
PENGARUH STRATEGI PEMBELIAN TERHADAP PERFORMA PERUSAHAAN DI JABODETABEK DENGAN INTEGRASI PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Evelyn Nathalia
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara
evelynnathalia23@gmail.com

Riris Loisa
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

Masuk : 19-11-2019 , revisi : 12-12-2019 diterima untuk diterbitkan : 13-12-2019

Abstract : This study was conducted to analyze the effect of purchasing strategies, namely negotiations, relationships with suppliers, cost management, and supply management on company performance in Jabodetabek which is moderated by purchasing integration. This research was obtained from primary data in the form of questionnaire results that were distributed for five months (February 2019-June 2019). This questionnaire was filled in by respondents who worked as procurement in a company located in Greater Jakarta. Respondents will fill out a questionnaire using a Likert scale with a scale of 1-6, namely "Strongly Disagree" and 6 is "Strongly Agree".

The conclusion of this research is negotiation, supplier relations, cost management, and supply management have a significant effect on company performance in Jabodetabek. Purchasing integration moderates the effect of supplier relationships on company performance in Jabodetabek. However, the integration of purchasing does not moderate the effects of negotiation, cost management and supply management on the company's performance in Jabodetabek.

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh strategi pembelian, yaitu negosiasi, hubungan dengan pemasok, manajemen biaya, dan manajemen penyediaan terhadap performa perusahaan di Jabodetabek yang dimoderasi dengan integrasi pembelian, Penelitian ini didapat dari data primer berupa hasil kuisioner yang sebarakan selama lima bulan, (Februari 2019-Juni 2019). Kuisioner ini diisi oleh responden yang bekerja sebagai *procurement* di perusahaan yang berlokasi di Jabodetabek. Responden akan mengisi kuisioner dengan menggunakan skala Likert dengan skala 1-6, yaitu "Sangat Tidak Setuju" dan 6 adalah "Sangat Setuju".

Kesimpulan dari penelitian ini adalah negosiasi, hubungan dengan pemasok, manajemen biaya, dan manajemen penyediaan berpengaruh signifikan terhadap performa perusahaan di Jabodetabek. Integrasi pembelian memoderasi pengaruh hubungan pemasok terhadap performa perusahaan di Jabodetabek. Akan tetapi, integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh negosiasi, manajemen biaya dan manajemen penyediaan terhadap performa perusahaan di Jabodetabek.

Keywords : Procurement, Puchasing Strategies, Purchasing Integration, Company Performance

PENDAHULUAN

Perusahaan bertanggung jawab terhadap seluruh rangkaian proses karena berkaitan dengan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Sidarto, 2008). Bagi perusahaan manufaktur, proses produksi menjadi poin penting karena berkaitan dengan ketersediaan barang yang akan

dijual. Proses persediaan hingga produksi yang baik akan memberikan penghematan waktu dan biaya bagi perusahaan. Oleh karena itu, kinerja produksi memiliki peran yang cukup krusial dalam kegiatan operasional perusahaan manufaktur (Sidarto, 2008 dan Prayunantyo, 2013).

Divisi *procurement* memiliki potensi dan peran penting dalam mengembangkan dan menerapkan strategi yang mengarah pada peningkatan efisiensi dan daya saing perusahaan. Hal ini dapat terjadi melalui memberikan persediaan bahan baku melalui perencanaan dan pemilihan pemasok yang lebih baik, meningkatkan kualitas bahan yang akan dibeli sehingga kualitas dan konsistensinya dalam menyalurkan produk/layanan dapat ditingkatkan, mengurangi harga pokok barang, dan melakukan perbaikan produk dan proses (Shidqi, 2018).

Rata-rata 50% penjualan dari perusahaan digunakan untuk pembelian material, komponen, perlengkapan, dan jasa servis (Seshadri, 2001). Oleh karenanya, fungsi divisi *procurement* memiliki kontribusi rata-rata 50% terhadap profit perusahaan. (Janda & Seshadri, 2001). Bahkan penelitian lebih lanjut menyatakan bahwa fungsi divisi *procurement* memiliki kontribusi rata-rata 70% dari total pendapatan dalam pembelian material, komponen, perlengkapan, dan jasa servis (D.K. & Waiganjo, 2014).

Penelitian mengenai divisi *procurement* terutama strategi pembelian dalam perusahaan masih jarang dilakukan di Indonesia. Untuk membuktikan pernyataan ini, peneliti melakukan pencarian di repository tiga universitas terbesar di Indonesia, yaitu Universitas Indonesia (Repository Universitas Indonesia, 2019), Universitas Teknologi Bandung dan Universitas Gajahmada. Selain itu, sejauh ini untuk daerah ASEAN dan memiliki kesamaan budaya dengan Indonesia, Malaysia merupakan negara yang pernah melakukan penelitian mengenai divisi pembelian dalam perusahaan. Penelitian ini dilakukan oleh Thrulogachantar & Zailani (2011) dan pada tahun 2016 diteruskan oleh Farah yang bertujuan melihat pengaruh strategi pembelian terhadap performa perusahaan di Malaysia. Penelitian ini dilakukan dengan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya di negara tetangga, yaitu Malaysia. Integrasi pembelian ditambahkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah integrasi pembelian dapat meningkatkan pengaruh strategi pembelian terhadap performa perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pembelian

Menurut Thrulogachantar & Zailani (2011) strategi pembelian dapat dibedakan menjadi empat, yaitu negosiasi, hubungan dengan pemasok, manajemen biaya, dan manajemen penyediaan.

Negosiasi

Negosiasi merupakan proses mengelola perbedaan hubungan bisnis antara pembeli dan pemasok untuk mendapatkan solusi terbaik (Ramsay, 2004). Menurut Thrulogachantar & Zailani (2011) ada dua pendekatan utama dalam negosiasi. Pertama adalah pendekatan yang dikenal sebagai negosiasi kooperatif yang menekankan pada formula *win-win solution* antara kedua belah pihak yang terlibat dalam proses negosiasi untuk menciptakan suatu nilai. Kedua adalah negosiasi kompetitif. Negosiasi ini terjadi ketika dimana masing-masing pihak berusaha memaksimalkan keuntungan masing-masing.

Hubungan dengan Pemasok

Kunci untuk meningkatkan kinerja hubungan pemasok dan pembeli adalah adanya pembagian informasi dari pemasok dan pembeli, sehingga perusahaan dapat lebih efisien dalam memanfaatkan arus material maupun arus informasi sehingga kinerja rantai pasokan akan meningkat dan aktivitas bisnis yang dilakukan akan lebih lancar (Marlinah, 2017).

Manajemen Biaya

Manajemen biaya adalah total biaya perusahaan untuk kebutuhan pembelian operasional perusahaan (Thrulogachantar & Zailani, 2011).

Manajemen Penyediaan

Salah satu elemen penting dalam manajemen penyediaan adalah menentukan jumlah pemasok yang optimal dari pembelian untuk pengembangan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan harus mempertahankan jumlah pemasok yang tepat untuk manajemen yang efektif dan kelancaran dalam penyediaan barang oleh pemasok (Thrulogachantar & Zailani, 2011).

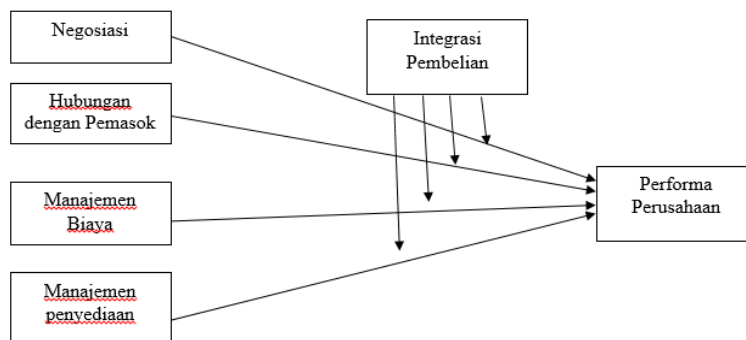
Integrasi Pembelian

Integrasi pembelian adalah keterlibatan divisi *procurement* dalam menyelaraskan strategi pembelian dengan tujuan perusahaan. Jika strategi pembelian lebih berorientasi pada bagian eksternal, sedangkan integrasi pembelian lebih berfokus secara internal untuk yang bertujuan menyelaraskan strategi pembelian dengan prioritas kompetitif perusahaan (Narasimhan & Das, 2001).

Performa Perusahaan

Pengukuran performa perusahaan berdasarkan kemampuan rantai pasok untuk mendapatkan kualitas, biaya, pengiriman, inovasi dan tujuan responsive (Thrulogachantar & Zailani, 2011)..

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penyebaran kuesioner dengan periode Februari 2019-Juni 2019. Responden dari penelitian ini adalah *procurement* di perusahaan area Jabodetabek. Kuisisioner berisi skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju)-6 (sangat setuju). Pengujian variabel penelitian ini dengan menggunakan *structural equation modeling* (SEM).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis

Hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada Tabel 4.2. Berdasarkan Tabel 4.2 tersebut, terdapat 5 (lima) hipotesis yang diterima dan 4 hipotesis yang ditolak.

Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesis

| Hipotesis | Path | | | Path Coefficient | t-statistic | Signifikan | p-values | Kesimpulan |
|----------------|---|-----|---------------------|------------------|-------------|------------------|----------|-----------------------|
| H ₁ | Negosiasi | → | Performa Perusahaan | 0.160 | 2.302 | Signifikan | 0.022 | Terima H ₁ |
| H ₂ | Hubungan dengan Pemasok | → | Performa Perusahaan | 0.238 | 3.555 | Signifikan | 0.000 | Terima H ₂ |
| H ₃ | Manajemen Biaya | → | Performa Perusahaan | 0.259 | 3.838 | Signifikan | 0.000 | Terima H ₃ |
| H ₄ | Manajemen Penyediaan | → | Performa Perusahaan | 0.140 | 2.305 | Signifikan | 0.022 | Terima H ₄ |
| H ₅ | Moderating Effect 1 (Negosiasi) | → | Performa Perusahaan | -0.005 | 0.068 | Tidak signifikan | 0.946 | Tolak H ₅ |
| H ₆ | Moderating Effect 2 (Hubungan dengan Pemasok) | --> | Performa Perusahaan | -0.193 | 2.738 | Signifikan | 0.006 | Terima H ₆ |
| H ₇ | Moderating Effect 3 (Manajemen Biaya) | --> | Performa Perusahaan | -0.009 | 0.096 | Tidak signifikan | 0.924 | Tolak H ₇ |
| H ₈ | Moderating Effect 4 (Manajemen Penyediaan) | --> | Performa Perusahaan | 0.099 | 1.451 | Tidak signifikan | 0.148 | Tolak H ₈ |

Pengaruh Negosiasi Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₁). Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa negosiasi mempengaruhi performa perusahaan tersebut sejalan dengan penelitian Thrulogachantar & Zailani (2011) yang menyatakan bahwa negosiasi yang kooperatif akan menunjang performa perusahaan yang diukur dari sisi kualitas, biaya, pengiriman, fleksibilitas, inovasi dan responsif. persuasi, memahami kondisi bisnis dan fokus pelanggan sangat penting dalam proses negosiasi.

Pengaruh Hubungan dengan Pemasok Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₂), hubungan dengan pemasok mempengaruhi performa perusahaan sehingga H₂ diterima. Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa hubungan dengan pemasok mempengaruhi performa perusahaan tersebut sejalan dengan penelitian Inayatullah *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa hubungan yang berhasil antara pembeli dan pemasok dapat dilihat dari saling mengerti peran dan tanggung jawab masing-masing, komitmen yang tinggi, kejujuran, orientasi jangka panjang, dan saling berbagi informasi.

Pengaruh Manajemen Biaya Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₃), manajemen biaya mempengaruhi performa perusahaan sehingga H₃ diterima. Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa manajemen biaya mempengaruhi performa perusahaan tersebut sejalan dengan penelitian Thrulogachantar & Zailani, (2011) yang mengatakan bahwa divisi *procurement* akan memiliki informasi detail dan pemahaman tentang informasi penguraian biaya yang diberikan oleh pemasok melalui hubungan yang baik dengan pemasok. Setiap persen penghematan dalam biaya pembelian dapat secara signifikan berkontribusi dalam menghemat 50% dari penjualan (Janda & Seshadri, 2001).

Pengaruh Manajemen Penyediaan Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₄), manajemen penyediaan mempengaruhi performa perusahaan sehingga H₄ diterima. Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa manajemen penyediaan mempengaruhi performa perusahaan tersebut sejalan dengan penelitian Farah (2016) yang mengatakan bahwa pemilihan pemasok berdasarkan kualitas, harga, pengiriman dan kinerja produk memiliki hubungan yang signifikan dengan empat elemen

kepuasan pelanggan (kualitas produk, variasi produk, layanan pengiriman dan harga yang kompetitif) dan kinerja perusahaan.

Integrasi Pembelian Memoderasi Pengaruh Negosiasi Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_5), integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh negosiasi terhadap performa perusahaan sehingga H_5 ditolak. Hasil didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zhang *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh strategi pembelian terhadap performa perusahaan. Keputusan perusahaan tentang strategi jangka panjang dan peran pemasok dalam perencanaan strategis biasanya dibuat di tingkat perusahaan dan oleh manajemen puncak. Meskipun integrasi internal memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan proses terkoordinasi dan terhubung yang sangat penting untuk implementasi strategi, akan tetapi karyawan di departemen *procurement* dan produksi (pabrik) mungkin tidak secara langsung berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis.

Integrasi Pembelian Memoderasi Pengaruh Hubungan Dengan Pemasok Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_6), integrasi pembelian memoderasi pengaruh hubungan dengan pemasok terhadap performa perusahaan sehingga H_6 diterima. Hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa integrasi pembelian memoderasi pengaruh hubungan dengan pemasok terhadap performa perusahaan tersebut sesuai dengan penelitian Narasimhan & Das (2001) yang mengatakan bahwa integrasi pembelian bukan hanya sekedar proses pembelian, tetapi juga meliputi keterlibatan pemasok baru, pengembangan pemasok, sertifikasi pemasok, atau pengurangan penyediaan pasokan. Keterlibatan divisi *procurement* dalam mengsinambungkan hubungan antara pemasok dan keberlangsungan proses produksi perusahaan dapat meningkatkan kualitas produksi yang berhubungan dengan performa perusahaan.

Integrasi Pembelian Memoderasi Pengaruh Manajemen Biaya Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_7), integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh manajemen biaya terhadap performa perusahaan sehingga H_7 ditolak. Hasil didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zhang *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa integrasi pembelian tidak memperkuat pengaruh strategi pembelian terhadap performa perusahaan. Integrasi memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan proses terkoordinasi dan terhubung yang sangat penting untuk implementasi strategi, akan tetapi karyawan di divisi *procurement* dan produksi (pabrik) mungkin tidak secara langsung berpartisipasi dalam pengambilan keputusan perusahaan tentang strategi jangka panjang dan peran pemasok dalam perencanaan strategis biasanya dibuat di tingkat perusahaan dan oleh manajemen puncak.

Integrasi Pembelian Memoderasi Pengaruh Manajemen Penyediaan Terhadap Performa Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H_8), integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh manajemen penyediaan terhadap performa perusahaan sehingga H_8 ditolak. Hasil didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zhang *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa integrasi pembelian tidak memoderasi pengaruh strategi pembelian terhadap performa perusahaan. Peran divisi *procurement* dalam kontribusi menjaga berjalan dan terhubungnya perusahaan dengan baik mungkin tidak secara langsung berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pembelian seperti negosiasi, hubungan dengan pemasok, manajemen biaya, dan manajemen penyediaan berpengaruh terhadap performa perusahaan. Selain itu, integrasi pembelian hanya memoderasi hubungan antara hubungan pemasok terhadap performa perusahaan.

Temuan dalam penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya peran strategi pembelian dalam meningkatkan performa perusahaan. Hal ini dapat dijadikan pedoman bagi para pekerja di dalam divisi *procurement* untuk fokus dalam menerapkan strategi pembelian dalam pekerjaan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- D.K., M., & Waiganjo, D. E. (2014). Role of Procurement Practices on the Performance of Corporate Organizations in Kenya: A Case Study of Kenya National Police Service. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*.
- Farah. (2016). The Influence Of Purchasing Strategies On Manufacturing Performance: An Empirical Study In Malaysia. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Inayatullah, Narain, R., & Singh, A. (2012). Role of Buyer-Supplier Relationship and Trust in Organizational Performance. *Delhi Business Review*, 13(2), 73–82.
- Janda, S., & Seshadri, S. (2001). The influence of purchasing strategies on performance. *Journal of Business and Industrial Marketing*.
- Marlinah, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Hubungan Pemasok Dan Pembeli Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Skala Mikro Penyediaan Makanan Dan Minuman Di Kawasan Undip Tembalang. *Jurnal UNDIP*, 42–48.
- Prayunantyo, B. (2013). Studi pada PT . Indonesia Nippon Seiki. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(3), 118–127.
- Ramsay, J. (2004). Serendipity and the realpolitik of negotiations in supply chains. *Supply Chain Management*.
- Shidqi, M. (2018). Penerapan Purchasing Planning Dalam Pengadaan Bahan Baku Di Perusahaan Industri (Studi pada PT . Petrokimia Gresik , Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1).
- Sidarto. (2008). Analisis Strategi Supply Chain Management. Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi, 276–285.
- Sundram, V. P. K., Bahrin, A. S., Abdul Munir, Z. B., & Zolait, A. H. (2018). The effect of supply chain information management and information system infrastructure: The mediating role of supply chain integration towards manufacturing performance in Malaysia. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(5), 751–770.
- Thruologachantar, P., & Zailani, S. (2011). The influence of purchasing strategies on manufacturing performance: An empirical study in Malaysia. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 22(5), 641–663.
- Zhang, M., Lettice, F., Chan, H. K., & Nguyen, H. T. (2018). Supplier integration and firm performance: the moderating effects of internal integration and trust. *Production Planning and Control*.