



## STRATEGI *PURCHASING* DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN BARANG *DAILY MARKET LIST* PADA STUDI KASUS PERHOTELAN

Sri Sukarni Gestuti<sup>1\*</sup>, Akh.Fajar Rahman<sup>2</sup>, Rangga Saputra<sup>3</sup>

Akademi Pariwisata "STIPARY" YOGYAKARTA

\* Corresponding Author. [ssgestuti@gmail.com](mailto:ssgestuti@gmail.com) Telp : 085702655442

### Abstrak

Hotel adalah usaha yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta penunjang lainnya dengan memperhitungkan untung atau ruginya, serta bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya. Hotel yang tidak hanya melulu menjual layanan dan produk, disisi lain pihak hotel juga melakukan transaksi pembelian untuk keperluan hotel. Khususnya pembelian barang *daily market list* yang dibutuhkan untuk berbagai kebutuhan *Food & Beverage Product* maupun *Food & Beverage Service* dalam memproduksi berbagai jenis olahan makanan dan penyajian yang dibutuhkan oleh tamu. *Daily market list* biasanya berupa sayur sayuran, buah-buahan, bahan pokok dan juga material-material yang dibutuhkan untuk memperlancar operational *Service* dan *kitchen* itu sendiri.

Kendala yang timbul dalam proses pembelian tersebut antara lain perencanaan pembelian barang yang belum efektif dan kurang terencana dengan baik sehingga hotel mendapatkan barang dengan harga yang lebih mahal dengan kualitas yang sama dengan di pasar pada umumnya. masalah lain adalah sering terjadi salah komunikasi antara *kitchen* dengan vendor penyedia. Dengan adanya permasalahan tersebut, meskipun telah diterapkannya Strategi *Purchasing* diperlukan untuk memastikan proses pembelian telah berjalan dengan baik dan terencana. Karena strategi tersebut memegang peran yang sangat penting dalam bisnis perhotelan untuk meningkatkan pendapatan dan tentu saja disisi lain tercapainya kepuasan pelanggan hotel atau tamu. Pembelian yang dilakukan secara berkesinambungan dan terencana diharapkan dapat melancarkan operasional dan menekan pembelian yang tidak teratur pada perusahaan dengan menyesuaikan harga dan juga kualitas yang sesuai.

**Kata Kunci:** strategi *Purchasing*, *daily market list*

### *Purchasing strategy in Purchasing daily market list items in a hotel case study*

### Abstract

*A hotel is a business that provides accommodation, Food and drink and other support Service s by calculating profit or loss and aims to obtain profits in the form of money as a benchmark. Hotels not only sell Service s and products, on the other hand the hotel also carries out purchase transactions for hotel needs. Purchasing daily market list items needed for various Food & Beverage Product and Food & Beverage Service needs in producing various types of Food preparations and presentations required by guests. The daily market list usually consists of vegetables, fruit, basic ingredients, and materials needed to facilitate operational Service s and the kitchen itself.*

*Obstacles that arise in the Purchasing process include planning to purchase goods that are not yet effective and not well planned so that hotels get goods at more expensive prices with the same quality as in the market in general. Another problem is that there is often miscommunication between the kitchen and the provider vendor. With these problems, even though the Purchasing Strategy has been implemented, it is necessary to ensure that the Purchasing process runs well and is planned. Because this strategy plays a very important role in the hotel business to increase revenue and of course, on the other hand, achieve hotel customer or guest satisfaction. Purchasing that is carried out*

*continuously and in a planned manner is expected to streamline operations and suppress irregular purchases at the company by adjusting prices and quality accordingly.*

**Keywords:** *Purchasing strategy, daily market list*

## PENDAHULUAN

Hotel adalah perusahaan atau badan usaha penyedia jasa penginapan, makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya bagi masyarakat umum, baik tamu yang menginap maupun tamu yang hanya ingin menikmati fasilitas yang dimiliki oleh hotel tersebut (Bagus, 2009). Pihak yang turut serta dalam sektor ekonomi perhotelan yakni pihak pembeli dan penjual. hotel itu sendiri menjadi kedua-nya. yaitu sebagai penjual kepada tamu maupun pembeli, terutama untuk fasilitas yang disediakan dan barang yang dibutuhkan untuk operasional sehari-hari. Usaha perhotelan di Yogyakarta khususnya, jumlahnya sangat banyak dan bervariasi baik dari segi harga maupun fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan yang ketat, selain menjaga kualitas jasa pelayanan tentu saja agar usaha hotel dapat berjalan efektif dan mencapai keuntungan yang diinginkan oleh pemilik tentu sangat dipengaruhi oleh aktivitas pembelian kebutuhan operasional. Menekan biaya operasional namun dengan tetap menjaga mutu dan kualitas barang. Divisi yang ada di hotel bersinergi satu sama lain untuk kelancaran operasional. Dalam penelitian ini penulis fokus pada divisi pembelian barang untuk menganalisa metode yang digunakan dalam proses pembelian, terutama barang-barang *daily market list*.

*Daily market list* merupakan *form order* yang biasa digunakan oleh *kitchen* untuk melakukan pemesanan bahan-bahan keperluan produksi harian, form ini dibuat oleh bagian *kitchen* atau bagian F&B berdasarkan permintaan yang telah di tuliskan masing-masing section dapur seperti Garde Manger, Butcher, Main *Kitchen*, Canteen, Bar, dan Pastry Section (Utama, 2016) .

## KAJIAN LITERATUR

Menurut (Kho Budi, 2013) pembelian adalah transaksi dimana penerima barang atau jasa dari Supplier/Vendor, transaksi ini banyak digunakan oleh perusahaan, transaksi pembelian dapat dilakukan secara tunai maupun hutang. Sedangkan menurut (Utama,

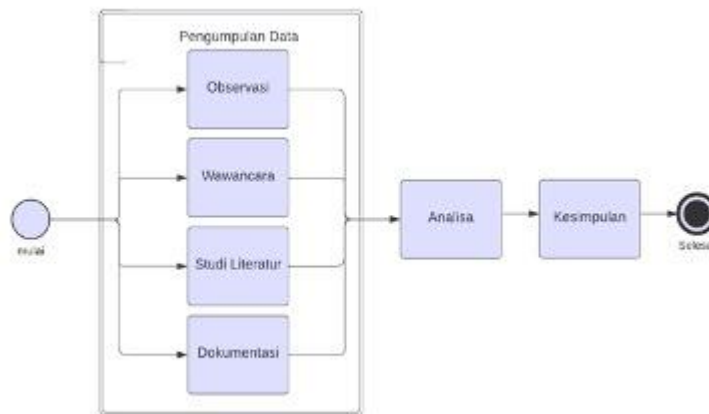
2016) *Purchasing* atau pembelian adalah suatu section di dalam Accounting Department yang mempunyai fungsi bertanggung jawab atas kelancaran operasional menyangkut kegiatan pengadaan barang-barang keperluan operasional, yaitu makanan, minuman, persediaan dan barang-barang keperluan hotel lainnya. Adapun pendapat lain menurut Siahaya (2016), *Purchasing* atau pembelian merupakan tempat atau pusat dilakukannya transaksi pembelian segala jenis barang keperluan operasional hotel, sehingga bagian pembelian ini sering dikatakan sebagai pusat pembelian pada perusahaan atau hotel yang bersangkutan. Terdapat beberapa cara pembelian barang pada sebuah hotel, yaitu sistem kontak, sistem harian dan bulanan dan secara kontan (Siahaya, 2016). Prinsip dari *Purchasing* menurut Indrajit dan Djokopranoto (2019) yaitu:

- *The Right Price: The right price* merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dalam mata uang yang layak atau yang umum berlaku pada saat dan kondisi pembelian dilakukan.
- *The Right Quantity: Jumlah yang tepat* dapat dikatakan sebagai suatu jumlah yang benar- benar diperlukan oleh suatu perusahaan atau perhotelan pada saat tertentu.
- *The Right Time: The right time* menyangkut pengertian bahwa barang tersedia setiap kali diperlukan. Dalam hal ini persediaan barang haruslah diperhitungkan karena jika ada persediaan barang tentunya ada biaya perawatan barang tersebut.
- *The Right Place: The right place* mengandung pengertian bahwa barang yang dibeli dikirimkan atau diserahkan pada tempat yang dikehendaki oleh pembeli.
- *The Right Quality: The right quality* adalah mutu barang yang diperlukan oleh suatu perusahaan sesuai dengan ketentuan yang sudah dirancang yang paling menguntungkan perusahaan.
- *The Right Source: The right source* mengandung pengertian bahwa barang

berasal dari sumber yang tepat. Sumber dikatakan tepat apabila memenuhi prinsip-prinsip yang lain yaitu *the right price, the right quantity, the right time, the right place, and the right quality*.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar diagram alir penelitian.



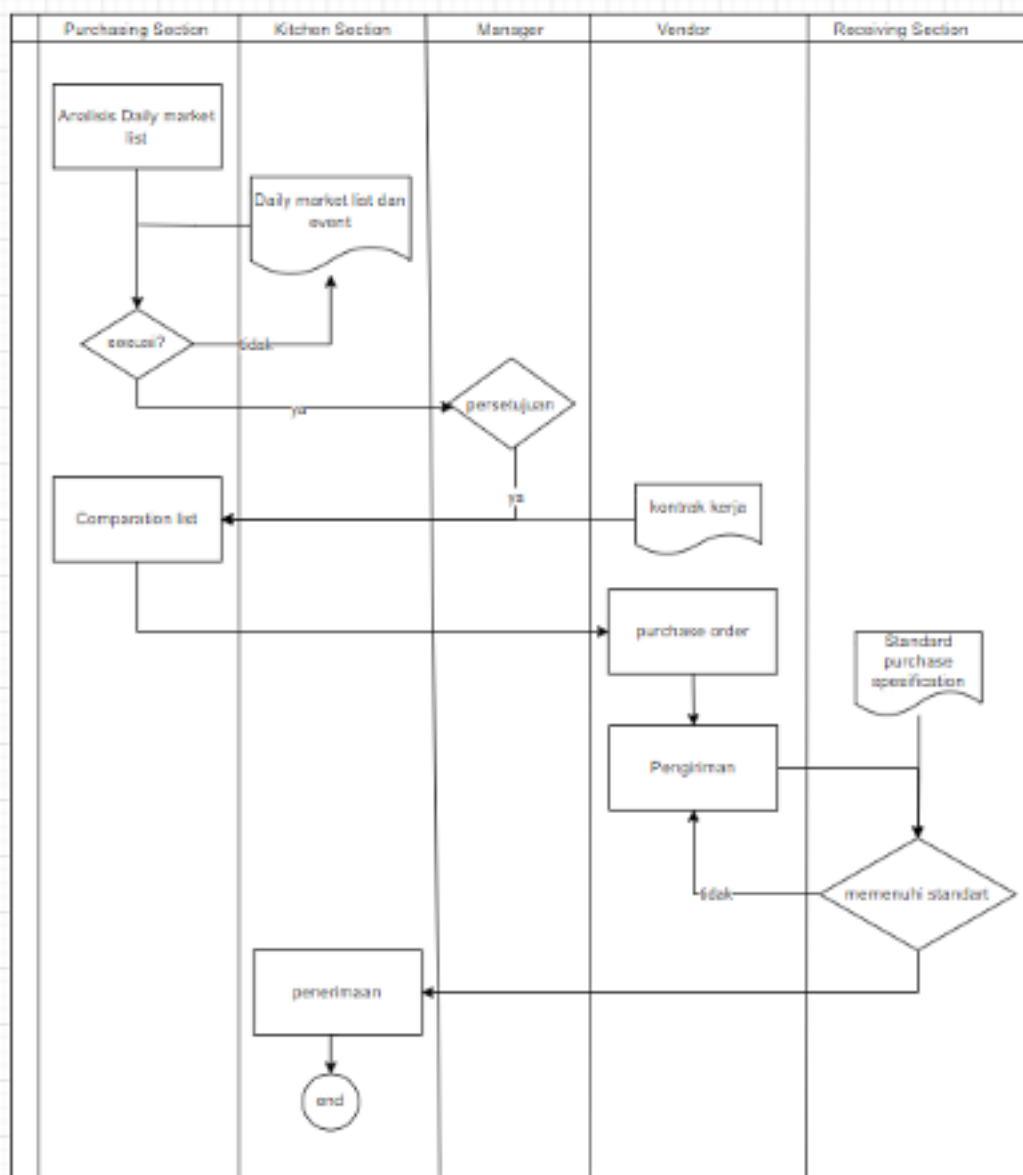
Gambar 1 Diagram alir penelitian

Penelitian ini diawali dengan pengumpulan data yang terdiri dari 4 cara pengumpulan data. Pengumpulan data tersebut meliputi proses observasi yaitu pengamatan langsung ke usaha perhotelan, wawancara dengan pihak yang memegang peranan penting dalam proses pembelian, studi literatur atau mencari informasi berdasarkan penelitian terdahulu maupun buku dan sumber pustaka yang telah digunakan untuk memecahkan masalah serupa dan yang keempat adalah proses dokumentasi. Langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil pengumpulan data agar dapat mengidentifikasi permasalahan

yang ada pada proses pembelian dan memberikan saran strategi yang baik dalam meningkatkan efektifitas proses pembelian *daily market list*.

## PEMBAHASAN

Alur proses *Purchasing daily market list* sangat panjang dan sangat penting untuk kelangsungan operasional sehari-hari. secara sekilas tampak sederhana, namun kenyataannya tidak demikian dan harus dikelola dengan baik. alur proses dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2 alur proses *Purchasing daily market list*

Proses dimulai dari analisa kebutuhan oleh *Purchasing* section, berkoordinasi dengan bagian *kitchen* untuk mendata kebutuhan harian dan *event* yang diselenggarakan. Setelah dilakukan pengecekan diperlukan persetujuan dari manajer *Purchasing*, *manajer finance* dan *executive chef* yang bertanggung jawab atas permintaan pembelian daily list. berdasarkan kontrak kerja dengan vendor-vendor yang bekerjasama, dibuat comparison list untuk membandingkan harga. Apabila harga lebih murah maka akan diberi tanda dan dilakukan persetujuan kembali untuk dibuatkan *Purchasing order*. setelah vendor mengirim barang, pihak *Purchasing order*

bekerjasama dengan bidang *receiving* dan *kitchen* dalam pengecekan barang. Tujuannya adalah barang yang diterima memenuhi standard *Purchasing specification* yang telah disepakati antara pihak hotel dan vendor. Apabila barang tidak memenuhi standar maka akan dikembalikan ke vendor untuk proses retur. Proses pengecekan dan persetujuan dilakukan untuk memastikan pembelian sudah sesuai, dan menghindari kesalahan pemesanan. Sebelum diterapkan strategi *Purchasing* sering terjadi kesalahan pemesanan, harga yang lebih mahal dan kualitas barang yang tidak sesuai standar.

Tabel 1. Strategi *Purchasing* Section dalam Melakukan Pembelian Barang.

No	Proses	Keterangan
1	Analisa kebutuhan	a) Proses Analisa masih sering ada kesalahan b) Masih terjadi salah komunikasi antara pihak <i>kitchen</i> , <i>Vendor</i> maupun <i>Purchasing</i>
2	Compatation List	1) Memiliki alur proses berjenjang dan jelas 2) Meminimalisir kesalahan yang mengakibatkan kerugian pihak hotel
3.	Kontrak kerja	1) Kontrak kerja 15 hari relatif pendek sehingga tidak merugikan pihak manapun 2) Kontrak dengan vendor dalam jangka waktu 15 hari sehingga harga lebih murah, meskipun harga naik tetap menggunakan harga dalam kontrak kerja. Terlebih lagi kontrak dengan beberapa vendor, harga dapat dipilih yang termurah. 3) Vendor bertanggung jawab jika ada kesalahan 4) Kontak dengan vendor melalui media whatsapp sehingga lebih cepat 5) Efisiensi biaya terkait dengan komunikasi dengan vendor
4.	Persetujuan	Manajer bertanggungjawab atas pemesanan
5.	<i>Purchase order</i>	Pengadaan sudah sesuai kebutuhan
6.	Penerimaan barang	1) Pengecekan barang yang dikirim dengan <i>standard purchase spesifications</i> tetap menjaga kualitas barang dan memenuhi kebutuhan operasional. 2) Kerjasama yang baik dalam proses pengecekan barang antara <i>Purchasing</i> , <i>kitchen</i> dan <i>Receiving</i> . 3) Dengan adanya Kerjasama antara <i>Purchasing</i> , <i>kitchen</i> dan <i>Receiving</i> maka deteksi kualitas barang lebih cepat.

Pengaruh dari diterapkannya strategi *Purchasing Section* dalam pembelian barang *daily market list* adalah:

1. Pengaruh dalam Menganalisa kebutuhan hotel

Strategi dalam melakukan pengecekan barang oleh pihak *Purchasing*, *Receiving* dan *user kitchen* tidak menjalankan strategi ini dengan baik, dikarenakan seringkali terjadi komplain terhadap barang yang telah diterima dan telah masuk pada gudang, karena kelalaian

saat pengecekan barang dan pihak *Vendor* yang tidak menyesuaikan *Standard Purchase Spesifikasi* (SPS), hal ini berpengaruh terhadap operasional

2. Pengaruh dalam Perbandingan Harga dan Kualitas

Pengaruh strategi dengan perbandingan harga dan kualitas yang dilakukan pihak *Purchasing* sudah cukup baik dalam menjalankan strategi tersebut dimana pihak *Purchasing* seringkali melakukan *comperation list* tiap 15 hari

kepada setiap *Vendor* khususnya *Vendor* yang menjual kebutuhan *daery Product* atau buah dan sayuran hal ini merupakan acuan *Purchasing* untuk memilih pihak *Vendor* yang tepat untuk dilakukan pembelian barang *daily market list* tersebut.

### 3. Pengaruh dalam Melakukan Pengecekan Barang

Analisa penelitian terhadap pengaruh dalam melakukan pengecekan barang tersebut kurang maksimal atau tidak cukup baik karena kelalain dan kepedulian pihak-pihak terkait dalam penerimaan barang yang menyebabkan sering terjadinya komplain dari *user* terhadap barang yang diterima tidak sesuai dengan *standard specification* tersebut. dan pihak hotel harus melakukan pemesanan ulang kepada pihak *Vendor* yang berpengaruh terhadap kelancaran operasional

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada perhotelan dalam penerapan strategi *Purchasing* sangat berpengaruh baik, proses analisa kebutuhan sudah dilakukan dengan teliti melalui proses pengecekan bertingkat sehingga mengurangi resiko kesalahan pemesanan. Pihak hotel dapat memiliki keuntungan dalam proses komparasi harga, yaitu menekan pengeluaran operasional karena harga yang murah namun kualitas tetap dijaga.

### Saran

Saran yang dapat diusulkan kepada pihak hotel adalah kerjasama yang baik bagi setiap section atau bidang, agar bersinergi bersama untuk kelangsungan operasional. Untuk penelitian selanjutnya dapat diteliti bagaimana proses strategi *Purchasing* ini berpengaruh kepada pendapatan hotel itu sendiri, bagaimana mengukur efektivitas dan efisiensi strategi *Purchasing* section.

## DAFTAR PUSTAKA

Agustine. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Dian.

Budi, A. Permana. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Djokopranoto. Richardus, Indrajit. Richardus. 2019. *Dasar, Prinsip, Teknik dan Potensi Pengembangan e-Procurement*. Jakarta: Dinastindo.

Effendy, Onong Uchjana. 2019. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi. Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Kholifatun, Indri dan Nurcahyo, Jati. (2018). *Sistem Kerja Storage dan Purchasing*

*Department Terhadap Kelangsungan Operasional*. Yogyakarta: Khasanah Ilmu. Meirina, Ira dan Heri, Pramudia. 2017. *Hotel Room Division Management*. Jakarta: Kencana.

Novitaningrum. 2014. *Akuntabilitas dan Transparansi Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Melalui Electronic Procurement*. Surabaya: Kebijakan dan Manajemen Publik.

Putri, Emmita. 2016. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Deepublish.

Sembiring, M. 2015. *Omset Berlipat dari Bisnis Hotel, Tour, dan Travel*. Jakarta: Cemerlang Publishing.

Siahaya, Willem. 2016. *Sukses Supply Chain Management*. Bogor: IN MEDIA.

Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.

Supriyati. 2015. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta. Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:

Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

Jakarta: Prenada Media Group.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Utama, I Gusti Rai. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.

Weele, A. J. van. 2015. *Purchasing*

*and Supply Chain Management 5th edition.* London: Cengage Learning

Widiyanesti, Sri dan Retno Setyorini. 2017.  
*Penentuan Kriteria Terpenting dalam Pemilihan Supplier di Family Business dengan Menggunakan Pendekatan Analytical Hierarchy Process (AHP).*  
Bandung: Studi Kasus pada Perusahaan Garmen