

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. LATAR BELAKANG MASALAH**

Bandung adalah salah satu Kota yang menjadi destinasi favorit bagi para wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Permintaan akan kebutuhan akomodasi pun berpotensi akan terus meningkat mengingat Walikota Bandung sebelumnya telah merombak Kota Bandung menjadi tujuan destinasi pariwisata favorit bagi para wisatawan, dengan dibangunnya akses jalan layang Surapati dan Antapani serta taman – taman yang dibangun untuk memperindah kota Bandung yang menimbulkan berdatangnya turis lokal maupun mancanegara. Dan terdapat juga tempat – tempat wisata menarik lainnya yang terdapat di area Bandung Barat seperti *3D Art Museum*, *Farm House*, Rumah Sosis, dan sebagainya yang berpotensi mengundang para wisatawan lokal maupun wisatawan dari mancanegara untuk berkunjung pada daerah – daerah wisata tersebut.

Untuk memenuhi permintaan konsumen akan tempat tinggal bagi turis, maka para investor berlomba – lomba untuk membangun usaha akomodasi berupa hotel, penginapan dan yang terbaru saat ini adalah OYO dan Airbnb. Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2016 menyatakan bahwa hotel merupakan usaha tempat tinggal secara harian berupa kamar yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan, serta fasilitas lainnya dalam satu bangunan atau lebih yang termasuk juga dengan losmen, penginapan, serta pesanggrahan.

Dengan berkaitannya industri perhotelan, menurut Sulastiyono (2011) , hotel merupakan salah satu usaha yang dikelola oleh seseorang yang memiliki layanan makanan serta minuman (*Food and Beverage*) untuk diberikan kepada para pelancong yang mampu membayar dengan sesuai pelayanan yang diterimanya. Ada pun menurut Wiyasha (2010) mengatakan bahwa hotel adalah suatu usaha untuk mencari keuntungan dari hasil aktivitas bisnisnya. Berdasarkan paparan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa definisi hotel adalah usaha bisnis akomodasi untuk menunjang bidang pariwisata yang memberikan pelayanan makanan minuman kepada pelancong untuk mendapatkan laba.

Menurut Sulastiyono (2011) hotel secara umum dibagi menjadi delapan departemen yang antara lain adalah: *FO/Front Office*, *F&B/Food and Beverage*, *HK/Housekeeping*, *S&M/Sales and Marketing*, *HR/Human Resource*, *A&G/Accounting/Finance*, *Security*, dan *Engineering*. Menurut Wiyasha (2010), sumber pendapatan hotel paling besar adalah didapat dari penjualan kamar dan kedua adalah dari makanan dan minuman, serta sisanya adalah dari *Minor Operating Department* seperti contoh adalah *laundry and dry cleaning*, *Spa and Treatment*, *Pool Access*, dan lain sebagainya. Dalam setiap departemen akan ada biaya yang harus dikeluarkan, yang antara lain adalah biaya depresiasi dan amortisasi, bunga, energi, laba atau rugi dari hasil penjualan, harga pokok bahan dasar F&B, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, biaya sumber daya manusia, biaya pemeliharaan hotel. Menurut paparan diatas, pendapatan hotel didapat dari hasil aktivitas bisnis penjualan kamar, makanan dan minuman, serta penjualan jasa lainnya yang disediakan oleh hotel dimana setiap aktivitas pastinya

memiliki biaya yang harus dikeluarkan dan salah satunya adalah biaya untuk bahan baku.

Setiap hotel tidak mungkin memproduksi bahan bakunya sendiri, dikarenakan butuh waktu untuk memproduksi bahan bakunya, sedangkan tamu tidak dapat menunggu. Maka dari itu hotel harus membeli bahan bakunya sendiri dan tentunya sangat tidak mungkin untuk pihak hotel mendatangi setiap toko untuk membeli bahan bakunya. Maka dari itu hotel membutuhkan pihak ketiga untuk selalu menyediakan kebutuhan akan bahan bakunya yaitu pemasok/*supplier*. Menurut Caroline Booth (2010) mengatakan bahwa pemasok adalah usaha yang dilakukan untuk menyediakan barang atau jasa.

Dalam proses pembelian ini apakah pihak *purchasing* sudah mengelola *supplier* yang bekerjasama dengan baik atau belum. Menurut Jonathan O'Brien (2014) mengatakan bahwa untuk mencapai kesuksesan dalam mengelola *supplier* adalah salah satunya adalah menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan *supplier* atau bisa juga disebut dengan *Supplier Relationship*. Menurut Lu (2011) mengatakan bahwa kepercayaan dan komitmen memerankan peran penting dalam hubungan antara pemasok dan pembeli.

#### 1. Kepercayaan

Menurut Lu (2011 : 96) mengatakan bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bergantung pada mitra pertukaran yang dipercayai seseorang. Sedangkan menurut Kotler (2012 : 203) bahwa kepercayaan adalah kesediaan suatu perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnisnya, hal ini

bergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan organisasi, seperti *Perceived Competence, Integrity, Honesty, dan Benevolence*.

## 2. Komitmen

Menurut KBBI, Komitmen adalah perjanjian (keterikatan) untuk melakukan sesuatu atau bisa disebut juga kontrak. Menurut Arriaga. X B, (2001 : 3) mengatakan bahwa komitmen melibatkan *affective, cognitive, dan cognitive components*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Widodo selaku *purchasing* di hotel Sheraton Bandung Hotel & Tower Bandung didapatkan data bahwa tidak semua supplier memiliki perjanjian kerjasama. Dari sepuluh supplier, hanya lima saja yang memiliki kontrak kerjasama dan lima diantaranya tidak memiliki kontrak kerjasama, yang dapat menimbulkan masalah dalam operasional, seperti barang yang datang tidak sesuai dengan standar, keterlambatan barang untuk datang padahal tidak adanya hambatan yang sedang terjadi, dan salah satu yang menurut penulis cukup krusial adalah harga yang seringkali berubah-ubah padahal sudah ada harga yang telah disepakati baik oleh pihak hotel maupun pihak *supplier*. Disini penulis akan menampilkan tabel rata-rata harga sayuran dari kesepuluh *supplier* baik memiliki kontrak ataupun tidak berkontrak yang mengalami perubahan dibawah ini:

**Tabel 1**

**Tabel Rata-Rata Harga Sayuran**

No	Barang	Harga		
		Kesepakatan	Kenyataan	Variance
1	Bawang Merah	27.280	30.100	- 2.821
2	Bawang Putih	28.100	29.300	- 1.200
3	Khailan	16.700	18.200	- 1.500
4	Kentang Besar	16.300	17.900	- 1.600
5	Kentang Rendang	15.450	16.600	- 1.150
6	Kol Bulat Putih	12.400	14.200	- 1.800
7	Kol Bulat Merah	36.710	38.300	- 1.590
8	Kunyit	10.500	12.520	- 2.020
9	Labu Siam	5.800	7.564	- 1.764
10	Lengkuas	8.610	11.650	- 3.040

Sumber: Olah Data 2023

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa barang diatas mengalami perubahan harga yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal, pihak hotel dapat mengerti jika perubahan harga turun ataupun naik dikarenakan harga pasar, tetapi disini perubahan cenderung menuju kenaikan dan perubahan harga tersebut terjadi hampir setiap hari dan fluktuatif, padahal setelah ditelusuri dengan harga pasar, barang-barang tersebut tidak mengalami perubahan dan terkesan lebih stabil. Disini penulis menduga perubahan-perubahan yang terjadi diakibatkan adanya hubungan yang kurang baik antara hotel dan *supplier* yang coba ditunjukkan oleh pihak *supplier* dengan cara melakukan tindakan tersebut. Berdasarkan latar belakang yang sudah

dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui apakah Sheraton Hotel Bandung & Towers sudah menerapkan prosedur yang tepat dalam menjalin hubungan kerjasama dengan *supplier*, dikarenakan disini penulis melihat dan mengamati bahwa beberapa prosedur diatas tidak dijalani dengan tepat. Untuk kondisi terkini *Purchasing Department* di Sheraton hanya diisi oleh seorang *Purchasing Clerk* dan *Purchasing Manager*. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengangkat topik ini dengan judul:

***“Supplier Relationship Di Sheraton Bandung Hotel & Towers”***

**B. Rumusan Masalah**

Dari paparan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan kepercayaan yang dibangun oleh pemasok yang berkontrak dan tidak berkontrak?
2. Bagaimana hubungan komitmen yang dibangun oleh pemasok yang berkontrak dan tidak berkontrak?

**C. Tujuan Penelitian**

**1. Tujuan Formal**

Tujuan formal dari penyusunan proyek akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi selama menempuh pendidikan Diploma IV program studi Administrasi Hotel, Jurusan Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

**2. Tujuan Operasional**

- a. Mengetahui hubungan kepercayaan yang dibangun Sheraton Bandung Hotel & Towers dan pemasok

- b. Mengetahui komitmen yang diterapkan oleh Sheraton Bandung Hotel & Towers dan pemasok

**D. Manfaat Penelitian**

**1. Manfaat bagi penulis**

1. Memperluas wawasan pengetahuan terhadap hubungan antara pemasok dan perusahaan.
2. Mengasah penulis untuk bisa menganalisis permasalahan secara sistematis terutama pada fenomena kali ini yaitu *Supplier Relationship* di Sheraton Bandung Hotel & Towers.

**2. Manfaat bagi objek penelitian**

Sebagai bahan masukan kepada hotel untuk bahan pertimbangan dan saran dalam meningkatkan hubungan pemasok di Sheraton Bandung Hotel & Towers.