



Peranan *Purchasing Departement* Dalam *Operational In Hotels*

Rizki Nurul Nugraha¹, Dinda Novanda Utami², Muhammad Salim Zuhdi³, Hanifa Fahri Fadhilla Kahla⁴, Arsyaf Rizal⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

Received: 24 November 2023
Revised : 02 Desember 2023
Accepted: 09 Desember 2023

Abstract

Hotel is a form of building, symbol, company or accommodation business entity that provides lodging services, food and beverage providers and other service facilities where all of these services are intended for the general public, both those who spend the night at the hotel or those who only use certain facilities. owned by the hotel. This study examines the role of the Purchasing Department in Operational In Hotels. The purpose of this study is to determine the important role of Purchasing between hotels and suppliers. Goods ordered from suppliers will receive several terms and conditions according to the information in the Purchase Order (PO). Purchasing will oversee the ongoing process of procurement of goods until the goods ordered arrive at the hotel. This research is presented qualitatively. The techniques used for data collection were observation, interviews, document studies, literature studies, internet searching. Based on the results obtained, the role of a Purchasing in In Hotel is very important, because everything relates to hotel needs. The results of the research show the steps or methods that are carried out by the purchasing party. How does the purchasing party meet the needs of goods from each department. Barriers experienced by Purchasing are related to the Daily Market List which causes delays in placing orders with suppliers. Experience and professionalism of a Purchasing, and dealing with all the problems encountered

Keywords: *Role, Purchasing Department, Operational Process, Hotel*

(*) Corresponding Author: rizki.nurul@civitas.unas.ac.id

How to Cite: Nugraha, R. N., Utami, D. N., Zuhdi, M. S., Kahla, H. F. F., & Rizal, A. (2023). Peranan *Purchasing Departement* Dalam *Operational In Hotels*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10437079>

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hotel pada umumnya memiliki beberapa *department*, antara lain *Accounting Department*, *Human Resource Department*, *Food and Beverage Department*, *Housekeeping Department*, *Public Relations Department*, *Sales and Marketing Department*, *Engineering Department*, dan *Laundry Department*. Semua *department* tersebut saling mendukung dan saling bekerjasama demi kelancaran dan menjaga kualitas daripada pelayanan hotel (Mellita & Palwasari, 2020), (Rizki et al., 2022). *Purchasing Department* 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. Barang yang dibeli disesuaikan dengan kualitas yang baik karena pengaruh kualitas barang dan material yang disediakan pihak hotel mempengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung (Ihsannudin et al., 2022). Barang yang dibeli dan langsung disimpan di gudang disebut dengan *stock items*, sedangkan barang yang dibeli dan kemudian langsung diambil dan dikonsumsi oleh bagian atau departemen yang memesan barang tersebut disebut dengan *direct use items* atau *direct used purchased* (Kholifatun & Nurcahyo, 2018).

Purchasing merupakan salah satu fungsi dasar dari sebuah hotel yang mempunyai tugas dan tanggung jawab pengadaan barang maupun pembelian barang disuatu hotel (Cahyo & Solikhin, 2015). Dalam penerapannya, secara sekilas fungsi *purchasing* terlihat sederhana namun pada kenyataannya terdapat suatu hal tertentu yang harus diperhatikan, terutama yang berkaitan dengan karakteristik barang yang dibutuhkan dan faktor internal dan eksternal disekitar hotel. Oleh karena itu, manajemen dalam pembelian (*purchasing management*) penting untuk diterapkan dalam sebuah hotel (Martina & Kurniawan, 2020). *Rich media advertising* memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian sehingga department *Purchasing* menggunakan metode pembelian barang berdasarkan paket yang diajukan oleh *supplier* (R. N. Nugraha, 2019), (Liga Suryadana et al., 2018). Berdasarkan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini kami hanya membahas peranan *purchasing departement* dalam proses operasional hotel sedangkan pada penelitian sebelumnya membahas terkait *supplier* yang dipilih pihak *purchasing departement* untuk memenuhi kebutuhan operasional sedangkan pada penelitian ini kami tidak membahas hal tersebut.

Departement Purchasing (Pembelian dan Pengadaan) adalah bagian dari struktur hotel yang bertanggung jawab pada suatu proses pencarian sumber dan pemesanan barang atau jasa untuk membantu fungsi produksi dalam kegiatan produksinya. Pada industri hotel, bagian *purchasing* merupakan bagian yang cukup penting dalam pelaksanaan proses dan prosedur pembelian (Wicaksono, 2016). rangkaian pelayanan di hotel berawal dari proses *purchasing* karena bagian ini yang bertugas menyediakan kebutuhan barang untuk semua *departement*. Dari berbagai uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peranan *Purchasing Departement* Dalam *Operational In Hotel*”**

TINJAUAN PUSTAKA

Hospitality Industry

Industri *hospitality*, menurut definisi, adalah industri jasa. Tugasnya adalah menciptakan keuntungan bagi pemegang saham dengan melayani dan memuaskan tamu. Segmen industri meliputi hotel, restoran, layanan makanan dan minuman, perencanaan acara, bisnis pariwisata terkait, dan penyedia perjalanan. Pada umumnya produk yang dibeli tidak berwujud atau kualitas yang dirasakan dari produk yang dibeli dipengaruhi oleh metode layanan yang diterima (Nathalia & Kristiana, 2019).

Dalam industri *hospitality* terdapat empat sektor industri, yaitu makanan dan minuman (*food & beverage*), akomodasi (*lodging*), rekreasi (*recreation*) dan perjalanan (*travel*) (R. Nugraha et al., 2020).

Definisi *Purchasing Departement*

Purchasing memainkan peran penting dalam aktivitas pengadaan barang untuk memenuhi kebutuhan proses produksi maupun operasional hotel. Pembelian atau *purchasing* adalah proses penemuan sumber dan pemesanan bahan, jasa, dan perlengkapan. Kegiatan tersebut terkadang disebut Pengadaan barang. Tujuan utamanya adalah memperoleh bahan dengan biaya serendah mungkin yang konsisten dengan kualitas dan jasa yang dipersyaratkan.

Purchasing merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan

kuantitas dan kualitas bahan – bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku (Salam & Sukiman, 2021). Pengawasan perlu dilakukan terhadap pelaksanaan fungsi ini, karena pembelian menyangkut investasi dana dalam persediaan dan kelancaran arus bahan ke dalam hotel.

Purchasing 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. Barang yang dibeli dan langsung disimpan digudang disebut dengan *stock items*, sedangkan barang yang dibeli dan kemudian langsung diambil dan dikonsumsi oleh bagian atau departemen yang memesan barang tersebut disebut dengan *direct used items* atau *direct used purchased*.

Prinsip-Prinsip *Purchasing Departement*

Purchasing merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan dalam menjalankan proses operasionalnya *purchasing departement* memiliki prinsip-prinsip yaitu :

1) *The Right Price*

Menjelaskan bahwa nilai suatu barang yang dinyatakan dalam mata uang yang layak atau yang umum berlaku pada saat dan kondisi pembelian dilakukan.

2) *The Right Quantity*

Menjelaskan bahwa 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 barang tersedia setiap kali diperlukan. Dalam hal ini persediaan barang haruslah diperhitungkan karena jika ada persediaan barang tentunya ada biaya perawatan barang tersebut.

4) *The Right Place*

Menjelaskan bahwa mengandung pengertian bahwa barang yang dibeli dikirimkan atau diserahkan pada tempat yang dikehendaki oleh pembeli.

5) *The Right Quality*

Menjelaskan terkait mutu barang yang diperlukan oleh suatu perusahaan sesuai dengan ketentuan yang sudah dirancang yang 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 yaitu *the right price, the right quantity, right time, the right place, and the right quality*.

Jobdesk Purchasing Departement

Tugas *Purchasing* antara lain adalah merencanakan dan mengkoordinasikan proses membuat PO dan PR untuk kebutuhan semua departemen yang ada di hotel, dengan adanya PO dan PR maka operasional hotel dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala yang dapat menghambat proses pelayanan hotel. Pada dasarnya peran fungsi *purchasing* adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan pada waktu, harga dan kualitas yang tepat.

Jobdesk Purchasing adalah bertanggung jawab dalam proses pencarian sumber, pemesanan dan pembelian barang atau jasa untuk kegiatan produksi yang

memiliki fungsi penting dalam manajemen material dan bertugas dalam pencarian serta pembelian mesin produksi, peralatan, perlengkapan, produksi dan fasilitas lainnya untuk mendukung kelancaran proses produksi. Aktivitas proses pembelian barang adalah permintaan barang, pemilihan pemasok, order pembelian

Peranan Departemen *Purchasing* dalam Operasional

Purchasing Departemen berperan dalam hal pengadaan bahan dan barang untuk semua keperluan atas dasar permintaan. *Purchasing* mendapatkan daftar permintaan pembelian barang dari setiap departemen hotel. Permintaan barang yang sifatnya tidak rutin disebut dengan barang operasional biasanya permintaannya dua kali dalam seminggu seperti *amenities*, *stationery*, *linen*, dan lain sebagainya. Permintaan pembelian barang yang sifatnya rutin setiap hari dinamakan dengan barang material yang pembelannya dikhususkan kepada *Food and Beverage* Departement untuk memenuhi kebutuhan bahan makanan.

Purchasing Departemen memilih beberapa *supplier* sesuai dengan kebutuhan barang untuk memenuhi stok barang apa saja yang dibutuhkan. Kemudian melakukan pengajuan permintaan harga kepada *supplier* dan juga melakukan penawaran harga yang sesuai dan disepakati kedua belah pihak. Selanjutnya, melakukan seleksi *supplier* yang terpilih berdasarkan spesifikasi tertentu sehingga mendapatkan bahan dengan kualitas dan kuantitas yang baik atau sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Proesure*). Setelah mendapatkan persetujuan kemudian menginformasikan kepada *supplier* untuk dapat mengirim barang yang dipesan tersebut.

Ketika barang sudah datang, *Receiving* bertugas melakukan penerimaan barang dan menyesuaikan barang yang dipesan sesuai dengan PO dan kualitas barang juga harus dicek keadaannya. Jika terdapat barang cacat atau rusak *Receiving* harus meminta *return* dan dipastikan *supplier* mengganti barangnya dengan benar. Apabila terdapat barang yang tidak dapat dipenuhi oleh *supplier*, maka *Purchasing* melakukan pembelian secara langsung ke toko atau pasar. *Receiving* harus memastikan lagi barang yang diorder telah datang semua tanpa ada barang yang terlewat sedikit pun. Kemudian setelah semua barang yang dipesan telah datang *Receiving* bertugas memproses laporan barang datang atau RR (*Receiving Report*) sebagai bukti barang sudah diterima. Lalu menyerahkan hasil *Receiving Report* kepada *Cost Control* untuk selanjutnya dilakukan pembayaran kepada *supplier*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode *literature* deskriptif, dimana data tersebut akan dihubungkan dengan keadaan yang sebenarnya serta dirangkaikan dengan teori – teori dari para ahli maupun dari buku – buku yang ada hubungannya dengan penelitian, dengan kata lain akan dapat membandingkan antara teori dan praktek dilapangan. Teknik Pengumpulan data menggunakan *study literature* (Rahmi, 2022)

Dengan menggunakan analisis SWOC berdasarkan konsep David (1993). Analisis SWOC berarti analisis berdasarkan *pada Strength-Weakness-Opportunities-Challenges* yakni Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan, Tantangan. Melalui analisis SWOC, akan membantu dalam penyimpulan akhir penelitian.

Alternatif strategi adalah hasil dari matrik analisis SWOC yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, SC dan WC. Alternatif strategi yang

dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matrik SWOC. Menurut Rangkuti (2001:31-32) strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- Strategi SO
Strategi itu dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi SC
Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi tantangan.
- Strategi WO
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WC
Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari tantangan yang sudah dilakukan, maka penelitian yang terkumpul harus diolah.

Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan cara kategorisasi. Hasil penelitian dipilah – pilah menurut kategori yang memiliki persamaan masing-masing. Tujuan kategori tersebut untuk mengerucutkan seluruh hasil penelitian, sehingga hasil penelitian dapat memecahkan rumusan masalah. Selanjutnya, hasil penelitian yang telah dikategorisasi dianalisis dan diinterpretasikan serta ditarik (Yin, 2008)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data literatur ada dua jenis form yang digunakan dalam proses permintaan pembelian yaitu: *Purchase Request* Lembaran form untuk permintaan pemesanan barang dari *user*. *Purchase Order Form* yang dibuat oleh *purchasing* untuk pemesanan barang kepada *supplier* setelah PR disetujui oleh *Financial Controller (FC)* dan *General Manager (GM)*.

Alur permintaan pembelian barang bermula dari departemen pengguna yang menuliskan barang yang akan dipesan di form PR kemudian diajukan persetujuan kepada kepala departemen tersebut (*Department Head*). Setelah ada persetujuan, proses berikutnya adalah form diserahkan kepada *purchasing*. Di *purchasing*, barang yang telah dipesan di akan diproses oleh *purchasing staff* untuk dicarikan *supplier* dan harga dari beberapa *supplier*, minimal 2 atau 3 *supplier*. Apabila sudah mendapatkan *supplier* dan harga yang tepat dan barang sudah sesuai, maka proses berikutnya *form* akan disetujui oleh *Purchasing Manager*. Proses akan disetujui oleh *General Manager*, kemudian menuju ke *purchasing*, dan kembali ke *purchasing* untuk order barang. Secara umum di dalam permintaan pembelian tidak boleh sembarangan, karena bagian yang meminta barang ke bagian *purchasing* harus mengikuti prosedur yang ada atau mengikuti SOP yang ada di bagian *purchasing*. Jika departemen tertentu ingin memesan barang ke bagian *purchasing*, departemen tersebut harus mengisi *form PR* terlebih dahulu, kemudian *purchasing* akan mencari harga yang paling murah di antara 3 *supplier* yang dipilih oleh bagian *purchasing*, jika *purchasing* telah menentukan *supplier* yang mana akan dipilih dengan harga yang paling murah, maka *purchasing* akan membuat dan mencetak *Purchase Order Form*, kemudian mengirimkannya ke *supplier*. *Supplier* yang telah

dikirimkan *Purchase Order Form*-nya oleh pihak hotel harus membawakan barang yang dipesan sesuai dengan jumlah yang diperlukan. *Department* tertentu harus membuat *daily market list* jika ingin membeli atau memesan bahan makanan yang akan digunakan untuk membuat masakan. Menurut *purchasing daily market list* yang dibuat oleh *department* untuk memesan bahan makanan masih mengalami masalah dan *kitchen* masih ada yang meminta barang secara mendadak ke bagian *purchasing*. *Daily market list* yang dibuat oleh *department* tersebut paling lambat diterima oleh bagian *purchasing* sesuai dengan ketentuan bagian *purchasing*.

Menurut pendapat dari pihak *purchasing* di beberapa hotel yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemilihan *supplier* selain harga, juga harus memperhatikan ketepatan dalam hal kualitas dan waktu pengirimannya, serta dapat dipercaya atau tidak melakukan kolusi dengan pihak hotel dan bekerjasama dengan baik, sehingga hubungan tak hanya untuk jangka pendek saja. Rasa saling percaya dalam suatu hubungan adalah hal yang penting karena dengan rasa saling percaya kedua belah pihak antara pihak *supplier* dengan pihak hotel dapat saling mengandalkan dan hubungan kerjasama yang baik dapat terbentuk, yang tentu dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Saat memilih *supplier* ada beberapa faktor yang perlu pertimbangan. Beberapa hotel faktor yang dipertimbangkan ketika memilih *supplier* adalah harga, kualitas, pelayanan, kebijakan persediaan *supplier*, *fleksibilitas*.

Di dalam pemilihan *supplier* ini harus membandingkan harga, kualitas barang dan waktu pengiriman barang. Memilih *supplier* bisa dilakukan lebih dari satu, karena jika ada permintaan barang secara mendadak, *purchasing* bisa langsung meminta kepada *supplier* yang mempunyai stock persediaan barang yang cukup banyak. Akan tetapi, *purchasing* juga harus mengetahui harga, kualitas dari barang yang diminta dan lokasi dari *supplier* tersebut. Karena jika lokasi *supplier* sangat jauh atau lumayan jauh dari hotel, maka waktu pengiriman barangnya akan terhambat atau lama, sedangkan barang yang dibutuhkan sangat diperlukan secepatnya oleh bagian yang meminta barang.

Oleh karena itu, *purchasing* harus lebih teliti lagi dalam memilih *supplier*, terutama ketika *department* lain meminta barang secara mendadak. *Purchasing* harus mempunyai atau memilih kurang lebih 2 atau 3 *supplier* yang lokasinya tidak terlalu jauh dengan hotel atau lokasi yang dekat dengan hotel, karena akan mempermudah *purchasing* ketika membutuhkan barang secara mendadak dan waktu pengiriman barangnya tidak terlalu lama, tapi harus tetap mengutamakan harga dan kualitas dari barang yang diminta.

Peranan Departemen *Purchasing* dalam Operasional

Purchasing Departemen berperan dalam hal pengadaan bahan dan barang untuk semua keperluan atas dasar permintaan. *Purchasing* mendapatkan daftar permintaan pembelian barang dari setiap departemen hotel. Permintaan barang yang sifatnya tidak rutin disebut dengan barang operasional biasanya permintaannya dua kali dalam seminggu seperti *amenities*, *stationery*, *linen*, dan lain sebagainya. Permintaan pembelian barang yang sifatnya rutin setiap hari dinamakan dengan barang material yang pembeliannya dikhususkan kepada *Food and Beverage* Departemen untuk memenuhi kebutuhan bahan makanan.

Sistem Pengadaan Barang Operasional in Hotels

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* dan lain-lain. Setiap pemesanan seperti *Purchase Request & Purchae Order, Daily Market list, Beverage Groceries Order dan Purchase Order Supplies* memiliki proses pemesanan tersendiri dan berbeda-beda. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa Sistem Pengadaan Barang Operasional Pada Hotel meliputi:

1. Sistem kontrak

Pembelian dengan sistem ini sering digunakan untuk membeli bahan makanan terutama jenis sayuran, buah-buahan dan makanan yang musiman, dengan menggunakan surat perjanjian kontrak. Kontrak dilakukan dengan satu *supplier* atau lebih. Dalam surat kontrak ditekankan mengenai kualitas, kuantitas dan harga barang. Masa berlaku surat kontrak untuk bahan makanan bisa mencapai 3 atau 6 bulan dan pembayarannya tetap dilakukan setiap bulan.

2. Sistem Harian dan Bulanan

Pihak perusahaan atau hotel bisa dengan bebas membeli barang-barang kebutuhannya dari beberapa *supplier* atau dari beberapa toko supermarket yang ada disekitarnya. Dengan cara seperti ini pihak hotel tidak perlu melakukan sebuah analisa yang terlalu ketat terhadap kinerja *supplier* untuk dipilih. Cukup dengan berbelanja pada toko terdekat, swalayan bahkan pasar tradisional yang harganya lebih murah, baik secara kontan maupun secara utang bulanan. Namun sistem dan prosedurnya harus tetap sama yaitu dengan mencari informasi dimana toko atau supermarket dan pasar yang kualitas dan harga barangnya paling murah.

3. Pembelian Langsung

Pada bagian pembelian sebuah hotel pada umumnya menyiapkan uang kas yang jumlahnya tidak terlalu banyak yang disebut dengan kas kecil (*petty cash*). Kas ini dipergunakan untuk membeli barang keperluan operasional hotel, terutama bahan makanan dan keperluan dapur yang sering diminta secara mendadak. Pembelian dengan cara kontan dengan menggunakan kas kecil dilakukan untuk membeli bahan makanan atau minuman dalam jumlah yang tidak terlalu banyak. Hal seperti ini sering dilakukan pada saat gudang atau bagian dapur kehabisan bahan makanan yang sangat diperlukan pada saat itu juga. Pembelian kontan tidak dapat dilakukan setiap hari, tetapi hanya dilakukan jika keadaan sangat mendesak dan disinilah peranan seorang *buyer* dibagian pembelian sangat diperlukan kemampuannya.

Peranan *Purchasing* Dalam Sistem Order Barang Dari Setiap Departemen di Hotel

Berdasarkan data *literature* dari penelitian terdahulu secara umum di dalam permintaan pembelian tidak boleh sembarangan karena bagian yang meminta barang kepada pihak *purchasing* harus mengikuti SOP yang ada di bagian *purchasing*. Akan tetapi permintaan pembelian ini tidak sepenuhnya berjalan dengan lancar.

Pada penelitian (Cahyo & Solikhin, 2015) menjelaskan dalam proses pengadaan barang, *purchasing* berperan menjembatani antara pihak hotel dengan

supplier barang, dan bertanggung jawab penuh terhadap proses pengadaan barang di hotel.

Peranan *Purchasing* Dalam Menyediakan Barang di Hotel

Pada bagian ini adalah bagaimana langkah ataupun cara yang dilakukan pihak *purchasing* dalam memenuhi kebutuhan barang dari setiap *department*. Pada penelitian (Cahyo & Solikhin, 2015) menjelaskan *Purchasing Department* bertanggung jawab Terhadap seluruh proses pengadaan barang di hotel. Maka dari itu *purchasing* akan mencari beberapa *supplier* yang tepat sesuai dengan kriteria dan spesifikasi dari barang yang diorder.

Peranan *Purchasing* Dalam Menyalurkan Barang Yang Telah Disediakan Untuk Setiap Departemen di Hotel

Permasalahan yang dimaksud di atas adalah apa yang dilakukan *purchasing* untuk mendistribusikan semua barang yang telah tersedia yang dibutuhkan untuk setiap departemen di Hotel.

Pada penelitian (Cahyo & Solikhin, 2015) menjelaskan proses pengadaan barang oleh *purchasing* belum selesai setelah barang datang dan diterima oleh *receiving*. Setelah Barang Selesai Diproses, dipesan, serta didatangkan, maka berikutnya adalah barang harus diserahkan tau disalurkan kepada departemen yang bersangkutan. Bila barang yang dipesan sudah sesuai dengan kriteria dan klasifikasi yang sudah ditetapkan maka bisa segera digunakan untuk department tersebut, namun apabila barang yang dipesan tidak sesuai dengan kriteria dan klasifikasi yang dimaksud oleh departemen itu, maka akan dapat dikembalikan (*retur*). Disinilah peran *purchasing* untuk mengembalikan dan memproses ulang barang yang telah dipesan.

KESIMPULAN

Purchasing memiliki peran dalam menunjang operasional pengadaan barang untuk setiap pengadaan barang setiap department terhadap permintaan pembelian, pemilihan *supplier*, penempatan order pembelian, dan penerimaan barang. Sistem permintaan pembelian barang yaitu diawali dengan membuat form permintaan pembelian terlebih dahulu yang disesuaikan dengan kebutuhannya, form yang digunakan yaitu *Purchase Request (PR)*, dan *Market List (ML)*, setelah itu *user* meminta persetujuan dari HOD dan *Cost Control*, lalu permintaan pembelian akan diubah oleh *Purchasing* menjadi *Purchase Order (PO)*. Waktu dalam permintaan pembelian barang oleh *user* melalui *Purchase Request* dan *Market List* yang telah disetujui oleh HOD, *Cost Control* dan *Purchasing* itu dilakukan satu hari sebelum barang tersebut didatangkan. Akan tetapi hal ini belum sepenuhnya terlaksana karena masih adanya *user* melakukan permintaan barang tanpa membuat form permintaan pembelian terlebih dahulu. Penentuan *Supplier* dilihat dari kualitas barang, yang diberikan oleh *supplier*, harga yang ditawarkan, dan jangka waktu pembayaran kredit yang ditawarkan. Selain itu untuk menentukan *supplier*, *purchasing* membutuhkan beberapa *supplier* untuk membandingkan harga yang terjangkau dengan kualitas yang terbaik. Kriteria Barang dilihat dari kesegaran bahan makanan yang dibutuhkan, ukuran yang sesuai dengan standar yang dipesan, dan jumlah berat harus sesuai dengan *Purchase Order*. Kualitas dari barang tersebut akan diperiksa dan jika terdapat kualitas barang yang tidak sesuai dengan yang di harapkan maka barang tersebut akan langsung dikembalikan kepada

supplier harus diganti kembali sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Prosedure*).

SARAN

Departement *purchasing*, sebaiknya selalu berpedoman pada *Standard Operasional Prosedur* (SOP) yang ditetapkan manajemen, terutama dalam pengadaan barang dan penanganan barang, kesadaran *team work* dan rasa saling memiliki baik *purchasing* maupun *receiving*, sehingga menumbuhkan rasa saling bertanggung jawab pada tugasnya masing – masing dan arus mampu menjalin komunikasi yang baik antara *purchasing*, *receiving* dan *store* sehingga hasil pekerjaan yang dicapai akan memuaskan dan tidak merugikan satu sama lain. Serta terhindar dari *miss communication* yang tidak diinginkan di pihak manajemen hotel dan melakukan evaluasi kerja untuk mengetahui kendala yang dirasakan selama bekerja dan mencari solusi yang tepat untuk menangani kendala tersebut.

Penulis yang akan melakukan penelitian selanjutnya sebaiknya membahas keterkaitan *purchasing departement* dengan pihak departemen lain yang ada di dalam proses operasional hotel dan bagaimana proses pemilihan *supplier* yang akan terkait pada rantai pasok barang yang ada di hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyo, & Solikhin. (2015). Analisis Peranan Purchasing Terhadap Proses Pengadaan Barang di Hotel Lorin Solo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 1–23.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal JEMMPER*, 1(3).
- Kholifatun, I., & Nurcahyo, R. J. (2018). Sistem Kerja Storage Dan Purchasing Departement Terhadap Kelangsungan Operasional Di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1), 39–46. <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3637>
- Liga Suryadana, M., Nurul Nugraha, R., & Tinggi Pariwisata Bandung, S. (2018). Effect of Application of Rich Media Advertising on Purchase Decisions (Study of Travel Companies). *Bisnis & Entrepreneurship*, 12(2), 135–146.
- Martina, E., & Kurniawan, B. (2020). Peranan Purchasing Dalam Menunjang Operasional Kitchen Di Angsana Hotel Bintan. *Jurnal Daya Saing*, 6(1), 31–37. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/467>
- Mellita, D., & Palwasari, N. (2020). Prosedur Dalam Pengadaan Barang Pada Hotel Bina Darma Palembang. *Prosiding Semhavok*, 2(1), 47–52. <http://conference.binadarma.ac.id/index.php/semhavok/article/view/1295>
- Nathalia, T. C., & Kristiana, Y. (2019). Pemahaman Konsep Hospitality Pada Pelaku Pariwisata di Kabupaten Berau. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5625>
- Nugraha, R., Dinanti, R. P., Nursolih, B. T., & Witari, R. M. (2020). *The Influence of Internal Audit on the Implementation of the Principles of Good Corporate Governance and the implications for Managerial Performance (A survey of three State-Owned Strategic Industries in Bandung)*.
- Nugraha, R. N. (2019). Pengaruh Rich Media Advertising Terhadap Keputusan

- Pembelian Paket Bulan Madu Bali Kerobokan-Seminyak-Petitenget Di Bulanmadu.Com. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 14(1), 63–75. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v14i1.514>
- Rahmi. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif untuk Penulisan Karya Ilmiah. *Jurnal Universitas Indonesia*, 1–52. https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/5849/1/210422_Kuantitatif%281%29.pdf
- Rizki, O., Nugraha, N., Kade, G., & Angligan, H. (2022). Revenge Tourism. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1359–1371.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Wicaksono, H. (2016). Evaluasi Fungsi Purchasing Dalam Proses Pengadaan Barang Di Swiss-Bel Hotel Pondok Indah. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(3), 196–212.
- Yin, K. R. (2008). *“Studi Kasus, Desain dan Metode”*, Penerjemah Mudzakir. Raja Grafindo Persada.