

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kegiatan perusahaan *business to business*, tahapan keputusan pembelian bisnis berbeda dengan perusahaan *business to customer* atau *customer to customer*. Menurut *Hutt and Speh* terdapat 8 tahapan keputusan pembelian untuk pasar *B2B*.¹ Pembeli bisnis biasanya menghadapi keputusan pembelian yang lebih kompleks dari pada pembeli konsumen. Pembeli sering melibatkan jumlah uang yang besar, pertimbangan teknis dan ekonomi yang rumit, serta interaksi diantara banyak orang di berbagai tingkat dalam organisasi pembeli. Karena proses pembelian lebih rumit, pembeli bisnis mungkin memerlukan waktu lebih lama untuk mengambil keputusan. Proses pembelian bisnis juga cenderung lebih formal dari pada proses pembelian konsumen. Menurut *Philip dan Armstrong* pembeli bisnis besar biasanya memerlukan spesifikasi detail produk, pesanan pembelian tertulis, pencarian pemasok yang seksama, dan persetujuan resmi. Terakhir, dalam proses pembelian bisnis, pembeli dan penjual biasanya lebih bergantung satu sama lain.²

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh B2B lebih *kompleks* dibandingkan dengan pembelian konsumen, itu berarti dalam proses keputusan pembelian harus ada alur yang jelas dari mulai munculnya informasi mengenai kenapa harus membeli barang atau produk tersebut sampai bagaimana cara agar barang atau produk yang kita beli dapat berinovasi sehingga produk yang akan dihasilkan memberikan kepuasan untuk konsumen akhir dan analisa-analisa sebelum melakukan pembelian. Pada PT Hagihara Westjava Industries dalam melakukan pembelian, pihak

¹ Hutt, D.Michael dan Thomas W. Speh. 2013. *Business Marketing Management b2b*. Canada : Nelson Education, Ltd. hlm. 35

² Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi. 12. Jakarta : Penerbit Erlangga. hlm. 198-199

pembeli mendapatkan informasi langsung dari konsumen atau pihak produksi mengenai deskripsi umum bahan baku kemudian pihak pembeli melakukan proses pencarian *supplier* hingga evaluasi *supplier* jika itu proses pembelian baru atau langsung memesan barang sesuai kebutuhan jika pembelian rutin. Sebelum melakukan pembelian tentu ada proses keputusan membeli, sedangkan PT Hagihara Westjava Industries hanya memiliki *Work Instruction* untuk cara pembelian atau order pesanan rutin yang disebut dengan *Purchase Order*, *Seleksi Supplier*, dan *Evaluasi Supplier*. Padahal dengan adanya alur proses keputusan pembelian pihak pembeli dapat menganalisa kenapa mereka harus membeli bahan baku tersebut (pengenalan kebutuhan), apa bahan utama pembuatan bahan baku tersebut (deskripsi umum) dan spesifikasi seperti apa yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal tersebut dibutuhkan dalam melakukan keputusan pembelian untuk meminimalisir resiko kesalahan pihak pembeli dalam mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan.

Salah satu risiko yang sudah terjadi pada saat ini yaitu spesifikasi bahan baku penolong inner linner untuk *Flexible Container Bag* yang sering mengalami cacat. Hal tersebut terjadi karena pada saat melakukan proses keputusan pembelian bahan baku penolong, pihak pembeli tidak melakukan analisa pengenalan kebutuhan dan spesifikasi lengkap namun hanya mendapatkan deskripsi umum secara tertulis dari pihak lain. Menurut *Kotler* dan *Keller* sekarang organisasi pembelian menetapkan spesifikasi teknis barang. Sering kali, perusahaan akan menugaskan tim rekayasa untuk menganalisa nilai produk dari proyek.³ Dalam melakukan transaksi pembelian ada tim rekayasa atau *quality control* sebagai pengawas divisi *purchasing* dalam mencari *supplier* dan memperoleh kebutuhan bahan baku yang tepat. Menurut teori diatas disimpulkan bahwa tim *quality control* hanya bertugas sebagai pengontrol saja. Padahal disamping adanya tim *quality control*, sebagai pihak pembeli seharusnya mampu mengetahui bahan baku penolong yang dibelinya berdasarkan tujuan pembelian, manfaat dan spesifikasi bahan baku penolong yang tepat untuk mengurangi resiko kesalahan dalam transaksi pembelian. Berdasarkan COA atau *Certificate Of Analysis supplier* inner linner PT Hagihara Westjava Industries, tertera

³ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi. 13
Jakarta : Penerbit Erlangga. hlm. 212.

standar ukuran ketebalan, campuran bahan, kekuatan atau daya tahan serta size panjang x lebar yang dibutuhkan untuk mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan, namun pada kenyataannya bahan baku yang datang sering tidak sesuai dengan COA yang telah di tanda tangani pihak *supplier*.

Kecacatan bahan baku penolong inner liner terjadi karena ketidaksesuaian antara ukuran dan bentuk bahan baku yang datang, bahan baku penolong inner pada proses *Flexible Container Bag* sering mengalami hal tersebut dengan masalah ketebalan micron tinggi pada inner dan ditemukanya inner liner dalam kondisi lengket yang mana itu menurunkan kualitas bahan baku, memperoleh produk cacat seperti ditemukan gulungan inner yang sobek dan bolong serta *supplier* yang kurang baik dalam menghasilkan bahan baku dan lamban dalam melakukan tindak perbaikan ditandai dengan seringnya terjadi hal yang berulang. Dari semua dampak yang dialami PT Hagihara Westjava Industries semua berujung pada kegiatan retur.

Menurut Mulyadi retur merupakan barang yang sudah diterima dari pemasok adakalanya tidak sesuai dengan barang yang dipesan menurut surat order pembelian⁴. Ketidaksesuaian tersebut terjadi kemungkinan karena barang yang diterima tidak cocok dengan spesifikasi yang tercantumkan dalam surat order pembelian, barang mengalami kerusakan dalam pengiriman atau barang yang diterima melewati tanggal pengiriman yang dijanjikan oleh pemasok. Jadi kesimpulanya bahwa retur pembelian merupakan proses atau kegiatan pengembalian barang *reject* yang disebabkan oleh *supplier* dari pihak pembeli dikembalikan kepada *supplier* juga untuk dilakukanya pertukaran barang atau ketentuan lainnya yang disepakati oleh kedua belah pihak. Berdasarkan laporan ketidaksesuaian, tingkat kegiatan retur pembelian bahan baku inner liner untuk *Flexible Container Bag* pada PT HWI sering terjadi dan sudah berlangsung lama dengan bentuk kecacatan sobek, bolong, lengket dan ketebalan micron yang hampir sama setiap kalinya, dimana sobek dan bolong disebabkan oleh fasilitas pengiriman serta lengket dan ketebalan micron disebabkan oleh proses produksi *supplier* hal ini membuktikan bahwa dalam proses

⁴ Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi edisi ke-3 cetakan ke-5*. Jakarta : Salemba Empat. hlm. 336.

pengambilan keputusan harus dipertimbangkan dengan matang terutama pada indikator spesifikasi dan pemilihan *supplier* namun demikian PT HWI tetap bertahan dengan dua *suppliernya* yaitu PT Taiyo Marsol Indonesia dan PT Mutiara Cahaya Plastindo, hal tersebut menjadi satu keuntungan tersendiri bagi pihak penjual karena merasa PT Hagihara Westjava Industries sebagai konsumen yang ketergantungan namun hal tersebut menjadi permasalahan alasan PT HWI masih mempertahankan *suppliernya*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisa bagaimana proses keputusan pembelian PT Hagihara WestJava Industries dalam memperoleh bahan baku penolong inner dan faktor apa yang menjadi pengaruh PT Hagihara Westjava Industries dalam mempertahankan *supplier* saat ini. Untuk mengetahui hal tersebut maka diangkat judul “*Proses Keputusan Pembelian Bahan Baku Penolong Inner Linner Dari Supplier Pada PT Hagihara Westjava Industries Karawang*” .

1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana proses keputusan pembelian PT Hagihara WestJava Industries dalam memperoleh bahan baku penolong inner linner dan Indikator apa yang menyebabkan munculnya kegiatan retur pembelian ?
2. Faktor 4P apa yang membuat PT Hagihara Westjava Industries mempertahankan *supplier* bahan baku penolong inner linner untuk produk *FC Bag* PT Hagihara Westjava Industries ?

1.2.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Penelitian ini hanya membahas mengenai bagaimana PT Hagihara Westjava Industries melakukan proses keputusan pembelian dari mulai pengenalan kebutuhan sampai evaluasi dan faktor 4P yang mempertahankan *supplier* pada PT Hagihara WestJava Industries dalam memperoleh bahan baku inner liner.
2. Inner liner cacat hanya untuk produk *FC Bag*.
3. *Supplier* inner liner hanya ada dua PT Taiyo Marsol Indonesia dan PT Mutiara Cahaya Plastindo.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui proses keputusan pembelian PT Hagihara Westjava Industries dalam memperoleh bahan baku penolong inner liner untuk *FC Bag* serta mengidentifikasi indikator dari keputusan pembelian yang memunculkan kegiatan retur.
2. Mengetahui faktor apa yang membuat PT HWI mempertahankan *supplier* bahan baku inner liner untuk *FC Bag*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari kegiatan penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Sebagai bentuk wawasan baru dalam mengidentifikasi pemasaran dari sudut pandang langsung sebagai konsumen, pengalaman berinteraksi langsung dengan dunia kerja dan orang-orang baru dan pembelajaran cara menganalisa suatu masalah hingga menemukan solusinya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi dan perencanaan yang baik kedepannya bagi PT Hagihara WestJava Industries dalam menentukan pengambilan keputusan pembelian yang tepat dimasa mendatang sehingga dapat mencari *supplier* dan memperoleh bahan baku yang minim cacat.

3. Bagi Instansi

Sebagai tambahan referensi dalam menganalisa mengenai proses keputusan pembelian pada perusahaan *B2B*.