

BAB II

Tinjauan Pustaka

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan landasan penting dalam melakukan penelitian baru. Kajian terhadap penelitian terdahulu membantu peneliti untuk memahami konteks penelitian, teori yang relevan, dan metodologi yang tepat. Dengan mempelajari penelitian terdahulu, peneliti dapat menghindari duplikasi penelitian dan memperkaya hasil penelitiannya.

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	“Perancangan Strategi Pengadaan pada UMKM Batik di Kabupaten Banyuwangi”, Rifandi Elfrianto, 2022	<i>Kraljic’s Portfolio Matrix, Lotus Blossom Technique</i>	Kualitatif	Penentuan strategi berdasarkan masing-masing kuadran dan didapatkan Strategi pada kuadran <i>strategic</i> antara lain <i>partnership, cooperate with 3pl, choose a “good” supplier, stock management dan early supplier involvement.</i> Strategi pada kuadran <i>leverage</i> antara lain <i>fixed contract, exploit</i>

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
				<p><i>buying power, technical request dan blanket order. Strategi pada kuadran bottleneck antara lain stock management, focus on supplier's things dan safety strategy. Sedangkan strategi pada kuadran non-critical antara lain minimizing cost, purchase method, price quality evaluation dan blanket order.</i></p>
2	<p><i>Procurement Improvement In Panel Builder Company Using Aggregate And Material Requirement Planning, Nabila Azelia, 2021</i></p>	<p><i>Material Requirement Planning</i></p>	Kualitatif	<p>Bahwa penggunaan <i>Material Requirement Planning</i> bermanfaat bagi efisiensi perusahaan karena memberikan pedoman bagi perusahaan tentang rencana perusahaan dan kapan bahan-bahan</p>

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
				<p>harus dipesan, serta total biaya pengadaan yang akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas kinerja pengadaan barang perusahaan.</p>
3	<p><i>The integration of suppliers and manufacturers within construction supply chains through innovative procurement strategies</i>, Malik M.A, 2008</p>	<p><i>Procurement Strategies</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Melalui inisiatif klien, terdapat potensi besar untuk memanfaatkan keahlian dan pengetahuan para pemasok dan produsen di awal proyek untuk mencapai perencanaan dan pelaksanaan yang efektif dari keseluruhan proyek, dengan integrasi rantai pasokan yang lebih besar.</p>
4	<p><i>Supplier Intelligence In MRO</i></p>	<p><i>supplier intelligence, procurement, MRO</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Pengadaan strategis dapat membantu mempertahankan dan</p>

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
	<i>Procurement,</i> Ananda Jeeva, 2008			<p>meningkatkan keunggulan organisasi dengan berbagai cara, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. memberikan kepastian sehingga rencana dan strategi jangka panjang dapat direncanakan dan diimplementasikan 2. mengurangi faktor risiko. 3. memberikan pengetahuan tentang tren pasokan 4. meningkatkan hubungan yang sudah ada antara pemasok dan pembeli 5. meningkatkan tingkat layanan pemasok dan kinerja pengiriman

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
5	<i>Impact of Cost Reduction Strategies on Purchasing and Procurement in Mozambique,</i> Abelina Cossa, 2023	<i>Cost Reduction Strategies</i>	Kualitatif	Strategi pengurangan biaya adalah cara yang efektif untuk mengurangi biaya yang terkait dengan pembelian dan pengadaan. Strategi pengurangan biaya memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya yang terkait dengan bahan, layanan, dan tenaga kerja, serta mengurangi biaya overhead. Selain itu, kemitraan strategis dan penggunaan teknologi juga membantu perusahaan mengurangi biaya dan mengoptimalkan proses pembelian dan pengadaan.

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
6	<p><i>Role of Negotiation in Purchasing and Procurement in Malaysia,</i> Farhana Abang, 2023</p>	Negosiasi	Kualitatif	<p>Negosiasi memainkan peran penting dalam proses pembelian dan pengadaan di Malaysia. Negosiasi memungkinkan pembeli dan penjual mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan memastikan bahwa transaksi berhasil. Negosiasi memainkan peran penting dalam proses pembelian dan pengadaan di Malaysia. Negosiasi memungkinkan pembeli dan penjual mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dan memastikan bahwa transaksi berhasil. Negosiasi memungkinkan</p>

NO	Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
				<p>pembeli dan penjual mencapai kesepakatan tentang waktu pengiriman dan faktor-faktor lain yang terlibat dalam transaksi. Pada akhirnya, negosiasi merupakan bagian penting dari proses pembelian dan pengadaan di Malaysia, dan dapat membantu menciptakan kesepakatan yang saling menguntungkan</p>

B. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengadaan (*Procurement*)

Martono (2018), mengungkapkan bahwa pengadaan dapat disebut sebagai *purchasing* ataupun *procurement*. *Purchasing* berkaitan dengan hal-hal membeli barang kebutuhan perusahaan, sedangkan *procurement* merencanakan, menganalisa, dan melakukan pembelian kebutuhan perusahaan. Walaupun terdapat perbedaan dalam penyebutan, tetapi ada kesamaan dalam fungsi serta tujuan dalam perusahaan. Yaitu menyuplai seluruh kebutuhan perusahaan dapat berupa barang mentah, setengah jadi, reparasi, ataupun jasa.

Terdapat pernyataan yang mendukung pendapat peneliti di dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurchana dkk. (2014) bahwa, *procurement* terdiri atas keseluruhan proses dari perencanaan, persiapan, perizinan, penentuan pemenang lelang, hingga pengurusan tahap administrasi dalam pengadaan barang maupun jasa. Tujuan perusahaan membentuk pengadaan atau *purchasing* adalah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dengan melalui administrasi atau standar operasional perusahaan (SOP). Menurut Martono (2018) dalam menguraikan tujuan dari pengadaan yaitu:

1. Memeroleh barang dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan (jumlah, harga, kualitas) dari pemasok.
2. Memastikan perusahaan memperoleh pelayanan terbaik dari pemasok sehingga alur proses operasional berjalan lancar.
3. Mengidentifikasi pemasok yang dapat memberikan pelayanan barang serta jasa terbaik.
4. Membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemasok agar memiliki hubungan mutualisme dalam berbisnis.
5. Bernegosiasi terkait biaya pembelian dan pengadaan barang
6. Mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi pada perusahaan, seperti kelangkaan barang, kenaikan harga barang, dan memproduksi produk baru perusahaan.

Dari yang diuraikan Martono, tujuan dari pengadaan adalah langkah-langkah dalam pengadaan memperoleh atau memenuhi kebutuhan barang atau jasa melalui metode dan prosedur bertujuan mencapai kesepakatan mengenai harga, waktu, serta aspek lainnya. Siahaya (2016) menjelaskan pengadaan adalah serangkaian kegiatan sejak perencanaan hingga selesai yang berdasarkan prinsip, tujuan, strategi, kebijakan dan target untuk memperoleh hasil juga manfaat sebesar-besarnya untuk perusahaan, peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Peneliti mengartikan bahwa pengadaan adalah kegiatan yang berdasarkan dengan prinsip tujuan dan strategi untuk mendapatkan manfaat sebesar-besarnya

yang menguntungkan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat memproteksi diri dari distrupsi pasokan yang menimbulkan krisis pada perusahaan. Peran dari pengadaan menurut Siahaya (2016) adalah penentuan secara sistematis terhadap 'apa' (spesifikasi, kualitas), 'kapan' (jadwal, *delivery time*), 'bagaimana' (sumber, sistem) dan 'berapa' (kuantitas) dari pengadaan sampai dengan tempat tujuan yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas, biaya optimal dan waktu suplai yang wajar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (perusahaan) dan pengguna (*user*).

Sehingga, pengadaan memiliki peran untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dengan menentukan kualitas, kuantitas serta jadwal pengiriman barang dengan tepat agar biaya yang ditimbulkan tetap optimal. Hardjowijono dan Muhammad (2008) mengungkapkan bahwasannya pengadaan memiliki prinsip yang harus dilakukan dalam pengadaan barang dan jasa, dan telah dipraktikkan secara internasional. Hal tersebut adalah efisiensi, efektivitas, persaingan sehat, keterbukaan, transparansi, tidak diskriminasi, dan akuntabilitas.

1. Efisiensi : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki memperoleh barang dan jasa dalam jumlah, kualitas yang diharapkan dan diperoleh waktu yang optimal.
2. Efektif : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki memperoleh nilai manfaat setinggi-tingginya.
3. Persaingan sehat : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan adanya persaingan antar calon penyedia barang dan jasa (*supplier*) berdasarkan norma dan etika yang berlaku dan tidak terjadi kecurangan juga praktik KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme)
4. Terbuka : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan memberikan kesempatan kepada semua penyedia barang dan jasa (*supplier*)
5. Transparansi : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan pemberian informasi pelaksanaan pengadaan barang kepada calon penyedia barang dan jasa yang berminat

6. Tidak diskirminatif : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan pemberian sikap yang sama kepada semua calon penyedia barang dan jasa dalam proses pengadaan barang dan jasa.
7. Akuntabilitas : Yaitu prinsip dalam pengadaan dengan pertanggung jawaban pelaksanaan pengadaan barang dan jasa kepada pihak yang terkait berdasarkan etika, norma, dan ketentuan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Tolok ukur keberhasilan pengadaan dapat dilihat dari 5 kriteria, diketahui dengan 5 T ialah dapat menyediakan barang yang dibutuhkan secara : tepat kualitas, tepat harga, tepat waktu, tepat layanan dan tepat jumlah. Kelima kriteria tersebut saling terkait satu sama lainnya (Argiyantari, 2015). Pengadaan memiliki beberapa jenis dalam melakukan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

Hal tersebut adalah *Direct Procurement* dan *Indirect Procurement*. *Direct procurement* atau pengadaan langsung adalah pengadaan material yang digunakan dalam barang jadi, sedangkan, *indirect procurement* atau pengadaan tidak langsung adalah pengadaan material yang mendukung operasionalisasi barang jadi, namun tidak termasuk di dalamnya (Cox dkk, 2005). Artinya, pengadaan langsung menyediakan material-material yang memiliki pendukung

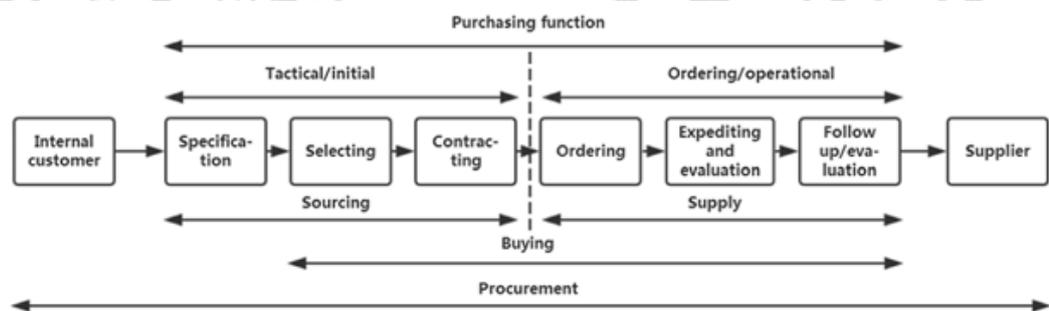
Tabel 2.2 Perbedaan Direct dan Indirect Procurement

	<i>Direct procurement</i>	<i>Indirect procurement</i>
Definition	Purchasing of direct materials includes those purchases that are necessary for the firms' final product, such as raw materials and components used in the production process	Purchasing indirect materials includes those purchases that are needed to maintain the everyday business of the firm, such as office supplies, telecommunication products, and maintenance and cleaning services
Time perspective	Long term, also entire series	Short term, spot
Number of suppliers	A few suppliers	Many suppliers
Spend characteristics	Homogeneous spend	Heterogeneous spend
Strategic focus	Price reduction and collaboration, relational view	Efficiency and process optimisation, transaction cost

Sumber : Delke, dkk (2023)

hubungan langsung dengan barang jadi, seperti bahan baku, bahan pendukung, ataupun material kemasan produk. Pengadaan tidak langsung dilain kata adalah material yang mendukung proses barang jadi tersebut dibuat yang tidak menjadi bagian dari barang jadi tersebut, seperti mesin, peralatan, dan suku cadang.

Dari Tabel 2.2, diuraikan perbedaan pengadaan langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*) yaitu, dalam pandangan waktu, pengadaan langsung memiliki proses panjang dalam mencapai kesepakatan, berbeda dengan tidak langsung karna barang yang diminta oleh pengadaan tidak langsung kebanyakan adalah material MRO yang karakteristiknya sudah dijelaskan sebelumnya.



Gambar 2.1 : Model Proses Linier Pengadaan

Sumber : van Weele (2018)

Kemudian yang menjadi perhatian adalah jumlah pemasok yang dimiliki dari pengadaan langsung ataupun tidak langsung. Karena material yang dibeli oleh pengadaan tidak langsung adalah material pendukung operasional perusahaan menjadikan pemasok yang dibutuhkan juga sangat banyak. Lalu yang terakhir, adalah fokus strategi yang dimiliki, pengadaan langsung berfokus pada kolaborasi dan memiliki keterikatan, berbeda dengan tidak langsung yang berfokus efisien dan berpandangan transaksional dengan pemasok.

Pada pengadaan, alur pengerjaan yang digunakan mayoritas pada perusahaan manufaktur adalah menggunakan model proses liner, dengan membagi menjadi 2 bagian dalam fungsi pembelian, yaitu bagian taktikal dan bagian operasional. Pada bagian taktikal, pengadaan melakukan analisa terhadap material, pemasok dan kebutuhan perusahaan sebelum melakukan pembelian.

Pada bagian operasional pengadaan melakukan pemesanan kepada pemasok, pengawasan pengiriman, dan melakukan evaluasi pemasok. Sehingga, van Weele (2018) mengungkapkan, aktivitas fungsional pengadaan yaitu;

1. Menilai kebutuhan perusahaan dan mempertimbangkan kebutuhan pasokan yang dimiliki perusahaan.
2. Mendapatkan kebutuhan pengadaan, berupa spesifikasi (dalam hal kualitas dan jumlah yang dibutuhkan) dari sebuah barang dan jasa yang perlu dibeli.
3. Memilih pemasok terbaik dan mengembangkan prosedur dan rutinitas.
4. Memutuskan kontrak apa yang akan digunakan, dan mempersiapkan negosiasi dengan pemasok dalam menyusun kontrak yang sah.
5. Menindak lanjuti pemesanan dengan pemasok terpilih menggunakan Purchasing Order (PO) secara efisien.
6. Memantau dan mengendalikan pesanan untuk mengamankan pasokan sembari memeriksa tagihan (*Invoice*) yang telah disepakati.
7. Tindak lanjut dan evaluasi pemasok

2.2 Material MRO

Material MRO (*maintenance, repair, operating/overhaul*) adalah material yang disediakan untuk perlengkapan, pemeliharaan, perbaikan, dan operasi yang dibutuhkan perusahaan untuk menjaga mesin dan proses tetap berjalan (Heizer dan Render, 2015). Material yang digunakan untuk menunjang atau mendukung kegiatan produksi dengan periode yang lama namun mudah habis. Oleh karena itu dibutuhkannya pengendalian pada pembelian material tersebut agar tidak *over* (kelebihan) ataupun kekurangan.

Dalam kebanyakan perusahaan industry manufaktur, material-material seperti *bearing, pipes, valves, fittings, electrical, repair*, peralatan kantor, dan suku cadang adalah material-material yang termasuk di dalam jenis material MRO (Bechtel & Patterson, 1997). Tujuan pembelian MRO adalah untuk

menjaga peralatan dan perlengkapan terpenuhi dengan efisien serta mengurangi *lead time* dan risiko gangguan. MRO merupakan material *indirect spending* perusahaan, yaitu material yang dibeli untuk keberlangsungan yang tidak menghasilkan produk atau barang jadi. Jenis-jenis MRO terdiri dari :

1. Persediaan Pemeliharaan Dan Perbaikan

Yaitu produk perbaikan dan perawatan infrastruktur perusahaan seperti suku cadang, pelumas, perkakas, dll. Yang digunakan memperbaiki mesin sebelum rusak dan meningkatkan pemeliharaan.

2. Perbaikan dan Pemeliharaan Infrastruktur

Yaitu bagian penting dalam proses produksi, alat-alat yang dibutuhkan untuk pembuatan barang jadi seperti mesin, bor, cetakan injeksi, termasuk alat yang habis pakai (*consumables*) seperti gas, sarung tangan, dan batang las.

3. Pemeliharaan Peralatan Penanganan Material

Yaitu bagian dalam penanganan produk jadi perusahaan seperti conveyor atau forklift dan peralatan yang bergerak lainnya.

Jika dibandingkan material produksi atau material produktif dengan material MRO dalam pengadaan, maka terdapat karakteristiknya masing-masing (Li & Tao, 2011). Material MRO memiliki jumlah pemasok (*supplier*) material yang berbeda dari material produktif. Material MRO memiliki jumlah pemasok yang lebih banyak dari material produksi dikarenakan harga material yang fluktuatif dengan jumlah pemesanan dan kesukaran untuk bernegosiasi mendapatkan material MRO yang menjadikan pemasok material MRO sangat banyak.

Dengan luasnya dan banyaknya jangkauan material MRO untuk kegunaan yang berbeda beda, maka terdapat perlakuan yang berbeda pada material yang spesifik. Seperti, material MRO untuk peralatan kantor yaitu, kertas cetak, pulpen, pensil dan penghapus, dilakukan dengan prosedur yang sederhana dan tidak seketat material material lainnya (Li & Tao, 2011).

2.3 Sourcing Strategy

Menurut Soller (2003) strategi pembelian adalah : "*strategic procurement as the development and implementation of a long-term plan to procure the appropriate goods & services needed to support organizational operation, at the lowest Total Cost of Ownership (TCO)*". Dapat diartikan *Sourcing strategy* adalah sebagai pengembangan dan implementasi jangka panjang untuk mencapai pembelian yang baik dan pelayanan (jasa) yang diperlukan untuk mendukung operasi perusahaan, dengan Total Cost of Ownership (TCO) yang rendah.

Untuk menentukan strategi pembelian yang baik, perusahaan diharuskan mengerti market trends, dan keadaan ekonomi yang dapat berpengaruh terhadap pembelian. Selain itu, cara bernegosiasi dengan pemasok juga memiliki pengaruh dalam pembelian. Krause (1997) mengatakan pembelian sukses bergantung kepada perkembangan pemasok, analisis kemampuan pemasok dan menjalin hubungan baik dengan pemasok untuk mencapai peningkatan yang berkelanjutan.

Pemasok merupakan aktor penting dalam supply chain. Dengan menjaga hubungan dengan pemasok diharapkan perusahaan dapat memperoleh harga bahan baku dengan kualitas tinggi, tepat waktu, terjaga keselamatannya sehingga dapat keuntungan yang besar. Sekarang strategic sourcing sering digambarkan sebagai sesuatu yang dinamis. Strategic sourcing dikatakan sukses apabila terpenuhinya kepuasan *end-user* (pengguna) dan juga mengurangi cost, meningkatkan waktu siklus dan mereduksi waktu delivery. Selain itu, perlu meningkatkan hubungan dengan pemasok sehingga dapat mengembangkan skill dan kemampuan pemasok semakin baik dan dapat bersaing di market (Cousins dan Spekman, 2003).

Sourcing strategi memiliki dua jenis, yaitu *Single Sourcing* dan *Dual Sourcing*. *Single Sourcing*, pembeli dalam hal ini perusahaan memusatkan

alokasi pada pemasok yang memiliki keunikan, dan *Dual Sourcing* memusatkan alokasi pada beberapa pemasok secara bersamaan. Perusahaan bebas memilih kedua strategi tersebut antara *single* ataupun *dual*. Stuart (1993) mengungkapkan bahwa, kemitraan (*partnership*) mengindikasikan keterikatan yang kuat antar perusahaan dalam perencanaan jangka panjang. Dijelaskan bahwa kemitraan ini dapat menekan jumlah pemasok yang ada serta Stuart mengungkapkan “kunci keberhasilan kemitraan adalah berbagi informasi, evaluasi, dan perbaikan yang berkelanjutan dan upaya pemecah masalah Bersama”. (Calvo & Martínez-de-Albéniz, 2016).

2.4 Siklus Deming (Plan-Do-Check-Action)

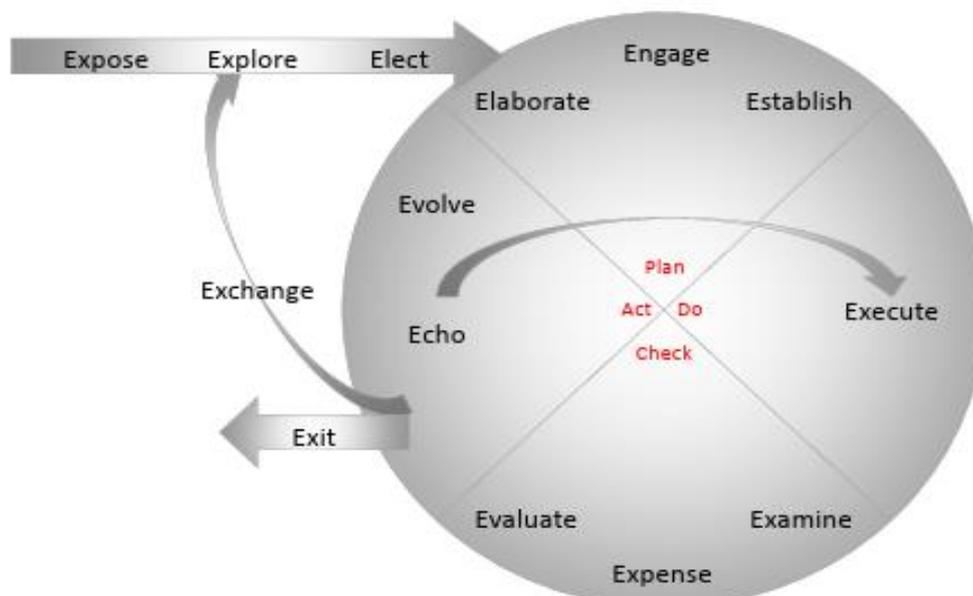
Implementasi merupakan hal yang penting dalam mewujudkan suatu gagasan atau rencana, seseorang harus mengimplementasikan gagasan untuk mencapai tujuannya. Implementasi ialah kegiatan yang dilakukan dengan perencanaan dan mengacu kepada aturan tertentu untuk mencapai tujuan suatu kegiatan. Intinya, implementasi dapat dilakukan bila sudah terdapat rencana atau konsep acara yang hendak dilakukan.

Dalam mengimplementasikan sebuah strategi perlu adanya pendekatan PDCA. Pendekatan PDCA diperkenalkan oleh Dr. Edward Deming seorang pakar kualitas asal Amerika Serikat, yang awalnya dikenal dengan sebutan siklus Deming. Seiring berjalannya waktu kemudian siklus Deming lebih dikenal dengan pendekatan PDCA (Plan, Do, Check, Act). Pendekatan PDCA diimplementasikan untuk melakukan perubahan-perubahan seperti suatu proses atau sistem.

Pendapat Radhila (2018), *Plan-Do-Check-Action* (PDCA) merupakan model dalam melakukan perbaikan kualitas yang dilakukan secara terus-menerus. *Plan* atau perencanaan adalah suatu proses memperkirakan apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang dilihat dari keadaan yang ada sekarang sehingga bisa menetapkan sasaran dan target peningkatan. *Do* merupakan

pelaksanaan atau pengerjaan dimana pada tahapan pengerjaan ini yaitu mengumpulkan data yang dibutuhkan, mengkonversi data, menaksirkan informasi dan melaporkan serta megkomunikasikan data. *Check* merupakan tahap pemeriksaan dan peninjauan ulang serta mempelajari hasil-hasil yang didapatkan dari penerapan ditahap *Do*. Melakukan perbandingan antara hasil aktual yang telah dicapai dengan target yang ditetapkan. *Action* adalah tahap tindakan untuk menindaklanjuti hasil yang didapatkan. Tindakan yang dilakukan pada tahap action yang dapat dilakukan adalah korektif dan standarisasi.

Penerapan dari pendekatan PDCA berarti secara terus menerus mencari metode yang lebih baik untuk melakukan perbaikan. PDCA merupakan pendekatan yang efektif dalam melakukan pengelolaan dalam suatu program yang telah direncanakan. memungkinkan dua jenis tindakan korektif yaitu sementara dan permanen. Hasil dari tindakan sementara ditujukan untuk hasil yang secara praktis dapat menangani dan memperbaiki masalah. Hasil dari tindakan korektif permanen terdiri dari penyelidikan dan penghapusan akar



Gambar 2.2 : Siklus Deming Pada Pengadaan

Sumber : Bäckstrand (2019)

penyebab sehingga dengan demikian dapat menargetkan keberlanjutan yang dalam prosesnya terus ditingkatkan. Siklus Deming atau PDCA pada pengadaan digambarkan oleh Bäckstrand (2019) pada gambar 2.2 dengan membuat 14 tahap dan menambahkan bagian *Sourcing* sebelum memasuki bagian *Plan*. Tahap tahap tersebut adalah :

1. ***Expose***

Karyawan pengadaan mengetahui material yang dibutuhkan oleh pengguna. Terdiri dari dimensional material berupa panjang, lebar, tinggi, volume, dan berat material. Lalu, spesifikasi material, yaitu permintaan pengguna untuk material memiliki kapasitas serta kemampuan yang diinginkan, dan urgensi material yang dibutuhkan pengguna. Karyawan tidak dapat menunda pekerjaan pada material yang sangat dibutuhkan pengguna.

2. ***Explore***

Karyawan pengadaan melakukan pencarian pada pasar dan mengumpulkan informasi mengenai pemasok, seperti bentuk usaha pemasok, lokasi pemasok, dan material yang ditawarkan. Selain itu karyawan juga perlu melakukan analisa terhadap harga material yang ada di pasar, dengan tujuan mengetahui harga material yang ada di pasar.

3. ***Elect***

Karyawan pengadaan melakukan penyaringan pemasok setelah mengumpulkan seluruh informasi mengenai pemasok. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan pemasok yang lebih tepat dan akurat dengan kebutuhan pengguna.

4. ***Elaborate***

Karyawan pengadaan melakukan pemilihan pemasok yang dapat memenuhi kebutuhan pemasok, baik secara spesifikasi material, kuantitas material hingga waktu pengiriman material yang diberikan pemasok. lazimnya pemasok yang ditemukan tidak kurang dari 5.

5. **Engange**

Karyawan pengadaan melakukan negosiasi dengan para pemasok yang telah dipilih, dengan tujuan mendapatkan harga terendah dari pemasok dan mereduksi *Total Cost of Ownership* perusahaan.

6. **Establish**

Pemasok telah ditentukan, dan harga, kuantitas dan waktu pengiriman yang ditawarkan diterima oleh pengadaan. Maka, dibuatkan kontrak persetujuan antara pemasok (*seller*) dengan pengadaan (*buyer*) yang menyatakan kesiapan pemasok untuk mencukupi kebutuhan material yang diminta oleh pengadaan.

7. **Execute**

Pengadaan melakukan pembelian secara resmi ke pemasok dengan dibuatnya dokumen *Purchasing Order*.

8. **Examine**

Karyawan pengadaan melakukan pengawasan kepada pengiriman kepada pemasok, dan melakukan *reminder* kepada pemasok untuk melakukan pengiriman dan waktu tenggat pengiriman.

9. **Expense**

Karyawan pengadaan melakukan penyelesaian dokumen tagihan pemasok untuk diserahkan kepada departemen akunting.

10. **Evaluate**

Pengadaan melakukan evaluasi terkait pelayanan (penyediaan material, pemberian harga diskon, dan waktu pengiriman) yang diberikan oleh pemasok kepada perusahaan.

11. **Echo**

Pengadaan melakukan pembelian ulang kepada pemasok dengan pemesanan material dan kuantitas yang sama

12. **Exit**

Pengadaan tidak melakukan pembelian kembali kepada pemasok dikarenakan evaluasi dari pengadaan yang tidak memuaskan pengadaan.

13. *Exchange*

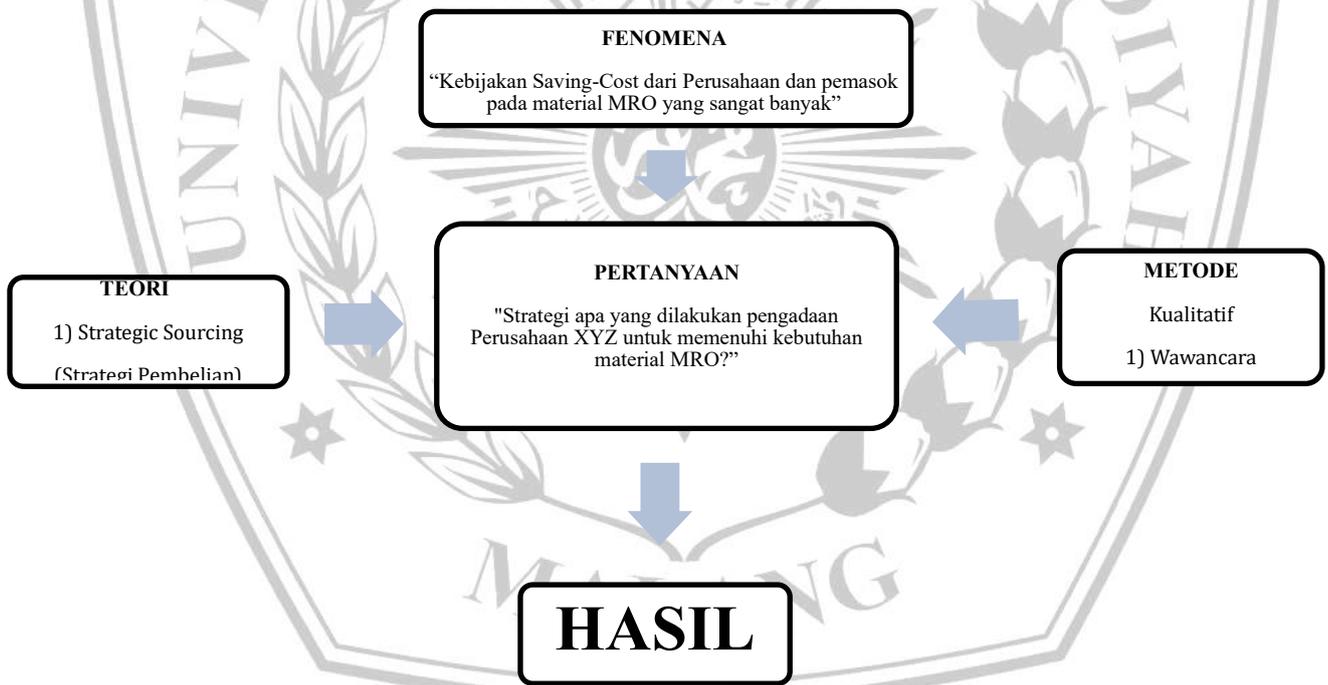
Pengadaan melakukan pencarian kembali untuk menemukan pemasok yang lebih baik lagi dari pemasok sebelumnya dan mendapatkan peningkatan *saving-cost* lebih banyak lagi.

14. *Evolve*

Karyawan pengadaan melakukan evolusi atau perubahan-perubahan baik itu material, spesifikasi yang lebih baik pada pemasok.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah alur dari penelitian yang dilakukan peneliti untuk menemukan hasil dari suatu fenomena. Pada penelitian ini digambarkan pada gambar 2 mengenai kerangka pikir yang peneliti gunakan.



Gambar 2.3 : Kerangka Pikir Penelitian