

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pembelian

a. Definisi Manajemen Pembelian

Manajemen pembelian adalah salah satu kunci dalam aktivitas operasional sebuah usaha, termasuk di dalam lingkup UMKM. Aktivitas ini tidak hanya membeli barang, melainkan juga mencakup tahap-tahap perencanaan, pemilihan pemasok, penentuan jumlah dan waktu pembelian, hingga strategi tawar-menawar harga. (Krajewski et al., 2020) mengatakan bahwa manajemen pembelian merupakan proses strategis untuk memastikan ketersediaan produk atau bahan baku berkualitas, dengan harga terbaik dan waktu yang tepat. Dalam praktik usaha seperti Toko Buah Lena, pengelolaan pembelian yang efisien sangat penting karena keterbatasan modal dan ruang penyimpanan.

(Kotler & Keller, 2016) juga menegaskan pentingnya menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok sebagai bagian dari pembelian yang efektif, serta menjaga kualitas dan konsistensi pasokan. Di Toko Buah Lena, strategi pembelian yang tepat dibutuhkan untuk mengurangi pemborosan, mempertahankan kualitas buah, dan menjaga stabilitas harga jual. Tantangan utamanya terletak pada bagaimana memilih pemasok yang mampu menyediakan pasokan sesuai kebutuhan pasar tanpa menyebabkan kelebihan stok.

b. Peran Manajemen Pembelian dalam UMKM

Manajemen pembelian memiliki peranan penting dalam operasional UMKM karena berhubungan langsung dengan keberlanjutan usaha, efisiensi biaya, dan kepuasan pelanggan (Rumanintya et al., 2024). Dalam konteks UMKM, pembelian yang tidak direncanakan dengan baik dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara permintaan dan ketersediaan produk. Oleh karena itu, strategi pembelian yang tepat menjadi elemen penting dalam mengelola distribusi barang dan menjaga mutu produk.

1) Menjamin Ketersediaan Bahan Baku atau Produk

Manajemen pembelian yang efektif memastikan bahwa UMKM dapat memperoleh bahan baku atau produk secara tepat waktu dan dalam jumlah yang sesuai. Hal ini penting untuk menghindari kekurangan stok yang bisa mengganggu kelangsungan operasional, terutama untuk produk yang bersifat mudah rusak seperti buah-buahan.

2) Menekan Biaya dan Meningkatkan Efisiensi

Melalui pemilihan pemasok yang tepat dan negosiasi harga yang kompetitif, UMKM dapat menekan biaya pengadaan. Efisiensi ini berdampak langsung pada peningkatan margin keuntungan dan kemampuan usaha dalam bersaing di pasar.

3) Menjaga Kualitas Produk

UMKM yang menerapkan manajemen pembelian secara terstruktur dapat menetapkan standar kualitas yang lebih konsisten. Evaluasi berkala terhadap pemasok dan produk yang diterima membantu menjaga mutu barang yang akan dijual ke konsumen.

4) Meningkatkan Daya Saing

Dengan sistem pembelian yang baik, UMKM memiliki kontrol lebih terhadap harga jual dan kualitas barang, sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lain.

5) Mendukung Keberlanjutan Usaha

Dalam konteks rantai pasok, pembelian yang terencana dapat membantu menjaga keberlangsungan usaha. Ini mencakup pengaturan jadwal pembelian, manajemen hubungan dengan pemasok, serta mengurangi risiko ketersediaan barang. Bagi UMKM seperti Toko Buah Lena, fungsi manajemen pembelian menjadi salah satu aktivitas utama yang berpengaruh terhadap pengeluaran, ketersediaan stok, dan mutu barang yang dijual. Strategi pembelian yang tepat dapat membantu menekan biaya operasional, mengurangi tingkat pemborosan (*waste*), dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penyediaan produk yang berkualitas. Ketiadaan perencanaan dalam proses pembelian bisa menimbulkan masalah seperti kelebihan atau kekurangan stok. Kedua kondisi ini berpotensi menurunkan efisiensi operasional. Maka dari itu, penerapan manajemen pembelian yang efisien dapat membantu Toko Buah Lena menjaga kestabilan pasokan, meminimalkan kerugian akibat produk rusak, serta memperbesar margin keuntungan.

c. Faktor-Faktor Pemilihan Pemasok

Pemilihan pemasok merupakan bagian penting dalam strategi manajemen pasok. Menurut (Schulze et al., 2022) beberapa kriteria utama dalam memilih pemasok meliputi harga, kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, serta fleksibilitas dalam menyesuaikan permintaan. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM seperti Toko Buah Lena yang sangat bergantung pada konsistensi dan mutu produk untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor berikut menjadi pertimbangan utama dalam menentukan sumber pasok:

1) Harga beli

Harga merupakan faktor utama yang menentukan daya saing usaha. Pemasok yang menawarkan harga kompetitif dapat membantu pelaku usaha mempertahankan margin keuntungan, terutama di tengah fluktuasi harga pasar. Selain itu, kestabilan harga dari pemasok juga memudahkan pelaku usaha dalam melakukan perencanaan anggaran dan strategi penetapan harga jual.

2) Kualitas Produk

Produk dengan kualitas baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi potensi kerugian akibat produk yang rusak atau tidak layak jual. Oleh karena itu, pemasok harus mampu menyediakan buah yang segar, tidak cacat, serta memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan oleh toko.

3) Ketepatan Waktu Pengiriman

Pemasok yang memiliki komitmen terhadap waktu pengiriman sangat penting dalam menjaga kelancaran operasional. Ketepatan waktu pengiriman akan memastikan ketersediaan stok tetap terjaga, menghindari kekosongan produk, serta mencegah pembelian dadakan dengan harga lebih tinggi yang berpotensi mengganggu stabilitas keuangan usaha.

4) Fleksibilitas

Fleksibilitas merujuk pada kemampuan pemasok dalam menyesuaikan volume dan jenis produk sesuai kebutuhan toko, terutama pada masa permintaan tinggi atau saat terjadi perubahan mendadak. Pemasok yang fleksibel akan memberikan nilai tambah karena dapat membantu UMKM merespons dinamika pasar secara lebih adaptif dan efisien.

2.2 Sumber Pasok dan Rantai Pasok

a. Definisi Sumber Pasok dan Rantai Pasok

Sumber pasok merupakan tahap awal dari proses pengadaan barang yang menentukan ketersediaan, kualitas, dan harga produk yang akan dijual oleh pelaku usaha. Dalam konteks UMKM seperti Toko Buah Lena, pemilihan sumber pasok sangat menentukan kualitas dan harga produk yang ditawarkan ke pelanggan. (Chopra & Meindl, 2016) menjelaskan bahwa rantai pasok merupakan jaringan yang melibatkan seluruh pihak dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan dari pemasok bahan baku, produsen, hingga konsumen akhir. Rantai pasok merupakan kegiatan mendistribusikan produk, efisiensi rantai pasok sangat bergantung pada efektivitas dalam memilih sumber pasok. Pada Toko Buah Lena, rantai pasok dimulai dari petani lokal, pasar grosir, hingga distributor. Perbedaan sumber pasok ini dapat memengaruhi kualitas, harga, serta tingkat pemborosan buah yang terjadi

b. Jenis-Jenis Sumber Pasok pada UMKM

UMKM seperti Toko Buah Lena memiliki beberapa pilihan sumber pasok, meskipun keterbatasan modal dan lokasi menjadi tantangan tersendiri. Berikut jenis-jenis sumber pasok yang umum digunakan:

1. Pasar Grosir

Pasar grosir merupakan salah satu pilihan utama bagi pelaku UMKM dalam memenuhi kebutuhan pasokan buah, karena menyediakan beragam jenis buah dalam jumlah besar dengan harga yang relatif terjangkau. Meskipun demikian, kelemahan

utama dari sumber ini adalah keterbatasan dalam menjaga kualitas produk. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perantara yang dilalui buah sebelum sampai ke tangan pedagang eceran, sehingga meningkatkan risiko penurunan mutu.

2. Petani Lokal

Pembelian secara langsung dari petani lokal dapat memberikan keuntungan berupa kesegaran buah yang lebih terjaga serta harga yang lebih kompetitif karena tidak melibatkan perantara. Namun demikian, pasokan dari petani lokal cenderung terbatas dan sangat dipengaruhi oleh faktor musiman, kondisi cuaca, serta letak geografis yang dapat menghambat konsistensi distribusi

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Rantai Pasok

Menurut (Santoso 2023), efisiensi dalam rantai pasok sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling berkaitan dan berkontribusi terhadap kelancaran distribusi barang hingga ke tangan konsumen akhir. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Ketersediaan Pasokan yang Konsisten

Konsistensi pasokan menjadi salah satu aspek penting dalam menjamin kelangsungan operasional usaha. Bagi pelaku usaha seperti Toko Buah Lena, pasokan yang stabil memungkinkan pengisian stok dilakukan secara terencana dan berkesinambungan. Ketersediaan barang yang terjaga dapat mencegah terjadinya kekosongan produk, yang jika berlangsung secara berulang dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

2. Jarak dan Waktu Pengiriman

Faktor geografis memiliki peranan penting dalam menentukan efisiensi distribusi barang. Semakin dekat lokasi pemasok dengan lokasi usaha, maka waktu pengiriman akan semakin singkat. Kondisi ini tidak hanya mempercepat proses pemenuhan stok, tetapi juga meminimalkan risiko kerusakan produk selama pengiriman, khususnya untuk komoditas segar seperti buah-buahan. Selain itu, jarak yang lebih pendek dapat menekan biaya logistik, sehingga mendukung efisiensi biaya operasional dan mengurangi potensi pemborosan.

3. Kualitas Produk dari Sumber Pasok

Kualitas produk sangat ditentukan oleh manajemen pascapanen yang diterapkan oleh pemasok. Sumber pasok yang mampu menjaga mutu dan kesegaran buah sejak panen hingga pengiriman, cenderung menghasilkan produk dengan daya simpan yang lebih lama dan tingkat kerusakan yang lebih rendah. Bagi UMKM seperti Toko Buah Lena, menjaga kualitas produk sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha di pasar.

4. Kemudahan komunikasi dan kerja sama

Hubungan yang baik antara pelaku usaha dan pemasok sangat penting dalam kelancaran rantai pasok. Komunikasi yang terbuka dan responsif akan mempermudah koordinasi terkait jumlah pemesanan, waktu pengiriman, serta penyelesaian jika terjadi kendala dalam distribusi. Kerja sama jangka panjang dengan kepercayaan dan komitmen dapat meningkatkan fleksibilitas dalam pengadaan, sekaligus menjaga stabilitas pasokan di tengah dinamika permintaan pasar.

2.3 Harga

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan manajemen operasional karena berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks perdagangan buah, harga tidak hanya mencerminkan nilai barang, tetapi juga menjadi hasil akhir dari proses akumulasi biaya, mulai dari pengadaan bahan, pemilihan pemasok, pengelolaan stok, hingga distribusi ke konsumen. Penetapan harga yang tepat menjadi kunci dalam menjaga margin keuntungan, menghindari pemborosan (*waste*), serta mempertahankan persepsi kualitas dari konsumen terutama pada produk segar seperti buah-buahan.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga buah, mencakup aspek permintaan dan penawaran, biaya produksi, serta faktor eksternal seperti cuaca (Wulandari et al., 2021):

2. Biaya Produksi dan Distribusi

Semakin besar biaya yang dikeluarkan dalam proses pengadaan dan distribusi buah, maka semakin tinggi pula harga jual yang harus ditetapkan untuk menutup biaya operasional dan memperoleh margin keuntungan yang optimal. Biaya ini mencakup pembelian dari pemasok, transportasi, serta penanganan pascapanen yang memengaruhi efisiensi distribusi.

3. Persaingan Pasar

Tingkat persaingan antar pelaku usaha di sektor perdagangan buah menjadi salah satu faktor yang signifikan dalam penetapan harga. Untuk tetap kompetitif, pelaku usaha harus menetapkan harga yang tidak hanya menarik bagi konsumen, tetapi juga mampu menjaga kestabilan margin keuntungan. Dalam kondisi pasar yang padat, strategi harga yang tepat dapat menjadi keunggulan bersaing yang menentukan.

4. Permintaan

Tingginya permintaan terhadap buah tertentu, terutama pada musim-musim tertentu atau saat tren konsumsi meningkat, dapat mendorong kenaikan harga. Keterbatasan pasokan dalam

kondisi permintaan tinggi membuat konsumen cenderung bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk yang tersedia dalam jumlah terbatas.

5. Penawaran

Sebaliknya, apabila terjadi kelebihan pasokan di tengah permintaan yang rendah, maka harga cenderung mengalami penurunan. Penyesuaian harga menjadi strategi yang umum diterapkan untuk mempercepat perputaran produk dan mencegah kerugian akibat pembusukan, khususnya pada komoditas buah yang memiliki daya simpan terbatas.

6. Musim dan Cuaca

Musim panen dan kondisi cuaca secara langsung memengaruhi ketersediaan produk pertanian seperti buah-buahan. Cuaca ekstrem, seperti hujan berkepanjangan atau kekeringan, dapat menurunkan hasil panen dan kualitas buah, yang pada akhirnya berdampak pada fluktuasi harga di pasar. Oleh karena itu, stabilitas pasokan musiman menjadi tantangan tersendiri dalam menentukan harga jual.

2.4 Kualitas

Kualitas merupakan elemen krusial dalam manajemen produk dan pelayanan, terutama dalam bisnis yang menjual barang konsumsi seperti buah segar. Dalam manajemen operasional, kualitas menjadi indikator keberhasilan rantai pasok dari pemilihan pemasok, penyimpanan, hingga ke tangan konsumen. Menurut (Garvin, 1987) kualitas produk ditentukan oleh beberapa dimensi utama, di antaranya daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*), dan estetika (*aesthetics*). Ketiga aspek ini sangat relevan dalam konteks perdagangan buah, terutama bagi pelaku UMKM seperti Toko Buah Lena yang perlu menjaga mutu produk hingga sampai ke tangan konsumen.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Buah

1. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan merupakan kemampuan produk untuk bertahan dalam jangka waktu tertentu tanpa mengalami penurunan mutu. Dalam konteks buah-buahan, daya tahan mengacu pada masa simpan produk pasca panen apakah buah dapat tetap layak konsumsi dalam periode distribusi dan penjualan, atau justru cepat mengalami pembusukan. Buah dengan masa simpan yang lebih lama cenderung memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena meminimalisasi potensi kerugian akibat kerusakan produk.

2. Keandalan (*Reliability*)

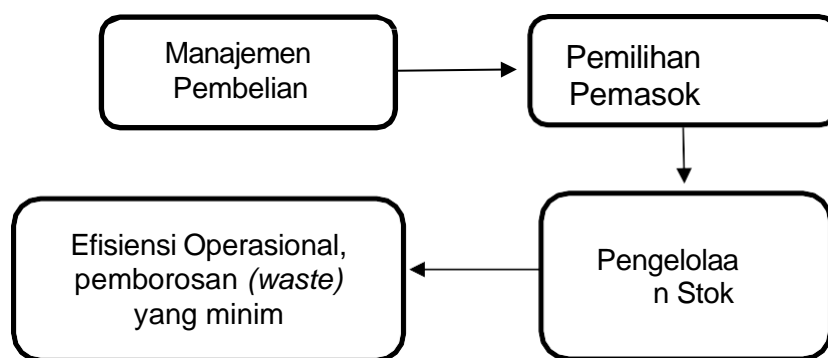
Keandalan berkaitan dengan konsistensi kualitas produk selama proses penyimpanan, distribusi, hingga sampai ke tangan konsumen. Pada buah-buahan, keandalan mencerminkan kestabilan atribut seperti rasa, tekstur, dan tingkat kesegaran. Produk yang dapat mempertahankan standar mutu tersebut dalam berbagai kondisi penyimpanan akan lebih mampu memenuhi ekspektasi konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

3. Estetika (*Aesthetics*)

Estetika merujuk pada aspek visual produk, seperti warna, bentuk, ukuran, dan penampilan keseluruhan. Dalam industri perdagangan buah, tampilan yang menarik merupakan salah satu determinan utama dalam keputusan pembelian konsumen. Buah dengan warna cerah, ukuran seragam, dan permukaan yang mulus lebih disukai karena memberikan kesan kualitas dan kesegaran, sekalipun belum dilakukan pengecekan secara fisik.

2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menjelaskan bahwa efektivitas manajemen pembelian dan pemilihan sumber pasok buah berpengaruh langsung terhadap efisiensi operasional Toko Buah Lena. Pemilihan pemasok yang tepat membantu menjamin kualitas dan ketersediaan produk, serta mendukung pengelolaan stok yang optimal. Sebaliknya, pemasok yang tidak sesuai dapat menyebabkan ketidakteraturan pasokan, peningkatan produk rusak, dan pemborosan (*waste*). Dengan manajemen pembelian yang terencana, toko dapat menekan biaya operasional dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Sumber :

Data Primer (diolah kembali,2025)

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Nurita et al. (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Buah Potong di Indomaret Leuwimunding	Kualitas produk, harga, keputusan pembelian	Kuantitatif	Kualitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian
Prasetyo & Widiastuti (2022)	Pengaruh Manajemen Rantai Pasok terhadap Efisiensi UMKM	Manajemen Pembelian, Efisiensi operasional	Kuantitatif	Strategi pembelian yang tepat dapat menurunkan pemborosan hingga 20% Mendukung pentingnya evaluasi pemasok dan strategi pembelian
Wibowo & Kusuma (2022)	Sistem Pengadaan Pangan di UMKM: Tantangan dan Solusi	Sistem pembelian, Kualitas produk dan Fluktuasi harga	Kualitatif deskriptif	Ketidakteraturan pembelian menyebabkan fluktuasi harga dan mutu produk Pentingnya perencanaan pembelian dan sistem evaluasi pemasok

Rahmawati (2022)	Pengaruh Stabilitas Pasokan terhadap Harga Produk	Stabilitas pasokan, Harga jual produk	Kuantitatif	Ketidakstabilan pasokan menyebabkan kerugian hingga 25% akibat
---------------------	---------------------------------------------------	---------------------------------------	-------------	----------------------------------------------------------------

				pembusukan produk
Santoso & Wijaya (2023)	Evaluasi Pemilihan Pemasok dalam Menekan Produk Cacat pada Toko Buah Modern	Pemilihan pemasok, Jumlah produk cacat/kualitas produk	Kualitatif	Pemilihan pemasok yang baik dapat menurunkan produk cacat hingga di bawah 10% Sesuai dengan fokus pada kualitas dan pemilihan sumber buah

Berdasarkan Tabel 2.1 mengenai penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian menekankan pentingnya strategi pembelian, kualitas produk, dan manajemen pasokan dalam memengaruhi efisiensi maupun keputusan konsumen. Penelitian (Nurita et al. 2023) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, yang berarti toko buah perlu menjaga mutu sekaligus mempertimbangkan daya beli pelanggan.

(Prasetyo & Widiastuti 2022) menemukan bahwa strategi manajemen rantai pasok yang baik mampu menekan pemborosan hingga 20%. Hal ini memperkuat pentingnya evaluasi pemasok dan pengaturan strategi pembelian untuk menjaga efisiensi operasional. Temuan serupa juga disampaikan oleh (Wibowo & Kusuma 2022) yang menyoroti bahwa ketidakteraturan dalam pembelian menyebabkan fluktuasi harga dan kualitas produk. Oleh karena itu, perencanaan pembelian serta evaluasi pemasok sangat diperlukan agar stabilitas harga dan mutu dapat terjaga.

(Rahmawati 2022) menegaskan bahwa stabilitas pasokan memiliki peran besar terhadap harga jual produk, di mana ketidakstabilan bisa menyebabkan kerugian hingga 25% akibat pembusukan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan stok dan pasokan merupakan faktor krusial bagi keberlangsungan usaha. Selain itu, (Santoso & Wijaya 2023) menekankan bahwa pemilihan pemasok yang tepat mampu menurunkan jumlah produk cacat hingga di bawah 10%. Dengan demikian, seleksi pemasok tidak hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga mengurangi risiko kerugian.