

ABSTRAKSI

PT Telkomsel merupakan pemimpin operator penyedia jasa layanan telekomunikasi selular di Indonesia yang sekarang ini tidak hanya memperhatikan kepada kastemer (*customer centric*), tetapi memperhatikan juga kepada supplier (*supplier centric*). Pihak supplier mempunyai peran yang khusus dan strategis dalam mempertahankan kelangsungan bisnis diantara keduanya. Oleh sebab itu diperlukan kesinambungan relasi yang baik dan terlihat pada pengadaan barang.

Pengadaan barang merupakan suatu kegiatan dalam perusahaan yang cukup menyerap biaya besar sekitar 20% sampai 30% dari total keseluruhan belanja perusahaan setiap tahunnya. Oleh karena itu diperlukan cara agar mendapatkan pengadaan barang yang efektif. Penggunaan metode *Supply Positioning Model* merupakan salah satu cara untuk mendapatkan pengadaan barang yang efektif dan dapat membangun keunggulan kompetitif sehingga akan mengurangi resiko dan biaya dari pengadaan barang tersebut.

Pengadaan barang yang terjadi periode 2006 (Januari-Desember) di Sub Direktorat Network Operation PT Telkomsel didapatkan 41 barang dengan total pembelanjaan adalah \$831.315. Dengan menggunakan metode *Supply Positioning Model*, maka didapatkan 4 (empat) kuadran yaitu routine sebanyak 24 barang, leverage sebanyak 4 barang, bottleneck sebanyak 7 barang dan critical sebanyak 6 barang. Dari hasil tersebut maka dapat mendesain supplier relationship untuk mendapatkan kesinambungan relasi yang baik. Hasil dari desain supplier relationship adalah strategi pengadaan barang dan isi kontrak yang sesuai berdasarkan metode *Supply Positioning Model*. Adapun isi kontrak yang sesuai adalah Identifikasi Pihak, Deskripsi Barang, Durasi Waktu, Volume Barang, Harga Kontrak, Penentuan Harga Kontrak, Pengiriman Barang, Pemeriksaan dan Tes Barang, Cara Pembayaran, Pertanggungjawaban untuk Delay Pengiriman Barang, Batas waktu dari pertanggungjawaban barang yang tidak dikirim, Klaim Barang, Force Majeure, Hukum yang Berlaku, Resolusi Perdebatan, Pergantian Supplier, Penugasan, Asuransi, Jaminan Klaim, dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

Dari desain supplier relationship ini dapat dijadikan sebagai rekomendasi bagi PT Telkomsel untuk meningkatkan kualitas dan kompetitif supplier.

Kata Kunci : *supply positioning model*, pengadaan barang, *routine*, *leverage*, *bottleneck*, *critical*.