



Analisis Kepuasan Pemasok terhadap Proses Pengadaan Barang dan Jasa serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya di RSUP Dr. Kariadi Semarang

Dian Andriani^{1,2*}, Septo Pawelas Arso³, Mursid Raharjo³

¹Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Administrasi Rumah Sakit (ARS), Universitas Diponegoro Semarang,

²RSUP Dr. Kariadi Semarang, Indonesia

³Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro Semarang, Indonesia

Abstrak

Rumah sakit sebagai institusi pelayanan kesehatan berkomitmen pada keselamatan pasien, pengunjung, dan stafnya. Kebutuhan sarana dan prasarana untuk pelayanan dipenuhi melalui proses pengadaan barang dan jasa. Rumah sakit wajib memberikan kepuasan kepada pemasok dalam kerjasama pengadaan barang dan jasa sebagai pelanggan eksternal rumah sakit. Kepuasan pemasok merupakan hal penting bagi rumah sakit agar pemasok loyal kepada rumah sakit. Loyalitas pemasok dapat dicapai apabila kepuasan pemasok terpenuhi. Tujuan penelitian adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pemasok barang dan jasa di RSUP Dr. Kariadi pada masa non pandemi. Pada masa pandemi proses pengadaan barang dan jasa berjalan dalam kondisi tertentu sehingga tidak bisa mewakili proses pengadaan barang dan jasa pada umumnya. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Jumlah populasi sebanyak 269 pemasok yang pernah bekerja sama dengan RSUP Dr. Kariadi pada tahun 2019. Metode pengambilan sampel secara *proportional random sampling* dengan sampel sebanyak 75 responden berdasarkan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat hubungan signifikan antara kualitas layanan ($P\text{-value} = 0,002$), komunikasi ($P\text{-value} = 0,000$), komitmen ($P\text{-value} = 0,000$), prosedur pengadaan ($P\text{-value} = 0,005$), dan kebijakan pembayaran ($P\text{-value} = 0,000$) dengan kepuasan pemasok. Hasil uji regresi logistik menunjukkan kebijakan pembayaran memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pemasok.

Kata Kunci: Kepuasan pemasok, komitmen, pengadaan barang dan jasa.

Abstract

Hospitals as health care institutions are committed to the safety of patients, visitors, and staff in the hospital environment. Hospitals try to meet the needs of facilities and infrastructure to carry out their operational activities through the process of procuring goods and services. In its interaction with suppliers as external customers, the hospital has an obligation to provide satisfaction in the procurement of goods and services. Supplier satisfaction is important for hospitals so that suppliers are willing to be loyal to the hospital. Supplier loyalty can be achieved if supplier satisfaction can be met. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the satisfaction of suppliers of goods and services at Dr. RSUP. Kariadi during the non-pandemic period. During the pandemic, the process of procurement of goods and services runs under certain conditions so that it cannot represent the process of procurement of goods and services in general. This research uses quantitative research with *cross sectional approach*. The total population is 269 suppliers who have worked with Dr. RSUP. Kariadi in 2019. The results showed that there was a significant relationship between service quality ($P\text{-value} = 0.002$), communication ($P\text{-value} = 0.000$), commitment ($P\text{-value} = 0.000$), procurement procedures ($P\text{-value} = 0.005$), and payment policy ($P\text{-value} = 0.000$) with supplier satisfaction. Logistic regression test results show that payment policy has the greatest influence on supplier satisfaction.

Keywords: Supplier satisfaction, commitment, procurement of goods and services.

Korespondensi*: Dian Andriani, Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Administrasi Rumah Sakit (ARS), Universitas Diponegoro Semarang, RSUP Dr. Kariadi Semarang, Indonesia, E-mail: deeandriani@yahoo.co.id

<https://doi.org/10.33221/jikm.v12i01.1887>

Received : 20 April 2022/ Revised : 2 Desember 2022 / Accepted : 18 Desember 2022

Copyright © 2023, Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat, p-ISSN: 2252-4134, e-ISSN: 2354-8185

Pendahuluan

Rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat.¹ Rumah sakit harus mampu menjawab tantangan strategis yang ada antara lain memenuhi tuntutan sebagai rumah sakit pusat rujukan nasional yang harus diimbangi dengan pemenuhan SDM yang kompeten dalam jumlah yang cukup serta sarana dan prasarana yang memadai.²

Kontinuitas ketersediaan barang farmasi, barang rumah tangga, bahan makanan, peralatan medis dan non-medis sampai dengan jasa pemeliharaan sarana dan prasarana di rumah sakit mutlak dibutuhkan untuk menunjang pelayanan. Dalam rangka mencapai tujuannya sebuah organisasi membutuhkan unsur-unsur manajemen agar menjalankan tugas dan fungsinya. Unsur-unsur manajemen tersebut meliputi *man, money, material, machine*, dan *method*.³ Sebuah rumah sakit membutuhkan sumber daya berupa tenaga kerja, biaya operasional, bahan habis pakai, barang rumah tangga, alat dan mesin yang dalam pemenuhannya dilakukan melalui proses pengadaan barang dan jasa.

Dalam manajemen rantai pasokan terdapat arus barang dan jasa, arus biaya, dan arus informasi dalam proses pengadaan barang dan jasa tersebut. Kegiatan pengadaan barang dan jasa membutuhkan kerjasama yang baik antara organisasi pembeli dengan pemasok terutama jika jumlah pemasoknya sangat terbatas.⁴

Kepuasan kedua belah pihak adalah elemen penting untuk membangun hubungan yang lebih baik. Sedangkan menurut Lawrence dalam penelitian Pamungkas RS sebaiknya memperlakukan pemasoknya sebagai salah satu pelanggan eksternal yang berhak mendapatkan kepuasan atas layanan yang telah diberikan.⁵ Rumah sakit tidak dapat memberikan layanan jasa kepada pasien yang berkualitas jika tidak mengendalikan kualitas barang dan jasa yang diberikan para pemasoknya

dengan kata lain bahwa kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja pemasoknya.⁶

Kepuasan pemasok berperan dalam loyalitasnya terhadap rumah sakit. Loyalitas pemasok dapat dicapai apabila kepuasan pemasok dapat terpenuhi. Digambarkan oleh Benton dan Maloni bahwa terdapat hubungan positif yang bermakna antara hubungan dengan kepuasan.⁷ Hal ini menunjukkan bahwa kualitas hubungan antara rumah sakit dengan pemasok mempunyai pengaruh yang kuat pada kepuasan pemasok.⁷

Penelitian dilakukan terhadap penyedia barang dan jasa yang melakukan kerjasama dengan RSUP Dr. Kariadi pada tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi COVID-19 dengan pertimbangan hasilnya dapat mewakili kondisi normal untuk kegiatan pengadaan barang dan jasa. Pada masa pandemi atau dalam kondisi darurat kegiatan pengadaan barang dan jasa dilakukan dengan mekanisme khusus.⁸ Pengadaan barang dan jasa masa non pandemi menggunakan metode pengadaan langsung dan e-katalog sedangkan selama pandemi pengadaan barang dan jasa dapat dilakukan dengan metode pengadaan langsung, e-katalog dan penunjukan langsung untuk mempercepat pelaksanaannya.⁹

RSUP Dr. Kariadi merupakan salah satu penyelenggara layanan publik dan termasuk satuan kerja penyelenggara pelayanan publik yang berada di lingkungan institusi penyelenggara negara.¹⁰ Pemasok merupakan pelanggan eksternal rumah sakit selain pasien dan pengunjung. RSUP Dr. Kariadi selain sebagai organisasi pembeli dan juga sebagai pemberi pelayanan publik, wajib memberikan kepuasan pelayanan kepada keduanya sesuai standar pelayanan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pemasok barang dan jasa.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian

kuantitatif yaitu menganalisis kepuasan pemasok dan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas layanan, komunikasi, komitmen, prosedur pengadaan, dan kebijakan pembayaran. Populasi penelitian ini adalah pemasok yang bekerjasama dengan RSUP Dr. Kariadi pada tahun 2019 sebanyak 269 pemasok. Besar sampel dihitung menggunakan rumus slovin, dan didapatkan sampel sebesar 75 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *proportional random sampling*, yaitu pengambilan sampel yang memperhatikan pertimbangan unsur-unsur atau kategori di dalam populasi penelitian dengan waktu penelitian pada bulan Nopember 2021.

Variabel penelitian terdiri atas variabel bebas yaitu kualitas layanan, komunikasi, komitmen, prosedur pengadaan, dan kebijakan pembayaran, sedangkan kepuasan pemasok sebagai variabel terikat. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner yang disebarikan secara *online* dan berisi data karakteristik responden dan variabel-variabel penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan editing, koding, skoring dan entri data. Analisis data dilakukan dengan analisa univariat untuk melihat gambaran distribusi frekuensi dan proporsi dari variabel bebas dan variabel terikat. Analisis bivariat menggunakan uji *chi square* ($\alpha = 0,05$) untuk mengetahui hubungan kualitas layanan, komunikasi, komitmen, prosedur pengadaan, dan kebijakan pembayaran terhadap kepuasan pemasok di RSUP Dr. Kariadi.

Analisis multivariat dilakukan dengan uji regresi logistik untuk melihat variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pemasok. Langkah pertama yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisa multivariat yaitu melakukan analisis bivariat yaitu uji hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat sehingga dihasilkan variabel-variabel bebas yang mempunyai hubungan dengan variabel terikat. Kemudian dilakukan analisis terhadap variabel-variabel bebas yang

berhubungan dengan variabel terikat tadi untuk menghasilkan variabel bebas mana yang paling kuat berhubungan dengan variabel terikat. Penentuan variabel yang paling berpengaruh menggunakan nilai eksponensial dari output multivariat.

Hasil

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Kategori	n	%
Lama Kerjasama	<3 tahun	12	16
	4-6 tahun	30	40
Besar Nilai Kontrak	7-10 tahun	12	16
	>10 tahun	21	28
	Rp 10 – 50 juta	16	21
Metode Pengadaan	≥ Rp 50 – 200 juta	37	50
	≥ Rp 200 juta	22	29
Jenis produk	<i>E-purchasing</i>	3	4
	Pengadaan langsung	45	60
	Penunjukan langsung	23	31
Tender		4	5
	Barang	46	62
	Jasa	29	38

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa kebanyakan responden memiliki pengalaman bekerjasama dengan RSUP Dr. Kariadi selama 4-6 tahun (40%), nilai kontrak terbanyak antara ≥ Rp 50 juta – Rp 200 yaitu 50%, metode pengadaan terbanyak yang dilakukan adalah pengadaan langsung (60%) dan jenis produk yang disediakan oleh pemasok adalah barang (62%).

Tabel 2. Analisis Univariat

Variabel	Kategori	n	%
Kualitas Layanan	Tidak Puas	10	13,3
	Puas	65	86,7
Komunikasi	Tidak Puas	7	9,3
	Puas	68	90,7
Komitmen	Tidak Puas	9	12
	Puas	66	88
Prosedur Pengadaan	Tidak Puas	6	8
	Puas	69	92
Kebijakan Pembayaran	Tidak Puas	13	17,3
	Puas	62	82,7
Kepuasan Pemasok	Tidak Puas	13	17,3
	Puas	62	82,7

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 86,7% responden puas dengan kualitas

layanan yang diterima sedangkan 13,3% responden merasa tidak puas dengan kualitas layanan. Meskipun jumlahnya tidak banyak akan tetapi ketidakpuasan responden terhadap kualitas layanan tetap perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen terutama dalam pemenuhan fasilitas ruangan di area Unit Layanan Pengadaan (ULP), penjadwalan penerimaan barang agar tidak terjadi antrian kendaraan yang menurunkan barang, dan memaksimalkan penggunaan teknologi informasi RS untuk mendukung kegiatan pengadaan barang dan jasa terutama untuk pemantauan stok barang agar waktu pengadaan dapat direncanakan dengan baik.

Responden yang merasa puas dengan pernyataan komunikasi sebanyak 90,7% sedangkan 9,3% responden merasa tidak puas dengan komunikasi. Hal ini berarti bahwa komunikasi yang dijalin antara RS dengan pemasok sudah baik namun manajemen dapat melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pemasok dengan mengkomunikasikan perubahan spesifikasi barang dan jasa yang dibutuhkan serta konsistensi informasi pengadaan barang dan jasa melalui perencanaan pengadaan yang lebih baik. Perencanaan pengadaan yang baik mulai identifikasi kebutuhan, penetapan barang dan jasa yang dibutuhkan, cara pengadaan, jadwal pengadaan, dan penganggarannya.¹¹

Hasil analisis univariat pada variabel komitmen adalah sebanyak 88% responden puas dengan komitmen RS dalam proses pengadaan sedangkan 12% responden merasa tidak puas. Manajemen dapat melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pemasok terkait kesempatan pemasok untuk memberikan masukan-masukan dalam proses pengadaan barang dan jasa dengan melakukan koordinasi yang lebih baik untuk menjelaskan dengan baik tentang kebutuhan, keinginan dan permintaannya kepada pemasok sebagai dasar dalam kerjasama yang akan dilakukan. Saling bertukar pengetahuan dan pemahaman akan memudahkan pemasok untuk menyediakan

produk, baik barang ataupun jasa

Sebanyak 92% responden puas dengan pernyataan mengenai proses pengadaan sedangkan 8% responden merasa tidak puas. Meskipun jumlahnya tidak banyak tetapi manajemen perlu memperhatikan ketidakpuasan pemasok terutama yang disebabkan oleh persyaratan pengadaan yang ditetapkan dirasakan menyulitkan pemasok. Melalui optimalisasi teknologi dan informasi, dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam proses pengadaan dapat diinformasikan kepada para pemasok dan diproses secara digital sehingga memudahkan pemasok dalam melengkapi dokumen yang dibutuhkan. Selain itu prosedur pengadaan yang dilakukan oleh RSUP Dr. Kariadi sudah sesuai dengan peraturan pengadaan barang dan jasa yang berlaku bagi instansi pemerintah.

Responden yang puas dengan kebijakan pembayaran sebanyak 82,7% sedangkan 17,3% responden merasa tidak puas. Hal ini perlu mendapat perhatian dari manajemen. RSUP Dr. Kariadi memiliki Standar Prosedur Operasional (SPO) tentang pembayaran kepada rekanan. RS perlu memberikan informasi yang lebih jelas perihal kepastian waktu pembayaran sesuai dengan SPO pengelolaan kas yang berlaku beserta risiko keterlambatan pembayaran yang dapat diakibatkan oleh belum lengkapnya dokumen penagihan dan terkait rencana penarikan dana.

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 82,7% responden puas dengan proses pengadaan yang dilaksanakan sedangkan 17,3% responden merasa tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen harus tetap memelihara hubungan yang baik dengan para pemasok agar mereka bersedia melakukan kerjasama kembali di waktu yang akan datang dan bekerjasama kembali untuk jangka waktu yang panjang dengan memberikan pelayanan yang berkualitas melebihi apa yang diharapkan oleh pemasok. Hal ini penting dilakukan agar pemasok memiliki persepsi positif terhadap kerjasama yang terjalin dan tetap menjadikan RSUP Dr. Kariadi sebagai

Tabel 3. Analisis Bivariat

Variabel	Kategori	Kepuasan Pemasok				P-value	OR
		Tidak Puas		Puas			
		n	%	n	%		
Kualitas Layanan	Kurang Baik	5	50	5	50	0,002	8,286
	Baik	7	11	58	89		
Komunikasi	Kurang Baik	6	100	0	0	0,000	34,239
	Baik	6	8,7	63	91,3		
Komitmen	Kurang Baik	5	62,5	3	37,5	0,000	14,407
	Baik	7	10,4	60	89,6		
Prosedur Pengadaan	Kurang Baik	3	60	2	40	0,005	14,286
	Baik	9	12,9	61	87,1		
Kebijakan Pembayaran	Kurang Baik	10	83,3	2	16,7	0,000	152,500
	Baik	2	3,2	61	96,8		

pelanggan yang mendapatkan prioritas untuk dilayani dalam kondisi darurat sekalipun.¹²

Hasil tabulasi silang pada tabel 3 antara kualitas layanan dengan kepuasan pemasok diketahui bahwa responden yang merasa puas dengan persepsi kualitas layanan baik (89,2%) lebih banyak dibandingkan dengan responden yang merasa tidak puas dengan persepsi kualitas layanan kurang baik (50%). Hasil uji *chi square* diketahui nilai *P-value* = 0,002 < α 0,05, berarti H_0 ditolak yang artinya ada hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pemasok. Nilai OR untuk kualitas layanan sebesar 8,286 berarti pemasok dengan persepsi kualitas layanan baik memiliki peluang 8,286 kali lebih besar menyatakan puas dibandingkan dengan pemasok yang memiliki persepsi kualitas layanan kurang baik.

Responden dengan persepsi komunikasi baik dan merasa puas sebanyak 91,3% sedangkan responden dengan persepsi komunikasi kurang baik dan tidak puas sebanyak 100%. Hasil uji *chi square* dengan *P-value* = 0,000 < α 0,05 berarti H_0 ditolak yang artinya ada hubungan antara komunikasi dengan kepuasan pemasok. Nilai OR untuk komunikasi sebesar 34,239 yang berarti pemasok dengan persepsi komunikasi baik memiliki peluang 34,239 kali lebih besar menyatakan puas dibandingkan dengan pemasok yang memiliki persepsi kurang baik mengenai komunikasi.

Berdasarkan uji hubungan antara komitmen dengan kepuasan pemasok diketahui bahwa pemasok yang puas dengan persepsi komitmen yang baik sebanyak 89,6% sedangkan pemasok yang tidak puas dengan komitmen kurang baik sebanyak 41,7%. Hasil uji *chi square* dengan *P-value* = 0,000 < α 0,05 berarti H_0 ditolak sehingga terdapat hubungan signifikan antara komitmen dengan kepuasan pemasok. Nilai OR untuk komitmen sebesar 14,407 yang berarti pemasok dengan persepsi komitmen baik memiliki peluang kali lebih besar menyatakan puas dibandingkan dengan pemasok yang memiliki persepsi kurang baik mengenai komitmen.

Hasil tabulasi silang antara komitmen dengan kepuasan pemasok diketahui bahwa responden yang memiliki persepsi persepsi prosedur pengadaan yang baik dan merasa puas sebanyak 87,1% sedangkan pemasok dengan persepsi prosedur pengadaan yang kurang baik dan tidak puas sebanyak 60%. Hasil uji *chi square* dengan *P-value* = 0,005 < α 0,05 berarti H_0 ditolak sehingga terdapat hubungan signifikan antara komitmen dengan kepuasan pemasok. Nilai OR untuk komitmen sebesar 14,286 yang berarti pemasok dengan persepsi prosedur pengadaan baik memiliki peluang 14,286 kali lebih besar menyatakan puas dibandingkan dengan pemasok yang memiliki persepsi kurang baik mengenai prosedur pengadaan

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa responden yang merasa puas dengan

persepsi kebijakan pembayaran yang baik sebanyak 96,8% sedangkan responden dengan persepsi kebijakan pembayaran yang kurang baik sebanyak 83,3% merasa tidak puas. Hasil uji chi square dengan $P\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$ berarti H_0 ditolak sehingga terdapat hubungan signifikan antara prosedur pengadaan dengan kepuasan pemasok. Nilai OR untuk komitmen sebesar 152,500 yang berarti pemasok dengan persepsi yang baik mengenai kebijakan

pembayaran memiliki peluang 152,500 kali lebih besar menyatakan puas dibandingkan dengan pemasok yang tidak puas dengan kebijakan pembayaran.

Variabel-variabel bebas yang berhubungan dengan variabel terikat yaitu kualitas layanan, komunikasi, komitmen, prosedur pengadaan, dan kebijakan pembayaran bersama-sama diuji dalam perhitungan uji regresi logistik dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Analisis Multivariat

Model	Variabel	B	Wald	Sig	Exp (B)	95% C.I.for EXP(B)	
						Lower	Upper
Langkah 1	Kualitas Layanan	1,412	0,625	0,429	4,105	0,124	136,007
	Komunikasi	20,032	0,000	0,999	501098547	0,000	
	Komitmen	3,349	4,343	0,037	28,471	1,221	664,120
	Prosedur Pengadaan	1,909	0,802	0,370	6,745	0,104	439,504
	Kebijakan Pembayaran	4,274	9,276	0,002	71,842	4,589	1124,669
Langkah 2	Komunikasi	19,846	0,000	0,999	415893109	0,000	
	Komitmen	3,167	4,396	0,036	23,731	1,229	458,096
	Prosedur Pembayaran	1,637	0,590	0,443	5,139	0,079	335,012
	Kebijakan Pembayaran	4,395	10,459	0,001	81,073	5,650	1163,415
Langkah 3	Komunikasi	19,960	0,000	0,999	465929803	0,000	
	Komitmen	3,033	4,170	0,041	20,765	1,103	381,702
	Kebijakan Pembayaran	4,523	11,424	0,001	92,076	6,686	1268,063
Langkah 4	Komitmen	3,097	4,577	0,032	22,121	1,297	377,398
	Kebijakan Pembayaran	5,257	17,178	0,000	191,981	15,978	2306,723

Hasil langkah ke-4 pada tabel 4 diketahui bahwa dari kelima variabel bebas terdapat dua variabel yang masuk dalam model dengan nilai $P\text{-value} = 0,000$ kurang dari nilai $\sigma=0,05$ yaitu variabel komitmen dan kebijakan pembayaran yang signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok. Pengaruh variabel komitmen terhadap kepuasan pemasok di RSUP Dr. Kariadi ditunjukkan pada nilai Exp (B) : 22,121, $\sigma : 0,032 < \sigma 0,05$, Sedangkan pengaruh variabel kebijakan pembayaran terhadap kepuasan pemasok ditunjukkan pada nilai Exp (B) : 191,981 $\sigma : 0,000 < 0,05$. Kebijakan pembayaran memiliki nilai Exp (B) lebih besar daripada komitmen yang berarti kebijakan pembayaran merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Komitmen sebuah organisasi adalah perilaku dalam bekerja yang tidak terdapat pada deskripsi kerja formal pegawai tetapi jika ditampilkan akan meningkatkan efektivitas dan kelangsungan hidup organisasi sebagaimana disebutkan dalam penelitian Debora.¹³ Dalam konteks pelayanan terhadap pemasok, petugas yang berhubungan langsung dengan pemasok telah menunjukkan kinerjanya dengan baik agar tujuan kerjasama dengan dapat tercapai. Kerjasama yang dibangun antara pihak RSUP Dr. Kariadi dengan para pemasoknya merupakan suatu bentuk hubungan yang saling membutuhkan.

Dalam hal pengadaan barang dan jasa untuk keberlangsungan pelayanan maka RS akan berusaha dengan sungguh-sungguh

agar tujuan utama dari kegiatan pengadaan barang dan jasa dapat berjalan dengan lancar, sesuai dengan regulasi yang berlaku dan menguntungkan baik RS maupun pemasok. Kendala yang terjadi dalam proses pengadaan akan segera diselesaikan oleh RS bersama dengan pemasok sebagai bentuk komitmen RS terhadap keberhasilan kerjasama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lings yang menyatakan bahwa ada hubungan antara komitmen dengan kepuasan pemasok. Komitmen menunjukkan pentingnya hubungan yang baik antara para pembeli dan pemasok untuk melanjutkan melanjutkan kerjasama yang memuaskan kedua belah pihak.¹⁴ Penelitian lain oleh Nurkamil menyatakan bahwa semakin tinggi komitmen pembeli maka kepuasan pemasok juga akan meningkat.¹⁵

Dalam penelitian Essig dinyatakan bahwa kebijakan pembayaran berhubungan dengan kepuasan pemasok. Kebijakan pembayaran meliputi pembayaran tagihan yang tepat waktu, kepuasan dengan skema pembayaran dan kepuasan atas penawaran harga.¹⁶ Saat ini RSUP Dr. Kariadi telah memiliki SPO Pengelolaan Kas Keluar yang digunakan dalam proses pembayaran barang dan jasa. Sebagai instansi pemerintah RSUP Dr. Kariadi menerapkan regulasi yang ditetapkan mengenai pola pengelolaan BLU. Dalam hal pengelolaan kas keluar terdapat kelengkapan dokumen yang diatur dalam peraturan Menteri Keuangan.¹⁷

Beberapa macam dokumen harus dilengkapi oleh pemasok dengan baik dan benar pada setiap kali akan melakukan penagihan. Dokumen-dokumen tersebut antara lain adalah kuitansi pembayaran, surat perintah kerja/kontrak/surat pesanan, berita acara serah terima (BAST), faktur pajak, SSP PPN PPH, fotokopi NPWP dan referensi bank. Ketidakpuasan yang mungkin timbul dari penerapan kebijakan pembayaran ini adalah cukup banyaknya dokumen yang harus dipenuhi tersebut. Kadang-kadang pemasok harus memperbaiki dokumen yang salah dan tidak lengkap sementara kantor pemasok tidak

berlokasi di Semarang. Hal ini dirasakan memakan waktu, tenaga dan biaya.

Perkiraan waktu pembayaran tagihan diatur dalam SPO Pengelolaan Kas Keluar Pengadaan Barang dan Jasa. Apabila tidak terdapat kekurangan pada dokumen penagihan maka dalam waktu 16 hari kerja maka pembayaran barang dan jasa dapat terelaisasi. Namun jika terdapat koreksi atau kekurangan dokumen, maka tidak menutup kemungkinan pembayaran akan melebihi perkiraan waktu yang ada dalam SPO.

Kebijakan pembayaran merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pemasok. Pembayaran yang tepat waktu dengan skema pembayaran yang disepakati kedua belah pihak dapat membuat arus kas pemasok menjadi lancar sehingga terbangun kepercayaan terhadap RS. Pemasok yang dibayar tepat waktu akan lebih tanggap dan lebih membantu. Kesepakatan dalam hal penawaran harga juga mempengaruhi kepuasan pemasok. Oleh sebab itu negosiasi yang menguntungkan kedua belah pihak perlu dilakukan dalam proses pengadaan barang dan jasa sejak awal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan yang dengan kepuasan pemasok di RSUP Dr. Kariadi adalah kualitas layanan, komunikasi, komitmen, prosedur pengadaan, dan kebijakan pembayaran. Berdasarkan hasil uji multivariat dihasilkan bahwa faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan dengan kepuasan pemasok adalah komitmen dan kebijakan pembayaran. Faktor kebijakan pembayaran merupakan faktor yang paling berhubungan dengan kepuasan pemasok.

Saran

Diharapkan manajemen RS dapat mempertahankan kualitas layanan, menjalin komunikasi yang efektif dengan pemasok, menjaga komitmen, tetap berpegang pada prosedur pengadaan yang berlaku, dan melaksanakan kebijakan pembayaran sesuai

dengan SPO yang berlaku dalam rangka mencapai kepuasan pemasok. Evaluasi terhadap layanan pengadaan barang dan jasa hendaknya survey kepuasan pemasok secara rutin untuk mengetahui sebaik apa proses bisnis pengadaan barang dan jasa yang sudah dilakukan untuk menghasilkan kerja sama yang saling memuaskan dengan pemasok.

Manajemen RS hendaknya melakukan evaluasi terhadap layanan pengadaan barang dan jasa menggunakan kuesioner secara rutin untuk mengetahui sebaik apa kinerja yang sudah dilakukan dalam proses pengadaan barang dan jasa untuk menghasilkan kerja sama yang saling memuaskan dengan pemasok. Selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan metode penelitian kualitatif, sehingga dapat digali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pemasok dengan variabel yang diteliti.

Daftar Pustaka

1. Pemerintah Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit. 2009;1.
2. Permenkes. Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 82 tentang sistem manajemen rumah sakit. 2013;(87):1–36.
3. Herujito YM. Dasar Dasar Manajemen - Google Buku [Internet]. 2001. p. 310.
4. Patrucco AS, Luzzini D, Moretto A, Ronchi S. Attraction in buyer–supplier relationships. *Bus Process Manag J*. 2019 Apr 1;25(2):347–67.
5. Pamungkas O. Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Strategi Kemitraan. *Jurnal Bisnis Strategi* [Internet]. 2006 [cited 2020 Feb 1];15(2):47–51. Available from: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14447>
6. Najib MF. Hubungan Pembeli Dan Pemasok: Kerjasama Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan | Najib | *Jurnal Bisnis Strategi* [Internet]. *Jurnal Bisnis Strategi*, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 16, No.1. 2007 [cited 2020 Feb 2]. p. 70. Available from: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14413/11007>
7. Benton WC, Maloni M. The influence of power driven buyer/seller relationships on supply chain satisfaction. *J Oper Manag* [Internet]. 2005 Jan 1 [cited 2020 Apr 24];23(1):1–22. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S027269630400107X>
8. LKPP. Surat Edaran Nomor 3 Tahun 2020 tentang Penjelasan atas Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa dalam Rangka Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). 2020;
9. Sasongko H, Suryawati C dan Rahardjo M. Pengaruh Pengadaan Barang dan Jasa pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Terhadap Kondisi Keuangan Rumah Sakit di RSUP Dr. Kariadi Semarang. *J Ekon Kesehat Indones*. 2021;6(1):38–51.
10. Publik P, Indonesia PR. UU Nomor 25 Tahun 2009 Tentang "Pelayanan Publik". UU Nomor 25 Tahun 2009 Tentang "Pelayanan Publik". 2009;
11. Presiden. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2010 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. *Sekr Negara RI*. 2010;(1):1–139.
12. Uitto A. What is Supplier Experience and Why Should You Care About It. *Supplier Experience Online Magazine*; 2021.
13. Purba DE dan Seniati ANL. Makara Human Behavior Studies in Asia Pengaruh Kepribadian dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior. *Makara, Sos Hum* [Internet]. 2004;8(3):105–11. Available from: <https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia/vol8/iss3/9/>
14. Lings I. Business-To-Business Interpersonal Relationships: The Role Of Professional Distance Anouche Newman, Ian Lings, Sigg Gudergan, University of Technology, Sydney. *Business*. 2005;46–54.
15. Nurkamil Y, Alam AS, dan Nursilah S. Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Kepuasan Supplier Beras Di Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Studi Kasus: Di Perum BULOG Kantor Cabang Cianjur). *AGRITA (AGri)*. 2020;2(2):87.
16. Essig M dan Amann M. Supplier satisfaction: Conceptual basics and explorative findings. *J Purch Supply Manag*. 2009;15(2):103–13.
17. Kementerian Keuangan. PMK no 230 Tahun 2016. 2016;