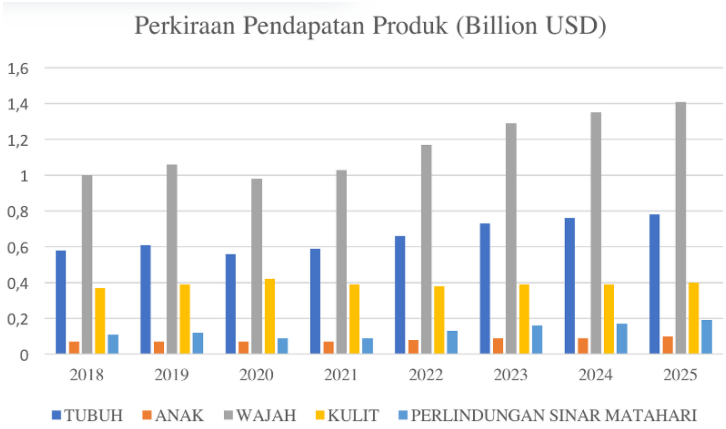
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat. Indonesia memiliki pasar kecantikan yang besar. Di zaman modern ini penampilan yang menarik adalah salah satu hal yang diutamakan oleh setiap orang, terutama bagi para wanita yang identik dengan keindahan dan kecantikan.

Menurut Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035, industri kecantikan Indonesia merupakan salah satu dari tiga industri yang utama yang menjadi perhatian nasional (Nawiyah et al., 2023), didukung oleh Kotler dan Keller (2016), Industri kecantikan adalah salah satu sektor yang tumbuh pesat, dengan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya penampilan dan kualitas produk. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki antusias konsumen di bidang kecantikan yang sangat tinggi, melesatnya minat pada bidang kecantikan semakin tinggi memberikan banyak peluang bisnis kecantikan bermunculan untuk menawarkan perawatan kecantikan (Fieldren, 2024). Di bawah ini merupakan Gambar I-1 yang memperlihatkan perkiraan pendapatan produk kecantikan Indonesia.

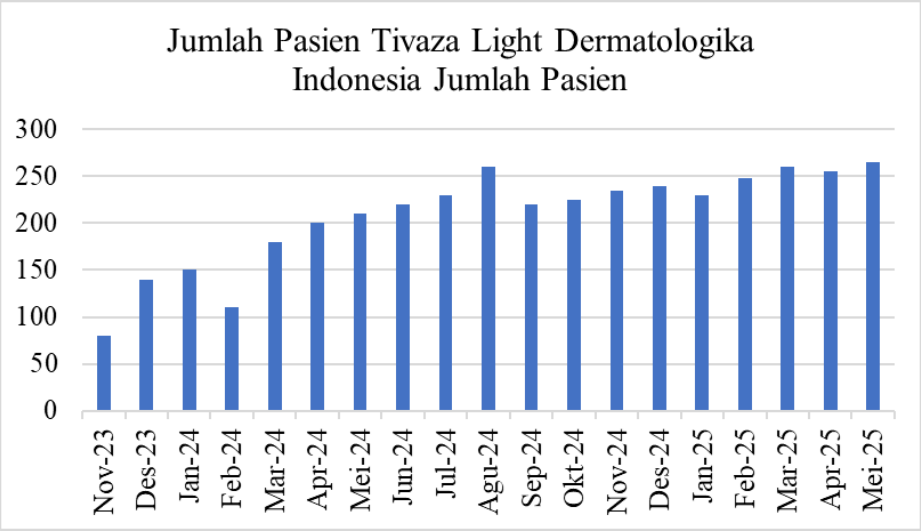


Gambar I- 1. Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan Indonesia

Sumber: https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/skin-care/indonesia

Dapat dijelaskan pada gambar di atas merupakan pendapatan produk kecantikan di Indonesia. Pada tahun 2024, pendapatan produk kecantikan di Indonesia cukup tinggi yaitu menyentuh angka 2,76 miliar USD atau sama dengan 44,144 triliun (kurs 15.990). Berdasarkan kondisi ini, akan mempengaruhi perkembangan dunia bisnis dibidang kecantikan sesuai dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa. Salah satu bisnis yang berkembang di bidang kecantikan adalah CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia dengan fokusnya terhadap perawatan kulit dan kelamin di Bandung. Berikut merupakan Gambar I- 2 yang menjelaskan mengenai perkiraan peningkatan jumlah pasien di CV. Tivaza Dermatologika Indonesia

CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia**,** yang dikenal dengan nama Tivaza Skin Clinic, adalah klinik dermatologi yang terletak di Bandung, Indonesia. Klinik ini menawarkan berbagai layanan dermatologi dan estetika yang didukung oleh tim dokter spesialis kulit dan kelamin (Sp. DVE) yang berpengalaman. Tivaza Skin Clinic menyediakan berbagai perawatan kulit dengan teknologi terkini, seperti Pico Laser, Laser CO2 *Fractional*, dan Lifu, serta prosedur estetika lainnya seperti *peeling*, dermapen, dan injeksi toksin botulinum. Klinik ini juga menawarkan layanan *CoolSculpting*, yang merupakan prosedur non-bedah untuk menghilangkan lemak tubuh (TIVAZA, n.d.).



Gambar I- 2. Peningkatan Jumlah Pasien CV.Tivaza Dermatologika Indonesia

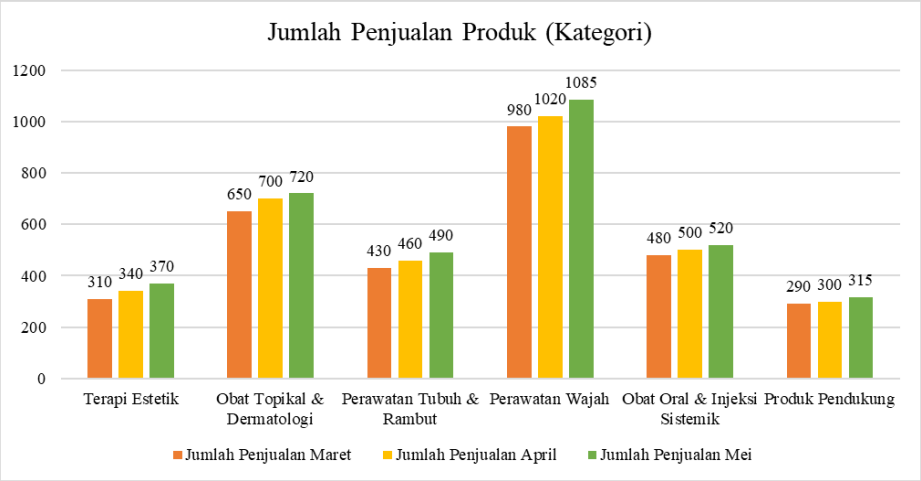
Berdasarkan Gambar I- 2 terdapat peningkatan jumlah pasien setiap bulannya di CV. Tivaza Dermatologika Indonesia, meskipun pada cabang yang baru dibuka. Dapat dilihat bahwa pada bulan Mei 2025, CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia mencapai angka pasien tertinggi yaitu sebanyak 265 Pasien, sedangkan pada bulan November 2024 tepat dimana CV. Tivaza Dermatologika Indonesia cabang baru dibuka pasien hanya menginjak diangka 74 pasien.

Perusahaan harus menggunakan berbagai strategi yang tepat dan efektif untuk memenangkan persaingan (Neka Fatyandri et al., 2023). Salah satu strateginya adalah membuat produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan berbagai fungsi, seperti ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan penggunaan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggannya, bisnis dapat membuat produk dan layanan yang tepat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan, salah satunya adalah memilih pemasok obat.

CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia menghadapi beberapa masalah dalam proses pemilihan pemasok yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Salah satunya adalah kompleksitas dalam menentukan pemasok yang sesuai dengan kebutuhan spesifik perusahaan. Menurut (Saaty & Vargas, 2012), keputusan seringkali bergantung pada banyak hal yang perlu dipertimbangkan, seperti kualitas, keandalan pengiriman, biaya, dan kapasitas produksi. Selain itu, CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia terkadang menghadapi kesulitan dalam membandingkan berbagai pemasok yang memiliki fitur dan keuntungan yang berbeda. Perusahaan mungkin membuat keputusan yang tidak efektif jika tidak ada sistem yang dapat menggabungkan berbagai kriteria. Oleh karena itu, diperlukan suatu metode yang dapat membantu dalam menemukan pemasok terbaik dengan mempertimbangkan semua elemen yang relevan.

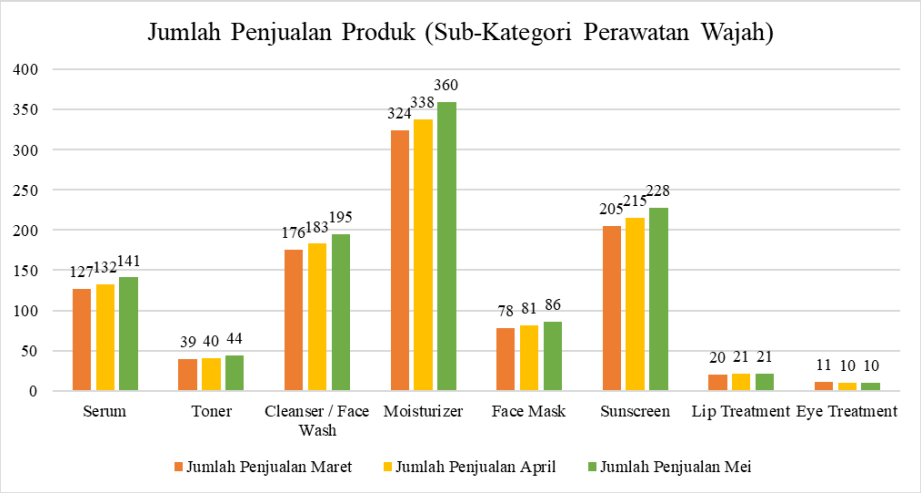
Untuk mendukung pelayanan klinik yang optimal, ketersediaan produk perawatan kulit dan obat-obatan harus dikelola dengan baik. Namun, pengelolaan pasokan yang tidak berdasarkan evaluasi yang sistematis terhadap pemasok menyebabkan timbulnya dua masalah utama, yaitu kelebihan stok dan kekurangan stok.

Kelebihan stok menyebabkan beberapa produk menjadi kedaluwarsa, rusak, atau tidak layak pakai sehingga menurunkan efisiensi biaya operasional. Sebaliknya, kekurangan pasokan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, keterlambatan dalam tindakan medis, serta penurunan kepercayaan konsumen terhadap layanan klinik.



Gambar I- 3. Peningkatan Jumlah Penjualan Produk

Gambar I- 3 menunjukkan bahwa produk perawatan wajah memiliki jumlah penjualan tertinggi dibandingkan golongan lainnya, dengan peningkatan signifikan dari bulan Maret hingga Mei 2025, yaitu dari 980 menjadi 1085 unit. Kategori lain seperti obat topikal & dermatologi, serta obat oral & injeksi sistemik juga memiliki volume penjualan tinggi, namun tidak sebesar kategori perawatan wajah. Tren ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk skincare, khususnya wajah, sangat tinggi, sehingga ketersediaan produk dari supplier harus dikelola secara optimal.



Gambar I- 4. Peningkatan Jumlah Penjualan Produk Perawatan Wajah

Dari total penjualan perawatan wajah, produk *moisturizer* merupakan yang paling banyak terjual, dengan volume mencapai 360 unit pada bulan Mei. Sub-kategori lain seperti *sunscreen*, *cleanser*, dan serum juga menunjukkan angka penjualan yang tinggi. Data ini memperkuat alasan pemilihan kategori *moisturizer* sebagai fokus dalam penelitian ini, karena tingginya kebutuhan dan frekuensi pemakaiannya dalam hampir seluruh tindakan perawatan kulit di klinik. Ketidaktepatan dalam pengadaan *moisturizer*, baik kelebihan maupun kekurangan stok, akan berdampak langsung terhadap layanan kepada pasien. Melihat tingginya kebutuhan terhadap produk perawatan wajah, terutama moisturizer, maka diperlukan sistem pemilihan pemasok yang lebih efisien dan objektif agar produk dapat tersedia dengan kualitas baik, tepat waktu, dan sesuai kebutuhan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan analisis lebih lanjut terhadap produk *moisturizer* dari berbagai supplier yang tersedia di klinik. Berikut merupakan Tabel I- 1 yang menyajikan daftar produk dan zat kandungan/kandungan aktif dari setiap produk.

Tabel I- 1. Daftar Produk

No	Supplier	Produk	Nama Kandungan/Zat Aktif
1	PT. A	Moisturizer A	Niacinamide 4%, Hyaluronic Acid 1%, Glycerin 10%

2	PT. B	Moisturizer B	Niacinamide 4%, Ceramide 0.5%, Panthenol 2%
3	PT. C	Moisturizer C	Hyaluronic Acid 1%, Aloe Vera 5%, Allantoin 0.5%
4	PT. D	Moisturizer D	Glycerin 8%, Centella Asiatica 3%, Vitamin E 1%
5	PT. E	Moisturizer E	Ceramide NP 0.5%, Panthenol 2%, Niacinamide 4%
6	PT. F	Moisturizer F	Aloe Vera 6%, Sodium Hyaluronate 0.8%, Allantoin 0.5%
7	PT. G	Moisturizer G	Niacinamide 4%, Hyaluronic Acid 1%, Ceramide 0.5%
8	PT. H	Moisturizer H	Centella Asiatica 2%, Glycerin 10%, Panthenol 2%
9	PT. I	Moisturizer I	Vitamin B5 (Panthenol) 2%, Ceramide 0.5%, Hyaluronic Acid 1%
10	PT. J	Moisturizer J	Glycerin 9%, Niacinamide 4%, Tocopherol (Vitamin E) 1%

Meskipun berasal dari pemasok yang berbeda, seluruh produk yang dianalisis memiliki kandungan zat aktif yang serupa, seperti Niacinamide, Hyaluronic Acid, Ceramide, dan Panthenol, yang umum digunakan dalam formulasi pelembap dermatologis.

Kemiripan dalam jenis dan proporsi bahan aktif ini menunjukkan bahwa seluruh produk *moisturizer* tersebut berada dalam kelas yang setara secara fungsional. Dengan demikian, proses evaluasi pemasok dapat dilakukan secara objektif tanpa bias formulasi, dan memungkinkan penggunaan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan alternatif terbaik berdasarkan kriteria manajerial dan logistik, bukan hanya kandungan produk semata.

Keunggulan utama AHP dalam pemilihan pemasok adalah kemampuannya untuk mengelola kompleksitas dan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. AHP membantu pengambil keputusan untuk membandingkan berbagai alternatif dengan menggunakan kriteria yang berbeda, memberikan bobot untuk setiap kriteria, dan

menentukan prioritas relatif dari masing-masing alternatif (Saaty, 2008). Dalam hal ini, AHP memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih objektif dan sistematis dalam memilih pemasok.

Selain itu, AHP memungkinkan adanya partisipasi dari berbagai pihak yang memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam pemilihan pemasok, sehingga keputusan yang diambil lebih representatif dan mencerminkan berbagai perspektif (Vargas, 2010). Hal ini sangat berguna bagi perusahaan seperti CV. Tivaza Light Dermatologika Indonsia yang menghadapi berbagai pilihan pemasok dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini, pengolahan data perbandingan berpasangan dan perhitungan bobot prioritas dilakukan menggunakan perangkat lunak *SuperDecisions*. *SuperDecisions* merupakan software yang dirancang khusus untuk mendukung metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Software ini memfasilitasi pembuatan struktur hierarki, input matriks perbandingan berpasangan, serta perhitungan bobot kriteria dan alternatif secara otomatis. Penggunaan *SuperDecisions* sebagai alat bantu memungkinkan proses perhitungan dilakukan secara lebih akurat, efisien, dan terstruktur. Selain menghitung bobot lokal dan global, aplikasi ini juga menyediakan fitur untuk melakukan uji konsistensi melalui penghitungan *Consistency Ratio* (CR), serta visualisasi grafik hasil sintesis peringkat alternatif. Dengan demikian, *SuperDecisions* mendukung proses pengambilan keputusan multikriteria secara menyeluruh dan mengurangi risiko kesalahan perhitungan manual yang mungkin terjadi dalam metode AHP.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, berikut ini adalah rumusan masalah yang diperoleh:

1. Bagaimana penentuan kriteria yang tepat dalam memilih pemasok obat yang berkualitas?
2. Bagaimana faktor yang perlu dipertimbangkan untuk memastikan keberlanjutan pasokan obat dari pemasok?

3. Bagaimana langkah-langkah yang dapat digunakan untuk menggunakan efektivitas dalam memilih pemasok obat?

I.3 Tujuan Penyusunan Proposal Ilmiah

Adapun tujuan dari penyusunan proposal ilmiah ini berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan yaitu:

1. Untuk menempatkan standar yang objektif dan relevan dalam memilih pemasok obat untuk menjamin kualitas produk yang memenuhi standar.
2. Untuk menganalisis komponen penting yang memastikan kelancaran dan keberlanjutan pasokan obat dari pemasok.
3. Untuk mencapai hasil pengadaan obat yang optimal dengan mempertimbangkan kualitas, harga, dan kelancaran distribusi saat memilih pemasok obat.

I.4 Manfaat Penyusunan Proposal Ilmiah

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut;

a. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan konsep pengambilan keputusan multikriteria yang kompleks secara sistematis, sehingga meningkatkan kemampuan analitis dan logis mereka.
2. Mahasiswa dapat melihat bagaimana teori yang dipelajari di kelas, seperti perbandingan berpasangan dan pembobotan kriteria, diterapkan untuk memecahkan masalah nyata di dunia kerja.
3. Mahasiswa dapat meningkatkan keterampilan teknis, termasuk analisis data dan validasi keputusan menggunakan *Consistency Ratio.*

b. Bagi Perusahaan

1. Membantu CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia meminimalkan resiko terkait dengan pengadaan obat, seperti obat palsu dan kadaluwarsa yang dapat merugikan konsumen, dan reputasi perusahaan.
2. Membantu CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia mengurangi resiko keterlambatan dan kesalahan pada pemesanan.
3. Membantu CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia mengurangi ketergantungan pada satu pemasok.

I.5. Batasan dan Asumsi

Berikut merupakan batasan dari penyusunan Proposal Penelitian Ilmiah.

1. Penelitian ini hanya berfokus pada penerapan metode AHP untuk menentukan pemasok terbaik dalam pengadaan obat di CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia
2. Penelitian ini terbatas pada kriteria yang relevan dalam memilih pemasok, seperti harga, diskon, pengiriman, layanan, dan support.
3. Data yang digunakan relevan dengan pengadaan dalam jangka waktu 2024-2025.
4. Penelitian ini hanya memfokuskan pada alternatif pemasok yang ada pada CV. Tivaza Light Dermatologika Indonesia

Berikut merupakan asumsi dari penyusunan Proposal Penelitian Ilmiah.

1. Diasumsikan bahwa data yang digunakan untuk perbandingan berpasangan adalah valid dan akurat, serta mencerminkan keadaan nyata dari pemasok yang bersangkutan pada periode yang dianalisis.
2. Diasumsikan bahwa prioritas kriteria (seperti harga, kualitas, pengiriman) sudah jelas dan disepakati oleh semua pihak yang terlibat.
3. Diasumsikan bahwa tingkat konsistensi yang diterima untuk hasil perbandingan berpasangan adalah dalam batas toleransi yang ditentukan oleh

AHP, yaitu CR (*Consistency Ratio*) kurang dari 0.1. Bila tidak konsisten, maka perbandingan akan direvis

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut;

Bab I **Pendahuluan**

Bab ini mencakup uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat, batasan, dan sistematika penelitian dari permasalahan yang menjadi subjek permasalahan.

Bab II **Landasan Teori**

Bab ini mencakup landasan teori mengenai Industri Kecantikan di Indonesia, Pemilihan Pemasok, beserta pemilihan metode dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Bab III **Metodologi Penyelesaian Masalah**

Bab ini mencakup uraian mengenai sistematika perancangan, kesimpulan dan saran, dan kesimpulan beserta asumsi dari penyusunan tugas akhir.

Bab IV **Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini membahas data yang telah dikumpulkan dan proses pengolahan data menggunakan model kerangka. Metode Analytical *Hierarchy* Process (AHP) digunakan untuk menghasilkan rancangan solusi untuk pemilihan pemasok.

Bab V **Analisis dan Pembahasan**

Bab ini membahas hasil rancangan, analisis, dan

pengolahan data. Selain itu, terdapat verifikasi, validasi, dan evaluasi hasil rancangan.

Bab VI **Kesimpulan dan Saran**

Bab ini memberikan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang telah dilakukan, serta jawaban dari rumusan masalah yang ada pada bagian pendahuluan.