure by considering IT Capability. The results of this study indicate that IT capabilities that support market development, the ability of distributors in establishing relationships with customers, and inventory management.</i>