

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri pariwisata merupakan sarana akomodasi, salah satunya termasuk tempat penginapan atau tempat tinggal sementara serta tempat makan, minum dan tempat paling nyaman yang biasa dikenal dengan hotel. Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu (Cahyo & Solikhin, 1907). Perhotelan sangat mengutamakan hospitality yang baik kepada tamu. Hospitality yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya jasa pelayanan tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Akan tetapi bisnis hospitality adalah bisnis yang membutuhkan jiwa atau ruh dalam sendi-sendi operasionalnya (Hermawan et al., 2018).

Pada perhotelan tentunya perlu adanya penunjang untuk kelancaran operasional seperti kebutuhan alat dan bahan, yang mana semua kebutuhan tersebut dikoordinir oleh divisi purchasing. Menurut (Kholifatun & Nurcahyo, 2018) Manajemen purchasing merupakan bagian dalam menyediakan peralatan hotel, dari semua fasilitas hotel yang disediakan kepada tamu pasti memerlukan peralatan, perlengkapan, bahan-bahan untuk menunjang operasional mulai dari

yang material maupun bahan yang siap pakai. Adanya peralatan yang harus terpenuhi tersebut harus dilakukan pembelian dan pengadaan peralatan. Kebutuhan operasional hotel harus tetap berjalan dengan lancar, sehingga memerlukan salah satu cara untuk mengelola barang operasional hotel. Manajemen purchasing dapat dijadikan alternatif untuk memenuhi kebutuhan barang di hotel agar tetap tersedia, dan tidak mengalami kahabisan stock.

Manajemen purchasing (Pembelian) menurut Supriyanto dan Masruchah (2007) adalah: “Manajemen purchasing merupakan bagian penting dari perusahaan yang harus bertanggung jawab terhadap pengadaan barang. Menurut Suarsana (2007) mengatakan bahwa Purchasing merupakan titik pusat dari transaksi atau pembelian segala jenis barang untuk berlangsungnya operasional hotel. Peran dari manajemen purchasing yaitu mengelola budget pembelian, melakukan pembelian dan pengadaan barang untuk kebutuhan hotel secara keseluruhan, atau biasanya kebutuhan setiap departemen untuk kelancaran operasional hotel, seperti: kebutuhan dapur (departemen Food & Beverage) seperti: ikan, sayur, daging dan lain sebagainya, kebutuhan material (engineering) seperti: paku, palu, kayu dan lain sebagainya, kebutuhan kamar (house keeping) seperti: sikat gigi, sandal kamar, sabun mandi dan lain sebagainya, kebutuhan Front Office seperti: key jacket, voucher kamar, guest comment dan lain sebagainya, kebutuhan Sales & Marketing seperti: kartu nama, flayer dan lain sebagainya, kebutuhan HRD seperti: P3K, flayer, dan lain sebagainya, dan kebutuhan admin & general seperti: kebutuhan store, perlengkapan printing, dan lain sebagainya. Dengan adanya penerapan manajemen purchasing dalam hal pengadaan barang

operasional hotel, maka pelayanan atau hospitality akan berjalan dengan lancar, dan akan membuat para tamu juga merasa puas karena tidak merasa kurang dalam menerima layanan dari pihak hotel.

Fungsi dari manajemen purchasing yaitu mengatur budget pembelian, merencanakan pembelian, dan mengoordinasikan proses pembuatan Purchase Order (PO), dan menerima semua Purchase Request (PR) dan Market List atau ML untuk memenuhi kebutuhan semua departemen di hotel. Dalam penerapannya, secara sekilas peran manajemen purchasing terlihat sederhana, namun pada kenyataannya peran manajemen purchasing merupakan suatu hal yang harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan karakteristik dan spesifikasi dari barang yang dibutuhkan, serta mendapatkan harga yang terjangkau. Manajemen purchasing sebagai sumber pemborosan apabila tidak diselenggarakan dengan baik dan sumber penghematan yang akan memperbesar laba perusahaan apabila dilakukan dengan teliti dan cermat Menurut Siagian (2005).

Manajemen purchasing pada Hotel Rayz Hotel UMM menerapkan 2 (dua) sistem pembelian, yaitu melalui sistem Daily Market List (DML) dan Purchase Request (PR), daily market list yaitu pembelian setiap hari yang biasanya hanya untuk pembelian kebutuhan dapur atau barang yang tidak bisa di simpan terlalu lama didalam gudang, DML ini hanya bisa di akses oleh FB Admin saja, sedangkan Purchase Request (PR) yaitu permintaan pembelian dari setiap departemen kepada purchasing sebelum dilakukannya pembelian kepada supplier, PR ini bisa di akses oleh semua departemen. Pembelian barang harus diatur

dengan spesifikasi tertentu sehingga didapat barang dengan kualitas dan kuantitas yang baik, sesuai dengan Standard Purchase Specification (SPS) dan sesuai dengan keinginan departemen yang terkait. Setelah terjadi kesepakatan antara purchasing dengan departemen yang terkait, purchasing memesan barang kepada supplier dengan memberika bukti Purchase Order (PO), maka setelah itu supplier bisa melakukan pengiriman barang ke Rayz Hotel UMM.

**Tabel 1.1 Data Total Pembelian Dalam Bulan Agustus 2023**

No	Departemen	Total
1.	Engineering	Rp. 9.168.100,00
2.	Food & Beverage	Rp. 25.242.720,00
3.	Front Office	Rp. 7.310.025,00
4.	House Keeping	Rp. 6.128.900,00
5.	Sales & Marketing	Rp. 1.457.500,00
6.	HRD	Rp 587.500,00
7.	Admin & General	Rp 94.217.664,00

*Sumber: purchasing Agustus 2023*

Tabel di atas merupakan total pembelian dari setiap departemen pada bulan agustus 2023, data tersebut diambil dari jumlah pembelian paling banyak dan harga barang yang paling tinggi pada bulan agustus yang biasanya disebut dengan top 10. Dapat disimpulkan bahwa barang yang paling banyak dibeli yaitu dari departemen Admin & General dan paling rendah dari HRD. Tujuan rekapan ini yaitu untuk membuat forecasting atau ramalan pembelian untuk bulan selanjutnya, dan memperkirakan anggaran yang akan dibutuhkan dibulan selanjutnya.

Dengan adanya data pembelian diatas manajemen purchasing juga harus memastikan untuk memilih supplier yang terbaik dari segi harga, barang maupun pengiriman barang, jika ada keterlambatan pengiriman dapat menghambat seluruh rantai operasional hotel, dan jika ada cacat pada komponen barang dapat

mempengaruhi kualitas barang dan menghambat pelayanan, selain dapat menghambat pelayanan, adanya cacat pada barang juga berdampak pada beban biaya. Hal ini juga berdampak pada citra Rayz Horel UMM, dengan segala dampak yang ditimbulkannya: penurunan profitabilitas, reputasi, dan kepercayaan diri. Fenomena yang dihadapi oleh Rayz Hotel UMM terkait manajemen purchasing yaitu, kurang tepat dalam mengelola dana pembelian. Urgensi pada penelitian ini akan menjadi masukan kepada staff purchasing terkait bagaimana dalam mengelola anggaran supaya tidak selalu melebihi budget yang dimiliki. Dari uraian di atas, menjadi alasan penulis untuk meneliti pada bagian purchasing dengan judul **“Manajemen Purchasing pada Bidang Hospitality”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Setiap hotel pastinya ingin memberikan kesan yang terbaik kepada tamu, dari segi pelayanan, dan perlengkapan tamu. Oleh karena itu, pentingnya purchasing pada hotel yaitu untuk menunjang semua kebutuhan operasional hotel. Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas maka fokus masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa peran manajemen purchasing dalam pengadaan barang di Rayz Hotel UMM?
2. Bagaimana cara purchasing dalam mengelola anggaran pembelian dari setiap departemen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan peranan manajemen purchasing dalam pengadaan barang di Rayz Hotel UMM.
2. Untuk menganalisis cara purchasing mengelola anggaran pembelian dari setiap departemen.

### **1.4 Manfaat**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara ilmiah atau menambah literatur mengenai manajemen purchasing pada perhotelan dan bisa bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat bagi hotel (Rayz Hotel UMM), dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat pada bagian manajemen purchasing dalam proses pengelolaan budget dan pembelian barang operasional hotel supaya meminimalisir adanya minus pada budget.