

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Manajemen Purchasing

##### 2.1.1 Purchasing (pembelian)

Manajemen purchasing (manajemen pembelian) suatu cara yang diterapkan untuk bisa mengelola berbagai barang yang dibutuhkan oleh perusahaan. Manajemen purchasing melibatkan pembelian barang dan jasa secara efisien untuk membatasi biaya dan memaksimalkan keuntungan. Menurut Sofjan Assauri (2008) manajemen purchasing merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Manajemen pembelian memiliki peranan sebagai perantara di antara distributor dan perusahaan, dalam hal pengadaan barang/ jasa yang dapat mendukung operasional perusahaan. Fungsi manajemen purchasing dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai.

Sedangkan menurut Mulyadi (2007) aktivitas dalam manajemen purchasing adalah, menerima permintaan pembelian, pemilihan pemasok/supplier, penempatan order pembelian, penerimaan barang, dan pencatatan transaksi pembelian. Menurut Menurut Supriyanto dan Masruchah, (2007) pentingnya peran dan tanggung jawab *Purchasing* adalah:

1. Harus mampu memberikan kontribusi optimum kepada manajemen perusahaan sebagai bagian penting dalam organisasi yang memainkan peran penting dalam upaya mencapai target profit yang ditetapkan manajemen.

2. Manajemen purchasing dapat membantu perusahaan dalam menggunakan ruang penyimpanan dengan baik.
3. Proses manajemen purchasing untuk meningkatkan keuntungan. Purchasing manajemen dapat membantu meningkatkan produktivitas, menurunkan biaya per unit, dan meningkatkan margin keuntungan.
4. Manajemen purchasing harus selalu berusaha melakukan penghematan dan penurunan biaya yang secara langsung berkaitan dengan pembeli material maupun biaya tidak langsung, yaitu biaya dalam proses administrasi dan pengelolaan. Dan dalam bagian purchasing harus menjalin kerjasama yang erat dengan bagian terkaitnya

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2009) dalam manajemen purchasing ini perlu adanya prinsip-prinsip dalam kerjanya, seperti harus ada aktivitas penunjang seperti yang ditugaskan tersebut dan prinsip kerja dari fungsi pembelian harus diatur untuk memberikan kontribusi yang besar bagi keberhasilan perusahaan.

Prinsip-prinsip dari Purchasing seperti :

1. The Right Price

Merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dalam mata uang yang layak atau yang umum berlaku pada saat dan kondisis pembelian dilakukan.

2. The Right Quantity

Jumlah yang tepat dapat dikatakan sebagai suatu jumlah yang benar- benar diperlukan oleh suatu perusahaan atau perhotelan pada saat tertentu.

### 3. The Right Time

Menyangkut pengertian bahwa orang tersedia setiap kali diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam hal ini persediaan barang haruslah diperhitungkan karena jika ada persediaan barang tentunya ada biaya perawatan barang tersebut.

### 4. The Right Place

Ialah bahwa barang yang dibeli dikirimkan atau diserahkan pada tempat yang dikehendaki oleh pembeli.

### 5. The Right Quality

Adalah mutu barang yang diperlukan oleh suatu perusahaan sesuai dengan ketentuan yang sudah dirancang dan paling menguntungkan perusahaan.

### 6. The Right Source

Mengandung pengertian bahwa barang berasal dari sumber yang tepat. Sumber dikatakan tepat apabila memenuhi prinsip-prinsip yang lain yang sudah disebutkan diatas.

#### **2.1.2 Procurement (Pengadaan Barang)**

Anas et al (2020) Bagian pengadaan merupakan elemen yang sangat penting, mengingat bagian ini sangat membantu dan mempermudah dalam penyediaan dan pengadaan barang untuk keperluan operasional dan penyelesaian setiap pekerjaan ada di hotel. Proses perencanaan pengadaan untuk memperhitungkan jumlah pemesanan dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek yang terkait, seperti jumlah pemesanan, perbandingan supplier,

perbandingan harga dan lainnya. Arifin & Haryani (2014) Pengadaan barang pada hakekatnya suatu upaya pihak pengguna untuk mendapat atau mewujudkan barang yang diinginkan dengan menggunakan metoda dan proses tertentu untuk dicapai kesepakatan harga, waktu, dan kesepakatan lainnya dengan bagian pembelian. Dapat disimpulkan bahwa pengadaan barang adalah kegiatan untuk memperoleh barang dan jasa secara sistematis dan transparan, baik oleh perusahaan, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai nilai terbaik bagi perusahaan atau instansi yang bersangkutan.

Cahyo & Solikhin, (2015) Prosedur pengadaan barang ini Dimulai dengan diajukannya Purchase Request(PR), pembuatan Purchase Order (PO), Sampai dengan barang diterima oleh receiving dan diterima oleh user department. Form Purchasing Ada dua jenis form yang digunakan dalam proses purchasing, yaitu:

1. Purchase Request (PR) Lembaran Form untuk permintaan pemesanan barang dari user.
2. Purchase Order (PO) Form yang dibuat oleh purchasing untuk pemesanan barang kepada supplier setelah PR disetujui oleh Staff Purchasing, Cost Control dan Hotel Manajer.

Menurut (Siahaya, 2016) Dalam pelaksanaan kegiatan pengadaan sejak perencanaan harus menerapkan prinsip pengadaan :

1. Efektif Sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan dan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya sesuai dengan sasaran yang ditetapkan perusahaan.

2. Efisien Diusahakan dengan menggunakan dana, daya dan fasilitas yang sekecil-kecilnya untuk mencapai sasaran dalam waktu singkat dan dapat dipertanggung jawabkan serta memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya.
3. Kompetitif Dilakukan melalui seleksi dan persaingan yang sehat diantara penyedia barang/jasa yang setara dan memenuhi syarat/kriteria tertentu berdasarkan ketentuan dan prosedur yang jelas serta transparan.
4. Transparan Semua ketentuan dan informasi, baik teknis maupun administratif termasuk tata cara evaluasi, hasil evaluasi dan penetapan pemenang harus bersifat terbuka bagi penyedia barang dan jasa yang berminat.
5. Adil Tidak diskriminatif dalam memberikan perlakuan bagi semua penyedia barang dan jasa dan tidak mengarah untuk memberi keberuntungan kepada pihak tertentu.
6. Bertanggung Jawab Mencapai sasaran baik fisik, keuangan maupun manfaat bagi kelancaran pelaksanaan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip dan kebijakan serta ketentuan yang berlaku dalam pengelolaan rantai suplai.

### **2.1.3 Anggaran Dana**

Aning Fitriana, S.E., (2021) anggaran merupakan suatu komponen penting dalam kegiatan perencanaan serta pengendalian jangka pendek yang efektif disuatu organisasi. Anggaran juga memiliki fungsi untuk dapat menentukan rencana pengeluaran atau belanja dan sumber dana yang efisien di organisasi.

Christina, E. et al. (2001) dalam perusahaan perlu menyusun rencana yang baik agar operasional perusahaan berjalan dengan baik, sehingga tercapainya tujuan perusahaan. Rencana perusahaan dituangkan dalam bentuk rangkaian angka yang merupakan pencapaian tujuan perusahaan dalam bentuk anggaran. Anggaran yang tertata dengan baik membantu memudahkan anggota organisasi untuk memahami tujuan yang harus dicapai perusahaan. Menurut Prasetyawati et al (2016) untuk menentukan jumlah pembelian barang yang ekonomis berdasarkan data peramalan (forecasting) dan menentukan total biaya pengadaan yang ekonomis sesuai kebutuhan yang tepat dan menghilangkan pemborosan biaya pengadaan suku cadang.

## **2.2 Hospitality**

Usaha jasa hospitality pada dasarnya tidak memiliki perbedaan yang terlalu jauh dibandingkan bidang pelayanan jasa lain. Hospitality merupakan bagaimana menciptakan produk mati menjadi hidup, sehingga dapat dirasakan oleh pelanggan sebagai manusia yang juga memiliki jiwa (ruh). Dalam hospitality, memberikan pelayanan sepenuh hati kepada pelanggan merupakan kunci awal dalam bidang hospitality, termasuk membantu aktualisasi diri mereka memenuhi jiwa manusia sejati Hermawan dkk (2008). Pelayanan sepenuh hati harus mampu dijalankan oleh pelaku usaha selaku penyedia jasa yang baik dan juga pegawai yang berada pada perusahaan tersebut. Dengan seperti ini diharapkan pelanggan atau wisatawan akan merasa puas terkait pelayanan yang telah diberikan, dan secara tidak langsung jika pelanggan merasa puas mereka akan loyal, dan akan merekomendasikan kepada rekan-rekannya.

Hospitality dalam pengertian ini dimaknai sebagai bentuk kata kerja Nurjanah & Hermawan (2021) namun dalam bahasa Inggris hospitality bisa juga didefinisikan sebagai kata *friendly* atau artinya “ramah” yang murah hati atau dermawan. Kadang-kadang sering digunakan untuk memberikan perlakuan istimewa terhadap tamu yang tinggal dan menggunakan fasilitas. Hospitality juga diartikan sebagai sikap keramah-tamahan antara penyedia jasa dan tamu. Dapat juga merujuk pada aktivitas keramah-tamahan yaitu: penerimaan tamu, dan pelayanan untuk para tamu dengan kebebasan dan kenyamanan.

Hospitality bukan hanya soal keramah-tamahan seperti dalam arti sempit bahasa (*hospitable*). Namun hospitality yang adalah pengetahuan dan seni yang kompleks dalam menjual jasa, yaitu jasa dengan pelayanan yang penuh rasa hormat dan penuh rasa kemanusiaan sesuai kebutuhan jiwa manusia yang ingin dihormati dan dihargai sebagai manusia seutuhnya yang memiliki akal dan budi Hermawan et al (2018).

Usaha hospitality sebagai pemilik usaha jasa (pelayanan) memiliki beberapa karakter yang lebih spesifik dalam operasionalnya. Menurut para ahli setidaknya hospitality memiliki 7 karakteristik khusus yang sedikit berbeda jika dibandingkan bentuk usaha jasa lain Nurjanah & Hermawan (2021). Tujuh karakteristik khusus tersebut meliputi :

1. Intangibility

Intangibility merupakan segala hal yang dapat memberikan rasa kehangatan kepada tamu sebagai manusia, serta kesediaan untuk menyenangkan hati orang lain Sulastiyono (2008). Intangibility juga didefinisikan sebagai

variabel produk yang tidak nyata, atau sesuatu yang susah diterjemahkan menggunakan panca indera (pengecap, indera melihat, pendengar, dan indera peraba), akan tetapi masih dapat dirasakan dan dialami oleh jiwa manusia melalui akal dan perasaan, yang menentukan kepuasan Hermawan et al (2018).

## 2. Simultaneity

Simultan berarti proses produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang bersamaan Yoeti (2004). Jasa atau pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa tidak dapat dilaksanakan tanpa kehadiran pelanggan sebagai input pelayanan tersebut Ariani (2009). Secara lebih tegas, produk hospitality hanya dapat diproduksi pada saat bersamaan dengan waktu konsumsi pelanggan, “Proses melayani hanya akan terjadi jika sudah ada yang akan dilayani”, dalam hal ini waktu konsumen menikmati produk jasa juga berpartisipasi dalam proses pembuatan Hermawan et al (2018).

Karakter produk jasa hospitality yang simultan tersebut sering menimbulkan ketidakpastian dalam benak pelanggan, karena pelanggan tidak dapat mencicipi produk jasa sebelum mereka membelinya, serta produk jasa hanya akan diproduksi saat konsumen sudah terlibat (konsumsi). Walaupun begitu, umumnya konsumen tetap berusaha mencari beberapa informasi umum terlebih dahulu sebelum membeli, terkait variabel tempat, atmosfer, perilaku staf dalam memberi pelayanan, fasilitas yang digunakan, bahan-bahan komunikasi, harga dan lain sebagainya.



### 3. Heterogeneity

Yoeti (2004) mengatakan bahwa “Jasa tidak memiliki standar ukuran yang objektif.” Variable yang menentukan puas dan tidak puas dari masing-masing konsumen juga akan sangat beragam, sangat relatif, serta sangat subyektif, walaupun terhadap satu produk hospitality yang sama Hermawan et al (2018). Zeithaml dan Bitner (1996) mengatakan bahwa dampak dari karakter produk hospitality yang heterogen menjadikan produk hospitality akan sangat tergantung pada kinerja masing masing staf dalam memberikan pelayanan. Heterogeneity jasa berlaku juga dalam konsep bisnis hospitality. Oleh karena itu, akan sangat banyak sekali faktor yang menentukan konsumen “puas ataupun tidak puas” terhadap suatu produk hospitality. Variable yang menentukan puas dan tidak puas dari masing-masing konsumen juga akan sangat beragam, sangat relatif, serta sangat subyektif, walaupun terhadap satu produk hospitality yang sama.

### 4. Perisability

Perisable mengandung arti bahwa produk hospitality tidak dapat disimpan Lovelock (2011). Juga dapat berarti bahwa produk hospitality tersebut tidak bertahan lama Hermawan et al (2018). Dengan karakter produk hospitality yang demikian itu akan sangat susah bagi perusahaan untuk menyesuaikan atau menyeimbangkan permintaan dan penawaran. Perhitungan tidak akan semudah teori supply and demand dalam ilmu ekonomi.

#### 5. Tangible

Tangible atau “komponen produk nyata” adalah segala sesuatu yang dapat dilihat, disentuh/diraba, diukur dan dihitung Sulastiyono (2011). Secara umum komponen produk nyata ini termasuk tempat, desain furniture, seragam karyawan, fasilitas-fasilitas, serta berbagai aspek nyata lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Aspek tangible yang sangat sering diperhitungkan adalah mengenai fasilitas yang tersedia. Dalam industry perhotelan, pengadaan fasilitas seperti banquets mewah, kolam renang, discotheque, sauna, lapangan golf akan sangat menentukan pilihan orang mengapa mereka memilih hotel tersebut.

#### 6. Immovability

Karakteristik produk hospitality selanjutnya adalah immovable yang memiliki arti tidak dapat dipindahkan Hermawan et al (2018). Maksud dari immovability yaitu bahwa produk hospitality hanya dapat dinikmati atau dikonsumsi di tempat dimana produk hospitality itu dibuat, jadi bentuk pelayanan ini tidak bisa dipindahkan.

#### 7. Inseparability

Philip Kotler (dalam Yoeti, 2004) dan Lovelock (2011) memberi batasan service, sebagai suatu aktivitas yang memberikan manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk tidak nyata (intangible) dan tidak menimbulkan perpindahan kepemilikan (Inseparability). Dalam bisnis hospitality, pengalaman, kebanggaan dan naiknya nilai diri akibat manfaat produk hospitality, merupakan sesuatu yang dibeli Lovelock (2011).

Sebenarnya hospitality merupakan produk yang tidak terlihat, namun hanya bisa dirasakan oleh jasa yang telah diberikan. Jadi yang didapat dari membeli jasa pelayanan ini yaitu pengalaman, kebanggaan dan naiknya nilai diri akibat manfaat produk hospitality yang dibeli Lovelock (2011).

### 2.3 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus dan Tujuan Penelitian	Populasi	Temuan Penelitian
(Haryo, 2016)  “Evaluasi Fungsi Purchasing Dalam Proses Pengadaan Barang Di Swiss-Bel Hotel Pondok Indah”	<b>Variabel independen:</b> Fungsi Purchasing  <b>Variabel Dependen:</b> Proses Pengadaan Barang	<b>Populasi :</b> Manajer purchasing.	Hasil penelitian yang menunjukkan sebagai berikut: - Proses pengadaan barang, purchasing berperan menjembatani antara pihak hotel dengan supplier barang, dan bertanggung jawab penuh terhadap proses pengadaan barang di hotel. Bagian purchasing akan mencari beberapa supplier yang tepat sesuai dengan kriteria dan spesifikasi dari barang yang dipesan. - Menyediakan Barang di Hotel Swiss-Bel Pondok Indah, Purchasing Department bertanggung jawab terhadap seluruh proses pengadaan barang di hotel. Setelah proses pembelian berjalan lancar, dan diterima oleh bagian receiving maka penyediaan barang bagi kebutuhan di hotel telah siap.

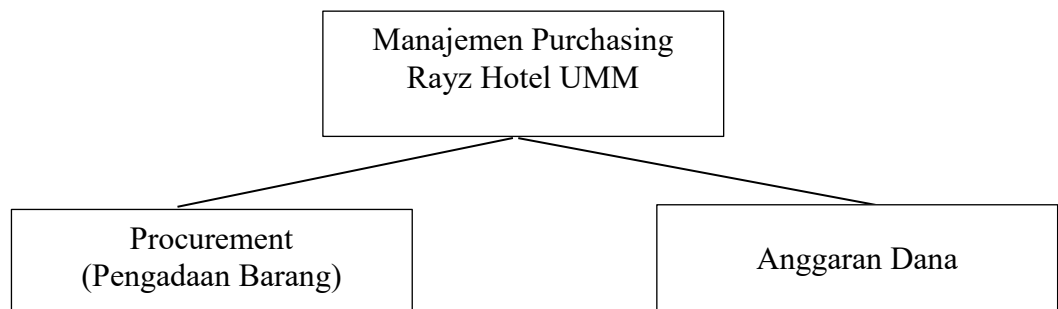
<b>Nama Peneliti, Tahun, Judul</b>	<b>Fokus dan Tujuan Penelitian</b>	<b>Populasi</b>	<b>Temuan Penelitian</b>
<p>(Kholifatun &amp; Nurcahyo, 2018)</p> <p>“Sistem Kerja Storage Dan Purchasing Department Terhadap Kelangsungan Operasional Di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta”</p>	<p><b>Variabel independen:</b></p> <p>Sistem Kerja Storage Dan Purchasing</p> <p><b>Variabel Dependen:</b></p> <p>Kelangsungan Operasional</p>	<p><b>Populasi :</b></p> <p>Seluruh staff Di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta</p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta mengenai sistematika antara Storage dan Purchasing Department dalam mengupayakan tanggung jawab, maka dapat diambil kesimpulan dan saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan di hotel. Storage dan Purchasing Department dalam memenuhi tanggung jawab di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta mulai dari permintaan pengadaan barang dari cabang dan harus disetujui pusat terlebih dahulu, permintaan dari user kepada Store Keeper untuk barang yang dibutuhkan, pembelian yang dilakukan oleh Purchasing untuk barang yang sudah menipis stoknya dan permintaan dari user menggunakan dokumen PR dan diproses menjadi PO, dan penerimaan barang oleh Receiver dengan mengecek barang, jumlah, dan kualitas barang dengan PO dan nota dari supplier.</p>

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus dan Tujuan Penelitian	Populasi	Temuan Penelitian
<p>(Nurjanah &amp; Hermawan, 2021)</p> <p>“Peran General Store Section Dalam Mendukung Mutu Pelayanan Usaha Hotel”</p>	<p><b>Variabel independen:</b></p> <p>General Store Section</p> <p><b>Variabel Dependen:</b></p> <p>Mendukung Mutu Pelayanan</p>	<p><b>Populasi :</b></p> <p>Staff hotel dan mahasiswa training</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor produksi adalah salah satu bagian yang ada dalam perusahaan yang memerlukan adanya suatu pengendalian mutu. Pengendalian ini dilaksanakan untuk menjamin agar mutu produksi selalu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan</p>
<p>(Fitriannisa et al., 2018)</p> <p>“Peranan Purchasing Dalam Pengadaan Barang Di Hotel The Ritzcarlton Jakarta Mega Kuningan”</p>	<p><b>Variabel independen:</b></p> <p>Peranan Purchasing</p> <p><b>Variabel Dependen:</b></p> <p>Pengadaan Barang</p>	<p><b>Populasi :</b></p> <p>Seluruh staff di Hotel The Ritzcarlton Jakarta Mega Kuningan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Alur pengorderan barang yang ada pada Hotel The Ritz-Carlton Jakarta Mega Kuningan dimulai dari adanya permintaan barang dari user, untuk regular items, user cukup membuat purchase requisition dengan memilih barang apa saja yang ingin diorder yang ada pada catalog di sistem BirchStreet.</p>
<p>(Anas et al., 2020)</p> <p>“Analisis Sistem Pengadaan Barang Operasional Pada Hotel Bukit Kenari Di Parepare”</p>	<p><b>Variabel yang digunakan:</b></p> <p>Sistem Pengadaan Barang</p>	<p><b>Populasi :</b></p> <p>Seluruh staff di Hotel Bukit Kenari Di Parepare</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan di Hotel Bukit Kenari Parepare antara lain:</p> <p>2.1.3.1 1.Sistem pengadaan barang operasional pada Hotel Bukit Kenari Parepare menggunakan sistem kontrak untuk beberapa barang yang berjenis</p>

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus dan Tujuan Penelitian	Populasi	Temuan Penelitian
			minuman, sistem harian untuk barang yang dibutuhkan secara reguler, terutama di bagian dapur, dan sistem pengadaan bulanan yang diadakan dengan pembelian secara kontan. 2.1.3.2 2. Prosedur administrasi untuk pengadaan barang operasional di Hotel Bukit Kenari Parepare meliputi: pengisian formulir request, kemudian ditandatangani oleh kepala bagian, selanjutnya ditandatangani oleh operational manager dan terakhir formulir tersebut diserahkan kepada bagian pengadaan sebagai dasar untuk membelikan barang yang dibutuhkan oleh user.

#### 2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini dirancang untuk dapat membantu menyusun penelitian secara rinci dan lebih mendalam. Dengan adanya kerangka konseptual ini, penulis dapat menuangkan ide-ide dan temuan dengan cara yang lebih terstruktur. Berikut kerangka konseptual yang penulis susun untuk memudahkan dalam menyusun penelitian :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

