BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan dunia bisnis akhir-akhir ini untuk perusahaan yang bergerak dibidang usaha industri perikanan sangat tinggi dalam persaingan dunia bisnis. Perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang industri perikanan mengalami beberapa *problem* dalam usaha produksinya dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi kelancaran produksi seperti halnya dukungan-dukungan dari stakeholder konsistensi dari *supplier*.

Perikanan di Kota Sorong termasuk kategori perikanan yang berskala kecil karena nelayan masih menangkap ikan dengan menggunakan kapal dan alat tangkap yang sederhana. Nelayan yang termasuk kategori skala kecil dicirikan dengan berbagai keterbatasan diantaranya adalah keterbatasan waktu untuk melaut, jenis kapal atau alat tangkap yang digunakan. Nelayan Kota Sorong menangkap ikan dengan menggunakan alat pancing dan jaring rawai. Kapal yang digunakan untuk melakukan penangkapan ikan cukup sederhana yaitu dengan kapal berukuran 3-5 GT. Agar industri pengolahan menjadi lebih kompetitif maka perlu adanya fokus pada praktek rantai pasokan (Sanjeepan, 2016). Hal yang perlu difokuskan adalah memperkuat rantai pasokan dari sektor hulu ke sektor hilir.

Perusahaan industri perikanan pastinya bekerja sama dengan pemasok untuk menjamin ketersediaan bahan baku. Beberapa perusahaan tentunya memiliki beberapa alternatif pemasok, dimana para pemasok tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Pemilihan *supplier* merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena peranan *supplier* sangatlah penting dalam menjamin kelancaran produksi melalui pemenuhan bahan baku. Deswati (2020) mengatakan bahwa hubungan pemasok dengan modal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Beberapa faktor utama yang menentukan kinerja pemasok

dalam moderen menjadi terintegrasi adalah *commitment, conflict, conflict resolution, cooperation, trust* (Dedie, 2017).

Perusahaan harus cermat dalam mengambil keputusan dalam pemilihan *supplier* karena peran *supplier* akan turut serta dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Apabila kualitas bahan baku dari *supplier* buruk tentunya akan berpengaruh tehadap kualitas yang dihasilkan. Dan apabila *supplier* tidak bisa menyediakan jumlah bahan baku sesuai permintaan perusahaan, maka dapat dipastikan jadwal produksi akan terganggu. Pemilihan *supplier* yang efektif dapat membantu perusahaan mencapai hasil produksi yang diinginkan.

Bahan baku yang berkualitas dari pemasok sangat mempengaruhi tingkat kualitas produk yang dapat dihasilkan perusahaan. Beberapa peneliti sebelumnya menyatakan bahwa kinerja pemasok yang baik dapat mempengaruhi kesuksesan kinerja perusahaan. Namun pada tiap penelitian terdapat variabel yang berbeda-beda yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok. Keberadaan pemasok sangat menentukan kelancaran proses produksi dan produk yang akan dihasilkan (Akbar et, al., 2015).

Salah satu keputusan pembelian yang penting adalah pemilihan dan pemeliharaan kelompok pemasok yang kompeten. Memilih seperangkat pemasok yang baik untuk bekerja dengan sangat penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan (Ilyas Masudin, 2018).

Akbar (2020) mengatakan bahwa pengukuran kinerja pemasok merupakan hal yang sangat penting dalam aktifitas rantai pasok. Keputusan dalam pemilihan pemasok merupakan komponen penting manajemen produksi dan logistik bagi sebagian besar perusahaan. Berkenaan dengan keputusan tersebut maka harus dilakukan seleksi pemasok untuk melaksanakan pekerjaan dan menentukan jumlah pesanan yang diberikan kepada pemasok yang terpilih (Ilyas Masudin, 2018).

PT. Kelola Mina Laut unit Sorong melakukan pembelian bahan baku dengan jumlah dan jenis produknya disesuaikan dengan kebutuhan kontrak ekspor yang akan dikerjakan. Tantangan yang dihadapi unit sendiri dalam mengerjakan kebutuhan

kontrak ekspor adalah terkendala dengan musim tangkap dan cuaca serta adanya pesaing baru. Hal ini membuat nelayan tidak pergi melaut dan kurangnya pasokan bahan baku yang diterima, sehingga berdampak pada kenaikan harga dan rantai pasokan bahan baku. Oleh karena itu, terkadang jadwal keberangkatan pengiriman mengalami kemunduran dari tanggal estimasi yang sudah ditentukan. Selain itu, faktor kecepatan dan ketepatan pembayaran atas pembelian bahan baku juga belum sesuai target. Sistem pembayaran dilakukan sesuai kesepakatan namun terkadang juga masih terjadi keterlambatan pembayaran sehingga berdampak pada rantai pasokan bahan baku.

Pada 3 tahun terakhir mengalami penurunan jumlah produksi yang diakibatkan adanya jumlah pemasok yang semakin berkurang. Dan ini yang menunjukan adanya kinerja di PT. Kelola Mina Laut unit Sorong tidak optimal, seperti terlihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah *Quantity* Pemasok

Tahun	2018	2019	2020
Target (Kg)	160,000	645,000	695,000
Real (Kg)	105,699.1	351,134.5	164,861.7
%	66	54	24

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pemenuhan bahan baku tidak terpenuhi dalam jumlah yang telah ditargetkan perusahaan. Jumlah tertinggi untuk pesanan yang tidak terpenuhi ada di tahun 2020, hal ini mengakibatkan penurunan kapasitas produksi. Selain jumlah bahan baku yang tidak sesuai, bahan baku yang diterima pun tidak sepenuhnya sesuai dengan standar kualitas perusahaan karena terdapat bahan baku yang tidak sesuai spesifikasi.

Dari data tersebut menunjukan pentingnya dalam kinerja produksi sangat tergantung dengan adanya pemasok, dan PT. Kelola Mina Laut unit Sorong mencoba meminimalisir permasalahan-permasalahan yang disebabkan adanya pemasok

tersebut, perusahaan dihadapkan pada pengambilan keputusan untuk memilih pemasok terbaik yang berpotensi menjalin hubungan kemitraan jangka panjang.

Dan pentingnya pemasok dalam produksi juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriliana Ilmiyati & Munjiati Munawaroh (2016) yang menyatakan pasokan manajemen rantai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi, dan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap penampilan organisasi. Keunggulan bersaing mampu memediasi dampak dari manajemen rantai pasokan pada kinerja organisasi.

Asamoah dkk. (2012) yang mengatakan bahwa pemilihan pemasok menggunakan tiga kriteria, yaitu; *quality*, *price*, dan *reliability/ capacity*. *Quality* mengukur pemasok berdasarkan reputasi pemasok sehubungan dengan standar FDB, sertifikasi pemasok, kualitas bahan baku, dan catatan bukti pelayanan kelas dunia. *Cost* mengukur pemasok berdasarkan harga yang kompetitif dari pemasok, persyaratan kredit, layanan nilai tambah, dan cara pembayaran. Dan *reliability/ capacity* mengukur pemasok berdasarkan waktu pengiriman, kemudahan komunikasi, kemampuan mengelola risiko, fasilitas produksi, dan kesehatan keuangan.

Dari permasalahan diatas, PT. Kelola Mina Laut unit Sorong dirasa perlu segera mencari cara bagaimana perusahaan dapat melakukan pemenuhan bahan baku yang telah ditargetkan di setiap tahunnya dengan jumlah yang banyak, tepat, cepat dan harga yang bersaing sehingga mendapatkan bahan baku yang mempunyai kualitas yang bagus agar dapat memenuhi target disetiap tahunnya

Persepsi Harga *(price perception)* adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Amstrong 2008). Peter & Olson (2008) berpendapat bahwa harga dapat memberikan keunggulan kompetitif fungsional, dimana harga tinggi dapat diketahui berkualitas tinggi untuk beberapa produk dan sering dinyatakan bahwa konsumen merasakan hubungan antar harga dan kualitas.

Persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka. Dalam pengolahan kognitif informasi

harga, konsumen bisa membandingkan antara harga yang dinyatakan dengan sebuah harga atau kisaran harga yang mereka bayangkan atas produk tersebut.

Harga yang ada dipikiran sebagai bahan melakukan perbandingan tersebut disebut harga acuan internal. Harga acuan internal adalah harga yang dianggap pantas oleh konsumen, harga yang telah ada secara historis atau yang dibayangkan konsumen sebagai harga pasar yang tinggi atau rendah. Pada dasarnya harga acuan internal menjadi semacam panduan untuk mengevaluasi apakah harga yang tertera tersebut dapat diterima oleh konsumen (Peter & Olson 2008).

PT. Kelola Mina Laut unit Sorong adalah perusahaan swasta yang bergerak dibidang perikanan. Dalam pelaksanaan visi dan misi serta tujuan perusahaan PT. Kelola Mina Laut unit Sorong melakukan salah satu implikasi proses pengambilan keputusan. Strategi operasi yang dijalankan adalah meningkatkan atau memenuhi kebutuhan bahan baku yang telah ditargetkan dengan harga yang bersaing dalam pencapaian target.

Di dalam persepsi harga, PT. Kelola Mina Laut unit Sorong dapat memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan mutu dan harga, karena bisa saja terjadi persaingan antar berbagai segmen mutu dan harga. Tantangan yang dihadapi unit sendiri yaitu sering terjadi perubahan kenaikan harga pada bahan baku sehingga perusahan mengikuti harga tersebut agar produksi tetap berjalan akan tetapi jika perusahaan mengikuti harga kenaikan bahan baku tersebut akan terjadi (HPP/Harga Pokok Penjualan) menjadi mahal atau tidak terjangkau sehingga produksi tidak dapat berjalan dengan lancar karena harga tidak optimal. Begitu juga adanya pesaing baru yang masuk dan pesaing tersebut ingin mendapatkan bahan baku, sehigga pesaing tersebut menaikkan harga yang sudah ada untuk mendapatkan bahan baku. Seperti yang disampaikan oleh Hanisah (2018) yang mengatakan bahwa harga bahan baku, harga jual dan produksi berpengaruh sangat nyata terhadap hasil penjualan pada usaha tahu di Kecamatan Langsa Kota.

PT. Kelola Mina Laut unit Sorong telah menduga selain dari permasalahan pemasok, harga merupakan kunci penting dalam bisnis, terutama persepsi harga produk yang dibentuk oleh perusahaan terhadap konsumen yang akan mendukung keberhasilan dan kesuksesan bisnis perusahaan. Dengan memberikan persepsi harga yang baik dan sesuai terhadap konsumen, perusahaan dapat bertahan *(survive)* di dalam menghadapi persaingan dan dapat pula memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan.

Dengan pangsa pasar yang luas dan laba yang besar, maka kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin. Oleh karena itu, aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan persepsi harga tersebut harus direncanakan secara matang dan dilakukan evaluasi-evaluasi secara berkala untuk mengetahui keefektifan dari persepsi harga dalam kaitannya dengan persepsi kualitas produk perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi harga adalah suatu pemahaman konsumen terhadap besar atau kecilnya jumlah uang yang akan digunakan untuk membeli suatu produk yang diinginkan dengan nilai yang telah sesuai dengan nilai yang didapatkan dari produk tersebut.

Pada 3 tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan harga bahan baku yang diakibatkan adanya pesaing yang membeli harga bahan baku lebih tinggi. Dan ini yang menunjukan adanya kenaikan dan penurunan harga di PT. Kelola Mina Laut unit Sorong tidak optimal, seperti terlihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Harga Bahan Baku 2018-2020

Tahun	Harga (Rp/Kg)
2018	55,000
2019	57,000
2020	40,000

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga bahan baku dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami kenaikan dan penurunan harga. Turun naiknya harga ini disebabkan karena adanya pesaing yang membeli harga tinggi sehingga mengakibatkan penurunan kapasitas produksi.

Permasalahan harga yang ada di PT. Kelola Mina Laut unit Sorong merupakan permasalahan yang perlu adanya perhatian sehingga dengan harga yang ada, sangat mempengaruhi kinerja produksi karena dengan harga bahan baku yang tinggi terkadang tidak bisa dijangkau dan produksi tidak akan optimal.

Sapitri, R., & Suryalena, S. (2016) mengatakan Sumber daya manusia dalam suatu organisasi merupakan faktor yang sangat penting bagi keefektifan berjalannya kegiatan didalam sebuah organisasi. Setiap perusahaan apapun bentuknya dan jenisnya, akan memerlukan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan berfikir, bertindak serta terampil dalam menghadapi kesuksesan dari suatu perusahaan. Untuk itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas sumber daya sehingga terjadi peningkatan dan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kinerja perusahaan.

Procurement (pengadaan) merupakan pembelian barang dan jasa oleh perusahaan (Turban, 2010:231). Fiasinta, F., & Purwantini, S. (2019) mengatakan perusahaan terdapat prosedur pengadaan dalam panduan manajemen keselamatannya. Prosedur pengadaan ini bertujuan untuk menggambarkan tanggung jawab dan tindakan yang diperlukan, untuk memastikan bahwa barang, alat, material atau jasa yang dibeli sesuai dengan ketentuan khusus perusahaan dan bahwa pemasok/sub-kontraktor diawasi, disetujui dan dievaluasi oleh perusahaan. Sedangkan menurut Moekijat dalam kamus manajemen (2009:128) menyebutkan bahwa Departemen menunjukan suatu bidang, bagian atau cabang tertentu dari suatu perusahaan, atas nama seorang manajer yang mempunyai kekuasaan untuk pelaksanaan dari pada kegiatan-kegiatan tertentu.

Pada 3 tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan harga jual. Dan ini yang menunjukan adanya penurunan harga di PT. Kelola Mina Laut unit Sorong tidak optimal, seperti terlihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.3 Harga Jual 2018-2020

Tahun	Harga (Rp/Kg)
2018	65,000
2019	67,000
2020	50,000

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa harga jual dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami kenaikan dan penurunan harga. Turun naiknya harga ini disebabkan karena adanya peningkatan harga bahan baku dan tambahan lainnya yang termasuk dalam biaya produksi tersebut.

Tugas pokok *Procurement Department* yaitu menerima daftar permohonan barang atau jasa yang telah di periksa dan disetuji oleh manajer atau pengawas. Mengirimkan permintaan barang (*Requisition*) sesuai daftar minimal kepada tiga pemasok (*supplier*), meminta kesediaan mereka, waktu pengiriman dan penetapan harga.

Tantangan yang dihadapi unit sendiri yaitu sering terjadi *Procurement* tidak bisa maksimal mendatangkan bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk diproduksi. Hal ini dikarenakan ada pesaing baru yang membeli bahan baku diatas harga perusahaan sehingga pemasok melirik harga yang lebih mahal dibandingkan dengan harga perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh Mardiyono (2015) mengatakan bahwa setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki pemahaman dan mengerti setiap kondisi ataupun keadaan dipasar, memahami apa yang menjadi keinginan pelanggannya, dan juga perubahaan di lingkungan bisnisnya, hal ini mendorong daya saing perusahaan.

Melakukan pendekatan dengan pemasok (*Supplier*) atau sub-kontraktor yang ada dalam daftar perusahaan sebagai dasar pemilihan berdasarkan kualitas dan

ketersediaan barang, suku cadang atau jasa, keahlian, harga, ketersediaan dan waktu pengiriman serta lokasi pengiriman. Mempersiapkan *"Purchase Order"* atau dokumen yang dibuat untuk menyatakan barang yang benar-benar akan dibeli sesuai dengan harga dan spesifikasi yang disepakati. Kemudian diperiksa silang dan ditandatangani oleh Manajer *Procurement*, Manajer *Technical Fleet*, dan *Tecnical* Direktur. Mengirim *"Payment Voucher"* yang telah disahkan kepada *Accounting Department*.

Kehidupan organisasi yang kondusif adalah dambaan setiap personil dalam sebuah organisasi, baik yang menduduki jabatan sebagai pimpinan maupun sebagai karyawan. Namun untuk menciptakan suasana organisasi yang kondusif tersebut tidaklah mudah untuk diwujudkan, hal itu mengingat bahwa sikap dan perilaku setiap personil dalam organisasi berbeda-beda. Oleh karena itu sudah merupakan hal yang biasa bahwa dalam organisasi terjadi perbedaan-perbedan sikap personil organisasi Arifudin, O. (2020).

Komitmen menjadi salah satu fondasi sekaligus aset berharga yang dimiliki perusahaan. Dimana komitmen sebagai salah satu dasar penentu arah kedepannya perusahaan nanti akan dibawa kemana. Apakah akan dijadikan sebagai perusahaan yang maju dan berkembang atau sebaliknya. Salah satu kunci keberhasilan organisasi di era globalisasi saat ini adalah sejauh mana orang-orang atau warga organisasi secara sinergis mampu berkontribusi positif, baik dalam perencanaan maupun dalam proses pengimplementasian tugas dan tanggung jawab sebagai warga organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Komitmen organisasi tercakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Sedangkan komitmen yang rendah mencerminkan kurangnya rasa tanggung jawab seseorang dalam menjalankan tugasnya (Cahya dkk, 2019).

Tantangan yang dihadapi unit sendiri yaitu kurangnya tanggapan dari pimpinan perusahaan. Ketika ada perencanaan sendiri untuk melakukan pembelian bahan baku serta perubahan harga bahan baku pimpinan perusahaan lama memberi tanggapan

sedangkan keadaan tersebut harus dilakukan secara cepat. Begitu juga dengan pembayaran bahan baku yang kecepatan dan ketepatan pembayaran atas pembelian bahan baku juga belum sesuai target. Sistem pembayaran dilakukan sesuai kesepakatan namun terkadang juga masih terjadi keterlambatan pembayaran sehingga berdampak pada rantai pasokan bahan baku. Dan pemasok akan kurang percaya lagi dengan perusahaan karena tidak komitmen dalam pembayaran. Seperti yang disampaikan oleh (Hadi Gunawan, 2013) Keputusan berarti pilihan *(choice)* yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan pengambilan keputusan, hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan salah, tetapi pilihan tepat setelah dievaluasi dan dipertimbangkan menurut situasi dan kondisi yang ada, dan Intuisi, aspek lainnya dari pengambilan keputusan dengan model *administrative* adalah intuisi. Intuisi (*intuition*) adalah pemahaman yang cepat terhadap situasi genting berdasarkan pengalaman di masa lalu tetapi tanpa pemikiran yang sadar.

Cormick (2019) mengatakan adanya indikasi sikap sebagai suatu kondisi agar yang lebih menunjukkan tingkat perasaan subyektif seseorang terhadap suatu obyek (pekerjaan). Hasilnya adalah penilaian tentang baik buruk obyek tersebut dari sudut pandang tertentu. Ketika perusahaan mulai membentuk budaya organisasi, berarti juga meletakkan kriteria sumber daya manusia dalam posisi strategis melalui para pimpinan puncak atau manajer untuk mengamankan norma perilaku, nilai-nilai dan keyakinan bersama terhadap perusahaan. Sekaligus menjadi suatu alat yang vital bagi manajemen bila ingin mencapai *performance* yang tinggi, yang ada akhirnya tercipta sikap kerja yang positif yang mendorong peningkatan kinerja karyawan dan manajemen, diwujudkan dalam seluruh aktifitas dan kebijakan perusahaan.

Makna pengambilan keputusan adalah kesesuaian tindakan seseorang dalam cara menentukan pilihan keputusan dari sejumlah alternatif tindakan pemimpin secara menyeluruh dengan langkah-langkah dan pertimbangan faktor tertentu dalam era reformasi sekarang ini, yang bertujuan untuk menghasilkan suatu keputusan yang tepat.

Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi tidaklah sewenang-wenang atau tidak rasional karena didasarkan pada pengalaman aktif selama bertahun-tahun yang memungkinkan untuk menentukan solusi dengan cepat tanpa harus melalui perhitungan yang sangat seksama. Dalam lingkungan usaha yang serba cepat kini, intuisi memerankan peran yang makin penting dalam pengambilan keputusan.

Dengan adanya Komitmen Organisasi yang tinggi dari pengambil keputusan akan dapat mempermudah dan memperlancar proses pengambilan keputusan yang searah dengan target dan tujuan organisasi.

Dengan permasalahan yang terjadi diatas PT. Kelola Mina Laut unit Sorong dalam upaya untuk mencarikan solusi untuk membuktikan serta menganalisis variabel dan faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kinerja *procurement*, peneliti melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH PEMASOK DAN PERSEPSI HARGA BAHAN BAKU TERHADAP KINERJA *PROCUREMENT* MELALUI KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PT. KELOLA MINA LAUT".**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas maka diperoleh rumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Pemasok berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement* ?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement* ?
3. Apakah Pemasok berpengaruh secara langsung terhadap Komitmen Organisasi ?
4. Apakah Persepsi Harga Bahan Baku berpengaruh secara langsung terhadap Komitmen Organisasi ?
5. Apakah Komitmen Organisasi berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement* ?

6. Apakah Pemasok berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja *Procurement* melalui Komitmen Organisasi sebagai variabel Intervening ?
7. Apakah Persepsi Harga Bahan Baku berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja *Procurement* melalui Komitmen Organisasi sebagai variabel Intervening ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mampu menganalisis sebagai berikut:

1. Pemasok berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement*
2. Pemasok berpengaruh secara langsung terhadap Komitmen organisasi
3. Persepsi Harga Bahan Baku berpengaruh secara langsung terhadap Komitmen Organisasi
4. Persepsi Harga Bahan Baku berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement*
5. Komitmen Organisasi berpengaruh secara langsung terhadap Kinerja *Procurement*
6. Pemasok berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja *Procurement* melalui Komitmen Organisasi sebagai variabel Intervening
7. Persepsi Harga Bahan Baku berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja *Procurement* melalui Komitmen Organisasi sebagai variabel Intervening

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah kajian, wawasan, dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran di PT. Kelola Mina Laut unit Sorong dalam meningkatkan kinerja *procurement* melalui penguatan manajemen pemasok dan persepsi harga bahan baku sebagai variabel mediasi.

2. Manfaat Akademis

a. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dan diteliti.

b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kinerja pemasaran melalui faktor lain seperti halnya keputusan pembelian, *Supply Chain*.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK