

BAB 1`

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era global sekarang, persaingan dunia bisnis di bidang elektronik semakin ketat. Seiring berjalannya waktu, variasi dan permintaan konsumenpun meningkat. Keadaan tersebut memaksa perusahaan pada bisnis elektronik untuk terus berkembang melakukan peningkatan kinerja rantai pasok (*supply chain management*) serta mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Procurement merupakan proses yang dilakukan untuk mendapatkan barang maupun jasa yang menunjang kelancaran proses produksi dan logistik suatu perusahaan. Proses *procurement* menjadi proses yang vital bagi perusahaan karena merupakan ujung tombak dari keseluruhan proses yang akan dilakukan. Salah satu kegiatan penting pada proses *procurement* adalah kegiatan pemilihan vendor. Pemilihan vendor menjadi hal yang sangat penting karena hasil dari pemilihan vendor tersebut akan mempengaruhi proses di rantai produksi baik dari aspek ketersediaan hingga kualitas dari produk yang akan diproduksi.

PT. X merupakan satu dari sekian banyak perusahaan yang memproduksi barang elektronik di Indonesia. PT. X ini memproduksi barang elektronik berupa televisi, *handphone*, kulkas, *speaker*, dan sebagainya. Dalam proses produksi yang dilakukan PT. X tentunya banyak komponen penunjang yang tidak diproduksi sendiri oleh PT. X tersebut. Pada PT. X, kebutuhan produksi berasal dari departemen marketing. Hal tersebut tentunya melihat tinggi rendahnya permintaan yang ada. Setelah departemen marketing memperoleh permintaan, departemen marketing melakukan konfirmasi ke departemen purchasing untuk melakukan pengadaan barang.

Dalam proses pengadaan material tersebut, departemen *purchasing* sendiri dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian *purchasing commerce* dan *purchasing non-commerce*. *Purchasing commerce* merupakan departemen *purchasing* untuk material utama barang yang akan dijual keluar. Sedangkan untuk departemen *purchasing non-commerce* merupakan departemen *purchasing* untuk material penunjang proses produksi serta kegiatan yang ada di perusahaan. Contoh produk yang dibeli departemen *purchasing non-commerce* ini antara lain produk *spare part*, peralatan tehnik, alat tulis kantor, bahan kimia, peralatan dan fasilitas kantor, dan sebagainya. Departemen *purchasing* melakukan proses pembelian barang

secara online dan offline. Untuk pembelian secara offline dilakukan sebanyak 2 kali dalam seminggu yaitu 1 kali untuk dalam kota dan 1 kali untuk luar kota. Departemen *purchasing* khususnya *non-commerce* memiliki 4 *purchaser* yang bertanggung jawab dalam melakukan proses pembelian. Dari hasil observasi awal, diketahui bahwa *purchaser* tidak memiliki tetapan kriteria yang sama antar *purchaser* sehingga tidak adanya prioritas *supplier* untuk melakukan pembelian. Selain itu belum adanya konsistensi dalam proses pemilihan *supplier* sehingga apabila hal tersebut dibiarkan maka peluang untuk memperoleh harga terbaik *supplier* menjadi hilang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah PT. X belum memiliki pengelolaan yang baik dan konsistensi dalam proses pemilihan *supplier* sehingga apabila hal tersebut dibiarkan maka peluang untuk memperoleh harga terbaik *supplier* menjadi hilang.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberi usulan pengelolaan dalam proses pembelian barang agar terdapat konsistensi dalam proses pemilihan *supplier* dan memperbesar peluang memperoleh harga terbaik.

1.4. Batasan Masalah

- a. Unit pembelian barang yang dikaji adalah pembelian *spare part* dan peralatan tehnik.
- b. Data yang digunakan merupakan data bulan Januari-April 2019