

KEY PERFORMANCE INDICATOR DALAM MENENTUKAN MITRA PADA PROSES PENGADAAN BARANG/JASA DI PT. TELKOM INDONESIA DIVISI REGIONAL III JAWA BARAT

Syifa Aulia Hafsa¹, Shafa Annisa Pribadi², Rani Sukmadewi³, Tetty Herawati⁴

^{1,2,3,4}Program Sarjana Terapan Bisnis Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Padjadjaran

Email: ¹syifa20015@mail.unpad.ac.id, ²shafa20008@mail.unpad.ac.id,
³rani.sukmadewi@unpad.ac.id, ⁴tetty@unpad.ac.id

Submitted: 12-12-2022; Accepted: 20-11-2022; Published : 21-11-2022

ABSTRAK

Key Performance Indicator merupakan serangkaian proses yang tertuju pada aspek-aspek kinerja pada suatu organisasi yang bertujuan untuk keberhasilan masa depan organisasi. Dalam melaksanakan kegiatan pengadaan barang, terdapat empat metode yang digunakan oleh PT. Telkom DIVRE III Jawa Barat, yaitu; pelelangan, pemilihan langsung, penunjukan langsung, dan pembelian langsung. Metode penunjukan langsung dan pembelian langsung, merupakan metode pengadaan barang yang dilakukan dengan pemilihan secara langsung kepada Mitra tanpa melalui proses seleksi menggunakan pemilihan langsung. Sedangkan metode pelelangan dan pemilihan langsung, dilakukan dengan cara menyeleksi calon-calon Mitra penyedia barang/jasa, pemilihan tersebut diawali dengan membuka kesempatan bagi penyedia-penyedia barang/jasa untuk melakukan presentasi yang dimana nantinya PT. Telkom Regional III Jawa Barat memilih Mitra terbaik berdasarkan dengan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan pengadaan. PT. Telkom Regional III Jawa Barat memilih Mitra terbaik berdasarkan dengan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan pengadaan. Dalam proses pemilihan Mitra tersebut, terdapat *Key Performance Indicator* yang digunakan oleh PT. Telkom DIVREE III Jawa Barat guna menentukan pemenang Mitra penyedia barang dan/atau jasa.

Kata kunci: Pengadaan Barang, Pemilihan Mitra, Indikator Kinerja Utama

ABSTRACT

Key Performance Indicator is a series of processes that are focused on the performance aspects of an organization that aims for the future success of the organization. In carrying out goods procurement activities, there are four methods used by PT. Telkom Regional III West Java, namely; auctions, direct selection, direct appointment, and direct purchase. The method of direct appointment and direct purchase is a method of selecting the procurement of goods which is carried out directly to Partners without going through an auction or selection process using direct election. While the auction method and direct selection are carried out by selecting prospective partners providing goods/services, the selection begins with opening opportunities for providers of goods/services to make presentations where later PT. Telkom Regional III West Java chooses the best partners based on criteria that suit procurement needs. PT. Telkom Regional III West Java chooses the best partners based on criteria that suit procurement needs. In the partner selection process, there is a *Key Performance Indicator* used by PT. Telkom Regional III West Java to determine the winner of goods and/or service provider Partners.

Key word: Procurement, Partner Selection, Key Performance Indicator

PENDAHULUAN

Pengadaan barang dan jasa merupakan proses yang melibatkan berbagai pihak terkait, dan oleh karena itu, perlu adanya etika, norma, serta prinsip-prinsip yang mengatur dan menjadi dasar dalam penetapan kebijakan terkait pengadaan barang dan jasa. Pada hakikatnya, pengadaan barang dan jasa merupakan usaha dari pihak pengguna untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan dengan menggunakan metode dan proses tertentu, yang bertujuan untuk mencapai kesepakatan terkait harga, waktu, dan persyaratan lainnya. Untuk memastikan bahwa pengadaan barang dan jasa dilakukan dengan sebaik-baiknya, baik pihak pengguna maupun penyedia harus selalu mengacu pada pedoman pengadaan barang dan jasa. Banyaknya korupsi yang umum terjadi dalam pengadaan barang dan jasa secara konvensional menunjukkan bahwa tingkat transparansi dan akuntabilitas pemerintah masih rendah, dan sistem pencegahan korupsi yang efektif belum berjalan dengan baik untuk mengurangi kemungkinan praktik korupsi (Adrian Sutedi, 2010:138-139).

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang memberikan layanan berupa teknologi informasi dan komunikasi serta jaringan telekomunikasi. PT. Telekomunikasi Indonesia berdiri sejak tanggal 6 Juli 1965 dan saat ini Telkom adalah salah satu saham yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia dan dikendalikan oleh BUMN, kepemilikan saham dibagi rata antara pemerintah dan publik, dengan 52,09% saham dimiliki oleh pemerintah dan 47,91% dikuasai oleh publik. Dalam menjalankan fungsi operasional perusahaan, dibutuhkan kegiatan logistik demi menunjang pengoptimalan kerja perusahaan. Proses dilakukannya kegiatan operasional pada PT. Telkom Regional III Jawa Barat, dilakukan oleh Unit *General Affair* yang memiliki tugas dan bertanggung jawab dalam melakukan efektivitas pelaksanaan fungsi operasional pada area wilayah operasi Divisi Regional III Jawa Barat, sehingga dapat dipastikan bahwa segala kebutuhan fasilitas penyelenggaraan operasional pada Divisi Regional III Jawa Barat dapat dipenuhi dan dilaksanakan dengan

lancar, serta dilindungi dengan aspek *legal & compliance* yang memadai, sehingga proses pengadaan barang dan jasa pada PT. Telkom Indonesia dapat dilaksanakan dengan efisien, dan administrasi yang tertib.

Dalam Pedoman Pelaksanaan Pengadaan memberikan petunjuk rinci tentang bagaimana melakukan pengadaan, yang merupakan kegiatan penting untuk mendapatkan barang dan/atau jasa dari TELKOM. Proses ini dimulai dengan perencanaan dan diakhiri dengan penyerahan hasil pekerjaan. Di dalam pengadaan memerlukan dokumen pengadaan dan dokumen penawaran yang dimana dokumen-dokumen tersebut akan diproses terkait pengadaan mulai dari dokumen permintaan pengadaan dari unit pemilik program sampai dengan dokumen yang terkait dengan penyelesaian pekerjaan dan disampaikan oleh MITRA kepada TELKOM dalam rangka kegiatan pengadaan. Mitra merupakan badan usaha yang kegiatan usahanya yang menyediakan Barang atau Jasa.

Secara umum, terdapat lima *Key Performance Indicator* (KPI) pada proses pengadaan barang dan/atau jasa yang telah tercantum pada Perpres 16/2018 Pasal 4 huruf a, bahwa pada prosesnya, menghasilkan barang/jasa yang tepat dari setiap biaya perusahaan yang telah dianggarkan oleh perusahaan dapat diukur dari berbagai aspek seperti biaya, kualitas, waktu, jumlah, kualitas, lokasi, dan penyedia.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu dengan menuliskan suatu rumusan masalah yang menjadi topik pembahasan dengan melihat situasi sosial yang diteliti secara menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebutuhan proses pengadaan barang yang dilakukan pada PT. Telkom dipenuhi oleh berbagai pihak seperti Mitra penyedia barang dan/atau jasa. Mitra merupakan suatu yang kegiatan usahanya menyediakan Barang dan/atau Jasa. Pengadaan barang dan/atau jasa mempunyai peran yang penting dalam suatu perusahaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan operasional pada perusahaan tersebut. Pemilihan Mitra penyedia barang dan jasa

perlu dilakukan dengan pemilihan yang tepat agar mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan dengan harga yang sesuai, kualitas baik, layanan yang baik, serta kualitas terbaik yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan. PT. Telkom memperhatikan kejujuran dan keadilan dalam melakukan proses pengadaan barang dan/atau jasa, terlebih pada saat menentukan Mitra penyedia barang dan/atau jasa, karena jika proses pengadaan barang dan/atau jasa tidak dilakukan dengan tepat maka akan mengakibatkan pemborosan terhadap anggaran/biaya perusahaan hingga terseret masalah hukum.

Dalam melaksanakan kegiatan pengadaan barang, terdapat empat metode yang digunakan oleh PT. Telkom DIVRE III Jawa Barat, yaitu; pemilihan langsung, pelelangan, pembelian langsung dan penunjukan langsung. Metode penunjukan

langsung dan pembelian langsung, merupakan metode yang dilakukan dengan menunjuk Mitra secara langsung tanpa melalui penyeleksian. Sedangkan metode pelelangan dan pemilihan langsung, dilakukan dengan cara menyeleksi calon-calon Mitra penyedia barang/jasa, pemilihan tersebut diawali dengan membuka kesempatan bagi penyedia-penyedia barang/jasa untuk melakukan presentasi yang dimana nantinya PT. Telkom Regional III Jawa Barat memilih Mitra terbaik berdasarkan dengan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan pengadaan. Dalam proses pemilihan Mitra tersebut, terdapat indikator penilaian yang telah ditetapkan oleh PT. Telkom Regional III Jawa Barat guna menentukan pemenang Mitra penyedia barang dan/atau jasa:

Tabel 1. Analisis *Key Performance Indicator*

KPI	Detail KPI	Deskripsi	Keterangan
Efisiensi	Efisiensi biaya	Optimalisasi dalam menggunakan biaya pada kegiatan pengadaan barang dan/atau jasa	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk menentukan tingkat efisiensi penggunaan biaya oleh Mitra penyedia barang dan/atau jasa
	Efisiensi waktu	Optimalisasi pemakaian waktu	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk menentukan tingkat efisiensi waktu pengerjaan oleh penyedia barang dan atau/jasa
Efektivitas	Efektivitas harga barang	Ketepatan dalam menentukan harga barang	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk menentukan harga barang oleh Mitra penyedia barang dan/atau jasa dengan tepat
	Efektivitas spesifikasi dan kualitas barang	Ketepatan kualitas serta spesifikasi barang	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk melihat dan menentukan

Key Performance Indicator dalam Menentukan Mitra Pada PT. Telkom Indonesia Divisi Regional III Jawa Barat (Syifa Aulia Hafsa, Shafa Annisa Pribadi, Rani Sukmadewi, Tetty Herawati)

		dan/atau jasa yang disediakan	spesifikasi dan kualitas barang yang paling sesuai
	Efektivitas waktu dan pengiriman barang	Ketepatan waktu pada saat pengiriman barang yang telah dipesan	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk menentukan ketepatan waktu pengadaan barang dan/atau jasa
	Efektivitas paket pekerjaan	Ketepatan dalam pengerjaan paket pekerjaan	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk melihat ketepatan pemenuhan paket pekerjaan yang di berikan oleh Mitra penyedia barang dan/atau jasa
Kompetitif	Persaingan antar Mitra penyedia barang dan/atau jasa	Ketepatan pemilihan mitra	Digunakan sebagai KPI sebagai prosedur dan ketentuan yang jelas dan transparan.
Kualitas	Kualitas barang	Ketepatan kualitas barang yang disediakan oleh Mitra penyedia barang dan/atau jasa	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk melihat kualitas barang yang diberikan oleh Mitra penyedia barang dan/atau jasa
Biaya	Preferensi harga	Ketepatan penyesuaian harga	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> karena digunakan untuk menentukan penyesuaian harga terhadap harga penawaran
	Penentuan harga barang	Ketepatan dalam menentukan harga barang dan/atau jasa	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> karena dapat digunakan dalam menentukan harga yang tepat dan wajar untuk memilih Mitra
Pengiriman	Ketepatan dan kecepatan waktu dan pengiriman barang	Ketepatan dan kecepatan waktu pengiriman barang yang dipesan	Digunakan sebagai <i>Key Performance Indicator</i> untuk menentukan ketepatan dan kecepatan waktu pengadaan barang
Pelayanan	Pengoptimalan pelayanan	Ketepatan pelayanan semaksimal mungkin guna memberikan pelayanan terbaik	Digunakan sebagai KPI karena digunakan untuk penyesuaian pelayanan

SIMPULAN

Penyusunan KPI dapat digunakan sebagai indikator dalam memilih Mitra Penyedia barang dan/atau jasa. Selain itu, KPI juga dapat digunakan sebagai alat untuk proses pengendalian kontrak, penilaian Mitra penyedia barang dan/atau jasa serta menentukan Mitra terbaik dalam pelaksanaan kegiatan pengadaan barang dan jasa. Hal ini tentu dilakukan dan dilaksanakan dengan cara bertahap yang bertujuan untuk memastikan pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan tujuan pengadaan yang telah ditetapkan sejak awal guna menunjang sasaran dari organisasi. Metode evaluasi yang digunakan dalam pengambilan keputusan Pengadaan Barang dan/atau Jasa pada PT. Telkom Indonesia mengacu kepada prinsip *Quality, Cost, Delivery*, dan *Service* yaitu tepat mutu, tepat serta harga yang wajar, tepat waktu penyerahan, dan tepat layanan yang dilakukan dengan semaksimal mungkin demi tercapainya efisiensi dan efektivitas pada proses pengadaan barang dan jasa di PT. Telekomunikasi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, S., Maarif, M. S., & Najib, M. (2017). Determination of key performance indicator with balanced scorecard approach in public sector. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(2), 290–300. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2017.015.02.13>
- Blantianus Novi, & Usman, U. (2021). Penetapan Harga Jual Dalam meningkatkan Keputusan Konsumen terhadap keputusan pembelian. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 107–112. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v3i2.318>
- Parmenter, D. (2019). Key performance indicators. <https://doi.org/10.1002/9781119620785>
- Marpaung, L. A., Prasetyawati, S. E., & Budihardjo, B. (2021). Analisis proses Pengadaan Barang Dan Jasa berdasarkan perpres no. 54 Tahun 2010 Tentang Pengadaan Barang Dan Jasa. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gtv4c>
- Syandri Pratama, R. (2022). Implementasi Change Management Pada unit Kerja Pengadaan Barang/jasa. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa*, 1(1), 29–39. <https://doi.org/10.55961/jpbj.v1i1.10>
- Rakhman, A. A. (2022). Pengembangan Konsep formulasi Dokumen Perencanaan Pengadaan Barang/jasa pemerintah. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa*, 1(1), 40–52. <https://doi.org/10.55961/jpbj.v1i1.12>
- Yusuf, P. S. (2022). Proposed business strategy for indihome case study: PT telkom indonesia tbk. *International Journal of Current Science Research and Review*, 05(01). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v5-i1-24>
- Rokhim, M. (2017). Penentuan Key Performance Indicator Dengan Metode Balanced Scorecard. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 168–175. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.168-175>
- Kristianto, A. (2022). Negosiasi Harga e-Purchasing katalog dalam Pengadaan Barang/jasa pemerintah. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa*, 1(1), 53–60. <https://doi.org/10.55961/jpbj.v1i1.14>
- Pavitra, A. (2020). Indikator Keberhasilan kinerja perusahaan. <https://doi.org/10.31219/osf.io/75mzv>