

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

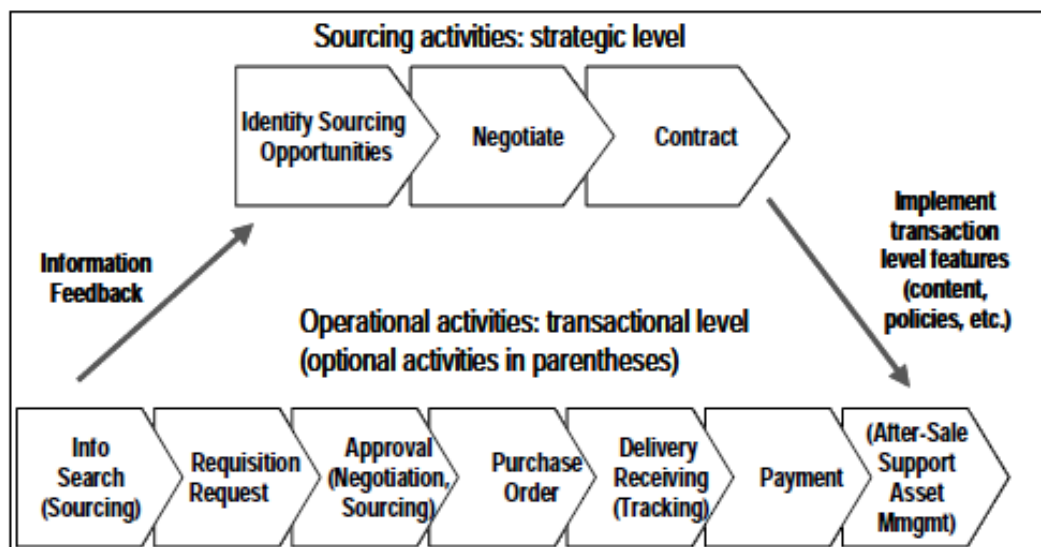
2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pengadaan Secara Elektronik

2.1.1.1 Pengertian Pengadaan Secara Elektronik

Pengadaan menurut Gebauer dan Segev (2001) meliputi rangkaian aktivitas seperti pencarian informasi, pengajuan daftar permintaan, persetujuan, order pembelian, penerimaan pengiriman, dan pembayaran (aktivitas operasional), serta identifikasi alternatif-alternatif sumber, negosiasi, dan kontrak (aktivitas strategis). Aktivitas tersebut digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1.
Strategic and Transactional Level of Procurement Activities



Sumber: Gebauer dan Segev (2001)

Pengadaan yang dilakukan oleh pemerintah (pengadaan publik) merupakan hubungan kontraktual antara pemerintah dengan sektor swasta

(supplier). Berbeda dengan pengadaan oleh sektor swasta yang hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, pemerintah memiliki berbagai tujuan ekonomi, politik, dan sosial, dengan semaksimal mungkin meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengadaan (Tether, 1977).

Pengadaan secara elektronik didefinisikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet dalam menyelesaikan satu atau lebih kegiatan transaksi maupun strategis dalam pengadaan (Vaidya dalam Pani dan Hamid Agrahari, 2007). Sedangkan Croom dan Jones (2004) menyatakan bahwa pengadaan secara elektronik adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet dalam satu atau seluruh tahapan pengadaan, termasuk pencarian sumber (*supplier*), negosiasi, pemesanan, penerimaan, review paska pengadaan.

Definisi lain pengadaan secara elektronik adalah proses pengadaan barang dan jasa secara *online* melalui internet sehingga proses pengumuman, pendaftaran, proses penawaran, *aanwijzing*, hasil evaluasi atas penawaran dilakukan dengan memanfaatkan sarana teknologi informasi (KPK, 2007a).

Pengadaan secara elektronik oleh pemerintah menurut LKPP (2009), dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu:

- a. *E-Tendering* : tata cara pemilihan penyedia barang dan jasa yang dilakukan secara terbuka dan dapat diikuti oleh semua penyedia barang/jasa yang terdaftar pada sistem elektronik dengan cara menyampaikan satu kali penawaran sampai dengan waktu yang telah ditentukan.

- b. *E-Purchasing* : tata cara pembelian barang/jasa melalui sistem katalog elektronik. Dengan cara ini pengguna barang/jasa dari kalangan pemerintah dapat melakukan pembelian/pengadaan secara langsung dengan memilih produk barang/jasa yang telah dicantumkan dalam katalog elektronik.

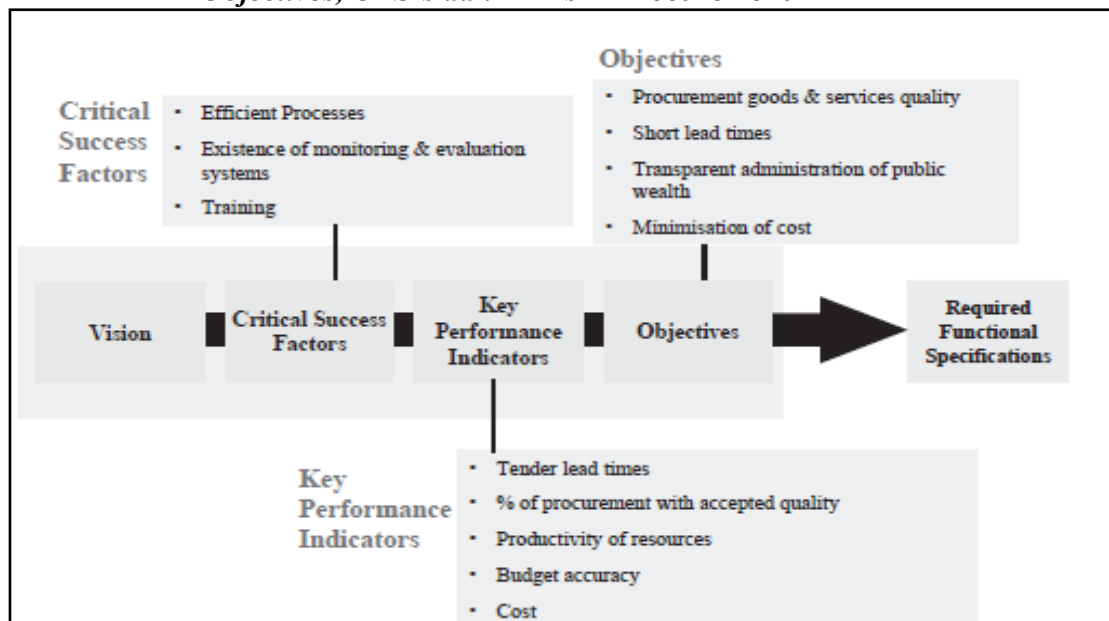
2.1.1.2 Tujuan Pengadaan Secara Elektronik

Tujuh puluh persen dari kasus korupsi yang ditangani KPK hingga saat ini merupakan praktek korupsi pada pengadaan barang/jasa. Hal tersebut disebabkan pada proses pengadaan barang/jasa banyak sekali uang yang beredar, sering terjadi kontrak tertutup antara penyedia barang/jasa dengan panitia lelang, dan prosedur lelang yang sangat kompleks. Untuk mengatasi masalah tersebut perlu dilakukan proses yang terbuka dalam pengadaan barang/jasa melalui pengadaan secara elektronik (KPK, 2007b).

Tujuan implementasi pengadaan secara elektronik untuk mengatasi berbagai masalah dalam pengadaan publik berupa proses pengadaan yang tertutup dan berbelit-belit, biaya yang besar, maupun kualitas hasil pengadaan yang rendah, beserta *critical success factors* dan *key performance indicators*-nya terlihat pada Gambar 2.2.

Dari Gambar 2.2 terlihat bahwa pengadaan secara elektronik diharapkan dapat memperbaiki kondisi pengadaan barang/jasa pemerintah berupa peningkatan kualitas pengadaan barang/jasa, efisiensi waktu, transparansi dalam administrasi pelayanan publik, serta efisiensi biaya. Tujuan-tujuan tersebut secara umum menggambarkan efisiensi dalam pelaksanaan pengadaan barang/jasa menggunakan pengadaan secara elektronik dibandingkan secara manual.

Gambar 2.2.
Objectives, CFS's dan KPI's E-Procurement



Sumber : Panayiotou et al (2004)

Bila diasumsikan bahwa untuk melaksanakan pengadaan barang dan jasa membutuhkan 2 faktor produksi yaitu biaya dan sumber daya manusia (SDM), maka dengan pengadaan secara elektronik, output yang dihasilkan lebih besar dibandingkan pengadaan secara manual. Hal tersebut terlihat pada Gambar 2.3.

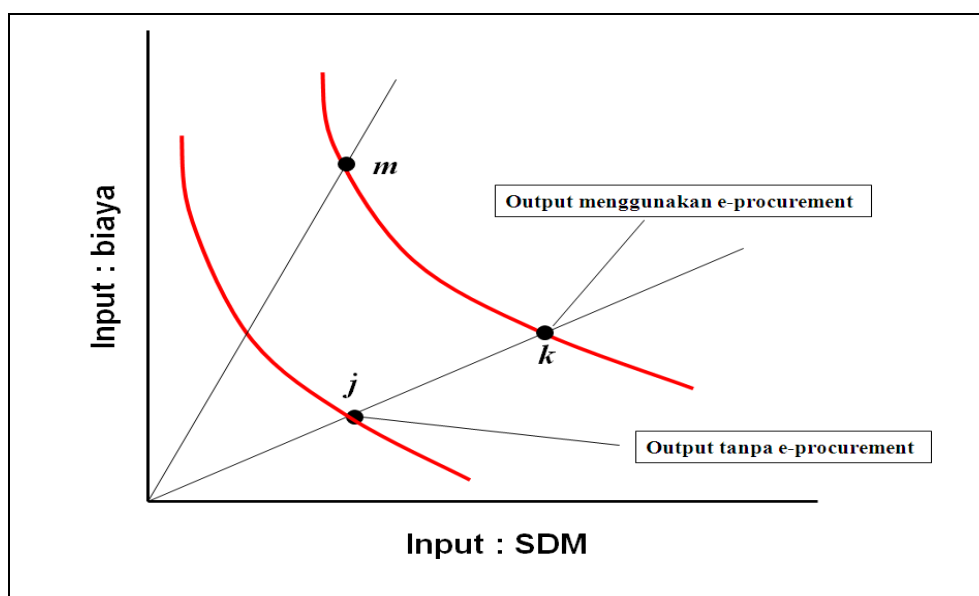
Efisiensi yang dihasilkan melalui implementasi pengadaan secara elektronik tersebut antara lain terjadi pada:

- a. Penghematan anggaran rata-rata 23,5% dan pengurangan waktu pengadaan dari 36 hari menjadi 20 hari pada implementasi pengadaan secara elektronik di Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional, Pemerintah Kota Surabaya, dan Departemen Informasi dan Komunikasi Indonesia (KPK, 2007a).
- b. Penghematan biaya administrasi sebesar 0,28% dan 0,38% serta penghematan harga masing-masing sebesar 2,65% pada implementasi

pengadaan secara elektronik di Negara Chili tahun 2006 dan 2007 (Singer et al, 2009).

- c. Target pengurangan *unit cost* sebesar 2,5% dan pengurangan *transaction cost* sebesar 5% dari total belanja *supplies & service work* serta masing-masing 0,5% dan 0,25% dari total belanja modal, pada implementasi e-procurement hingga tahun 2007 oleh Pemerintah Irlandia (Pricewaterhouse Cooper, 2001).

Gambar 2.3.
Peta Isoquant Sebelum dan Sesudah Implementasi e-Procurement



Sumber: Nicholson (2002), diolah.

2.1.2. Penerimaan (*Acceptance*) atas Pengadaan Secara Elektronik

2.1.2.1 Pengertian Penerimaan (*Acceptance*) dan Penolakan (*Resistance*)

Acceptance (penerimaan) terhadap penggunaan teknologi mencakup 5 dimensi (Schwarz dan Chin, 2007) yaitu:

- 1) *Receive* (menggunakan teknologi tanpa pertanyaan)
- 2) *Grasp* (pemahaman penuh atas niat penggunaan teknologi)

- 3) *Assess* (melakukan evaluasi terhadap nilai dan kebutuhan penggunaan teknologi)
- 4) *Be given* (kerelaan seseorang untuk mengadaptasi kebiasaan yang dituntut oleh penggunaan teknologi)
- 5) *Submit* (menyerahkan/merendahkan diri terhadap niat penggunaan teknologi)

Dengan demikian secara umum *acceptance* terhadap penggunaan teknologi merupakan *willingness* (kesediaan) yang ditunjukkan oleh seseorang terhadap penggunaan teknologi (Pijpers dan Monfort, 2005).

Berlawanan dengan *acceptance*, *resistance* (penolakan) terhadap penggunaan teknologi didefinisikan sebagai perilaku dengan karakteristik tingkat penggunaan yang rendah, *lack* (tidak ada) penggunaan, atau penggunaan yang memberikan hasil tidak seharusnya (Martinko, et al, 1996). Artinya, *resistance* terhadap penggunaan teknologi merupakan *unwillingness* (ketidaksediaan) yang ditunjukkan seseorang terhadap penggunaan hal tersebut.

2.1.2.2 Pendekatan Teoritis Terhadap *User Acceptance*

Menurut Gill (1996), meskipun secara keseluruhan penggunaan teknologi baru menawarkan banyak manfaat penting, kebanyakan organisasi mengalami masa-masa sulit berkaitan dengan pengguna-pengguna individu yang tidak merasakan manfaat-manfaat tersebut sebagai hal yang penting.

Seseorang sering menolak penggunaan teknologi dalam kaitan dengan penurunan prestise dan status mereka dalam organisasi. Penurunan tersebut berhubungan dengan kurangnya pengetahuan tentang teknologi, tekanan untuk mengembangkan kemampuan baru, tekanan berupa ekspektasi untuk mencapai

kinerja yang lebih bagus, berkurangnya interaksi sosial dengan pegawai lain, pengalaman buruk yang pernah dialami berkaitan dengan penggunaan teknologi, serta kurang jelasnya manfaat yang akan diperoleh (Adams, et al, 2004)

Faktor-faktor yang berhubungan dengan sikap seseorang untuk menerima atau menolak penggunaan teknologi baru (Vang, 2008) mencakup:

a. *Individual differences*

Review terhadap pekerjaan terdahulu berkaitan dengan *individual differences* dan manajemen sistem informasi berhasil mengungkap bahwa keberhasilan penggunaan sistem informasi sebanding dengan perhatian yang diberikan kepada *individual differences* (Agarwal dan Prasad, 1999).

Individual differences tersebut berkaitan dengan umur, di mana mereka yang berusia muda cenderung menerima teknologi informasi, sedangkan mereka yang lebih tua cenderung menolaknya (Agarwal dan Prasad, 1999). Sedangkan Burton-Jones dan Hubona (2005) mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan pengguna menentukan apakah yang bersangkutan siap untuk menerima atau menolak teknologi baru. Selain itu faktor gender ikut berpengaruh, di mana wanita cenderung mengalami pengalaman yang menggelisahkan dalam penggunaan komputer dan cenderung memiliki *negative attitude* terhadap teknologi informasi, dibandingkan dengan pria (Igbaria dan Parasuraman, 1989).

b. Keuntungan atau kerugian ekonomi

Acceptance maupun *rejection* terhadap penggunaan teknologi informasi berhubungan langsung dengan keuntungan atau kerugian ekonomi yang ditimbulkannya. Menurut Munford (1983), banyak sistem komputer terdahulu

menghadapi resistansi akibat biaya terkait sumber daya manusia dan manajemen yang sangat mahal, yang tidak diantisipasi sebelumnya. Selain itu biaya-biaya pemeliharaan yang terus berjalan berlipat-lipat dibandingkan prediksi awal (Gill, 1995).

c. Kekhawatiran akan kehilangan pekerjaan

Khawatir akan kehilangan pekerjaan merupakan salah satu alasan yang sering dipakai seseorang untuk menolak penggunaan teknologi informasi (Adams et al, 2004). Ketika pengguna mulai merasa takut bahwa mereka tidak akan mampu mencapai skill yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi baru, mereka akan terus-menerus menemukan kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut. Perasaan tersebut akan mengarah pada kekhawatiran akan kehilangan pekerjaan sehingga secara umum mendorong penolakan terhadap penggunaan teknologi informasi (Joshi, 2005).

d. Kondisi ekspektasi yang realistis

Untuk memotivasi pengguna untuk bersedia menggunakan teknologi informasi, Adams et al (2004) menyatakan bahwa lebih penting untuk mengungkapkan manfaat jangka pendek dan jangka panjang bagi individu pengguna, dibandingkan manfaat secara keseluruhan yang akan diberikan sistem bagi organisasi.

e. Dukungan manajemen

Faktor lain yang juga penting bagi penyebaran (*diffusion*) teknologi informasi adalah dukungan dari manajemen. Dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap kepercayaan akan kegunaan teknologi, meningkatkan niat untuk

menggunakan teknologi, mengarahkan pengguna untuk berusaha mendapatkan pengetahuan menyangkut teknologi (Martinko et al, 1996).

f. Pelatihan

Pelatihan bermanfaat sebagai mekanisme untuk menyebarluaskan teknologi baru melalui pengaruh baiknya terhadap kepercayaan untuk menggunakan teknologi. Pelatihan memiliki efek yang signifikan terhadap kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kenyamanan dalam menggunakan (*ease of use*) teknologi informasi (Agarwal dan Prasad, 1999).

Kappelman dan Guynes (1995) juga menyatakan bahwa pelatihan memiliki dampak positif terhadap kemampuan pengguna (berupa skill dan pemahaman) serta sikap (berupa motivasi dan moral) berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi.

g. Pemberdayaan

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap upaya penyebaran teknologi informasi adalah pemberdayaan (*empowerment*). Dengan menyediakan kesempatan pemberdayaan, partisipasi pengguna membantu perkembangan rasa ikut mengontrol, meningkatkan motivasi, dan mengurangi *user resistance*. Salah satu bentuk pemberdayaan yang dapat dilakukan adalah dengan memperbolehkan pengguna untuk menjadwalkan pelatihan mereka sendiri. Hal tersebut ternyata mampu meningkatkan motivasi pengguna serta kepuasan terhadap sistem informasi (Kappelman dan Guynes, 1995).

2.1.3. Strategi Pengembangan Pengadaan Secara Elektronik

Menurut Quinn (1998), pengertian strategi adalah:

Defines strategy as the pattern or the plan that integrates an organization's major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole. A well-formed strategy helps to marshal and allocate an organization's resources into a unique and viable posture based on its relative internal competencies and shortcomings, anticipated changes in the environment and contingent moves by intelligent opponent.

Strategi secara umum merupakan proses penentuan rencana para pimpinan puncak organisasi yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (David, 2005). Sedangkan secara khusus strategi mencakup tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi (Hariadi, 2005) adalah:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki di masa depan serta menentukan visi dan misi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan tantangan yang akan dihadapi dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.

- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

Menurut Indrajit (2006), untuk menerapkan digitalisasi dalam sektor publik, termasuk dalam hal implementasi pengadaan secara elektronik, ada tiga elemen sukses yang harus dimiliki. Ketiga elemen tersebut mencakup *support*, *capacity*, dan *values*.

Support (dukungan) berkaitan dengan keinginan (*intent*) dari berbagai kalangan pejabat publik dan politik untuk benar-benar menerapkan konsep pengadaan secara elektronik, bukan hanya sekedar mengikuti trend atau justru menentang inisiatif yang berkaitan dengan prinsip-prinsip pengadaan secara elektronik. Tanpa adanya unsur “*political will*” ini, mustahil berbagai inisiatif pembangunan dan pengembangan pengadaan secara elektronik dapat berjalan dengan mulus. Karena budaya birokrasi cenderung bekerja berdasarkan model manajemen “top down”, maka jelas dukungan implementasi program pengadaan secara elektronik yang efektif harus dimulai dari para pimpinan pemerintahan yang berada pada level tertinggi sebelum merambat ke level-level di bawahnya.

Bentuk dukungan yang diperlukan dalam implementasi pengadaan secara elektronik mencakup:

- a. Disepakatinya kerangka pengadaan secara elektronik sebagai salah satu kunci sukses dalam mencapai visi dan misi, sehingga harus diberikan prioritas tinggi sebagaimana kunci-kunci sukses lain diperlakukan;

- b. Dialokasikannya sejumlah sumber daya (manusia, finansial, tenaga, waktu, informasi, dan lain-lain) di setiap tataran pemerintahan untuk membangun konsep ini dengan semangat lintas sektoral;
- c. Dibangunnya berbagai infrastruktur dan suprastruktur pendukung agar tercipta lingkungan kondusif untuk mengembangkan pengadaan secara elektronik
- d. Disosialisasikannya konsep pengadaan secara elektronik secara merata, kontinyu, konsisten, dan menyeluruh kepada seluruh kalangan birokrat secara khusus dan masyarakat secara umum melalui berbagai cara kampanye yang simpatik.

Elemen sukses yang kedua adalah *capacity* (kapasitas). Yang dimaksud dengan elemen kedua ini adalah adanya faktor kemampuan atau keberdayaan dari pemerintah setempat dalam mewujudkan “impian” pengadaan secara elektronik terkait menjadi kenyataan. Ada tiga hal minimum yang paling tidak harus dimiliki oleh pemerintah sehubungan dengan elemen ini, yaitu:

- a. Penyediaan sumber daya yang cukup untuk melaksanakan berbagai inisiatif pengadaan secara elektronik, terutama yang berkaitan dengan sumber daya finansial;
- b. Penyediaan infrastruktur teknologi informasi yang memadai karena fasilitas ini merupakan 50% dari kunci keberhasilan penerapan konsep pengadaan secara elektronik;

- c. Penyediaan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan keahlian yang dibutuhkan agar penerapan pengadaan secara elektronik dapat sesuai dengan asas manfaat yang diharapkan.

Elemen sukses yang ketiga adalah *value* (nilai). Berbeda dengan dua elemen sukses sebelumnya yang dilihat dari sisi pemerintah sebagai selaku inisiator pengadaan secara elektronik, *value* dilihat dari pihak lain yang berkepentingan dengan implementasi sistem tersebut. Manfaat penerapan pengadaan secara elektronik seharusnya tidak hanya dirasakan oleh pemerintah, namun juga oleh masyarakat atau pihak yang terkait dengan program tersebut. Berkaitan dengan pengadaan secara elektronik, pihak ekstern yang terkait secara langsung adalah rekanan penyedia barang/jasa (*supplier*).

Menurut Vaidya et al (2006), *value* bagi *supplier* dapat dicapai dengan mewujudkan (1) *supplier e-readiness* (kesiapan elektronik rekanan), (2) *supplier adoption strategy and communication plan* (adopsi strategi dan rencana komunikasi rekanan), (3) *supplier education and benefits demonstration* (pelatihan dan demonstrasi manfaat bagi rekanan), (4) *compliance to best practices with content and catalogue management* (mengacu *best practices* dengan manajemen muatan dan katalog).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *acceptance* serta strategi implementasi *e-procurement* di sektor publik, secara ringkas disajikan pada Tabel 2.1.

Menurut Chan (2002), perilaku untuk mengadopsi *e-procurement* dipengaruhi oleh tiga hal yaitu: (1) faktor teknologi meliputi keunggulan relatif bila dibandingkan dengan pengadaan secara manual, kompleksitas teknologi yang digunakan, kesesuaian dengan kegiatan yang dilaksanakan, dan keamanan; (2) faktor organisasi meliputi kesiapan organisasi dan proses yang sudah dijalani organisasi berkaitan dengan bisnis elektronik (*electronic business maturity*); (3) faktor lingkungan berupa kesiapan rekanan (*trading partner*) dan tuntutan yang timbul dari industri.

Chu, et al (2004) mengungkapkan bahwa untuk mendorong tingkat adopsi *e-procurement*, strategi yang ditempuh melalui peningkatan kepuasan pengguna teknologi serta pemberian pelatihan untuk membekali para pengguna dengan keahlian yang relevan, lebih efektif dibandingkan strategi berupa penekanan oleh atasan maupun oleh rekan kerja.

Sedangkan menurut Panayiotou, et al. (2004), adopsi teknologi dalam sektor publik harus ditempuh melalui perubahan bertahap yang didukung dengan seperangkat aturan dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pimpinan organisasi. Kebijakan tersebut diharapkan dapat mengarahkan penggunaan teknologi untuk dapat mewujudkan seluruh tujuan yang diemban oleh organisasi faktor, baik tujuan yang bersifat faktor maupun tujuan ekonomi, secara bersama-sama.

Karakteristik tertentu yang dimiliki oleh suatu faktor atau daerah misalnya tingkat kebiasaan masyarakat menggunakan teknologi informasi merupakan *unique factors* yang berpengaruh terhadap instrument kesuksesan implementasi *e-procurement* (Vaidya, K., et al. 2006).

Rahim (2008) dan Vang (2008) mengidentifikasi beberapa faktor yang menimbulkan *acceptance* dan *resistance* penggunaan teknologi informasi berupa: (a) *Individual differences* antara lain gender, usia, dan tingkat pendidikan; (b) *system usefulness*; (c) *ease of use*; (d) *employee involvement*; (e) *customized training for employees*; (f) *job instability*; (g) *financial gain or loss*.

Sedangkan al-Moalla dan D. Li (2010) lebih menyoroti peran faktor manajemen dalam kesuksesan implementasi *e-procurement* yang mencakup perencanaan, perubahan kebijakan, serta manajemen sumber daya manusia.

Tabel 2.1.
Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hasil Penelitian
Chan, J. (2002)	Faktor yang mengarahkan perilaku adopsi <i>e-procurement</i> meliputi (1) <i>technological factors (relative advantages, complexity, compability, security)</i> (2) <i>organizational factors (organizational readiness, electronic business maturity)</i> , (3) <i>environmental factors (dependency on trading partner, perceived industry pressures)</i>
Kheng and Suliman Al-Hawamdeh (2002)	Peningkatan trend penggunaan <i>e-commerce</i> oleh perusahaan-perusahaan di Singapura. <i>E-Procurement</i> merupakan tujuan utama dalam implementasi <i>e-commerce</i>
Chu, et al (2004)	Untuk mendorong adopsi <i>e-Tender</i> , strategi peningkatan kepuasan pengguna dan membekali mereka dengan keahlian yang relevan, lebih efektif dibandingkan strategi yang menyandarkan pada tekanan oleh atasan maupun rekan kerja
Panayiotou, et al. (2004)	Adopsi teknologi dalam sektor publik dapat dicapai melalui <i>incremental change</i> , di mana pengadaan sektor publik harus bekerja dalam kerangka regulasi dan kebijakan yang tersedia untuk mewujudkan tujuan sosial dan tujuan ekonomi secara bersama-sama
Vaidya, K., et al. (2006)	Terdapat beberapa <i>unique factors</i> sebagai instrument dalam kesuksesan implementasi <i>e-procurement</i> , yang sesuai dengan karakteristik negara yang diteliti.

Tabel 2.1. (Lanjutan)

Peneliti	Hasil Penelitian
Sengupta (2007)	Penggunaan internet dalam pengadaan mendorong penurunan harga yang akan dibayar oleh konsumen bila dibandingkan dengan pasar manual.
Rahim (2008)	<i>Acceptance</i> terhadap <i>e-procurement system</i> tergantung lima faktor: <i>system usefulness, ease of use, employee involvement, system reliability, and customised training for employees</i>
Vang (2008)	Meskipun penggunaan teknologi informasi memberikan manfaat yang nyata, perlu diwaspadai adanya resistansi pengguna terkait <i>ease of use and usefulness of technology</i> , tambahan/penurunan penghasilan, kekhawatiran seseorang akan kehilangan pekerjaan atas penggunaan teknologi, keterlibatan pengguna dalam instalasi teknologi, serta masalah <i>individual differences</i> .
Singer, et al. (2009)	E-Procurement diestimasi menghemat biaya pengadaan pada Pemerintah Chile sebesar US\$9,7 millions dari pengurangan biaya administrasi dan US\$16,9 millions dari pengurangan harga pengadaan
Al-Moalla, A. And D. Li. (2010)	Isu terkait organisasi yang berpengaruh terhadap kesuksesan implementasi e-procurement adalah perencanaan, perubahan kebijakan pembangunan oleh manajemen, serta manajemen sumber daya manusia.

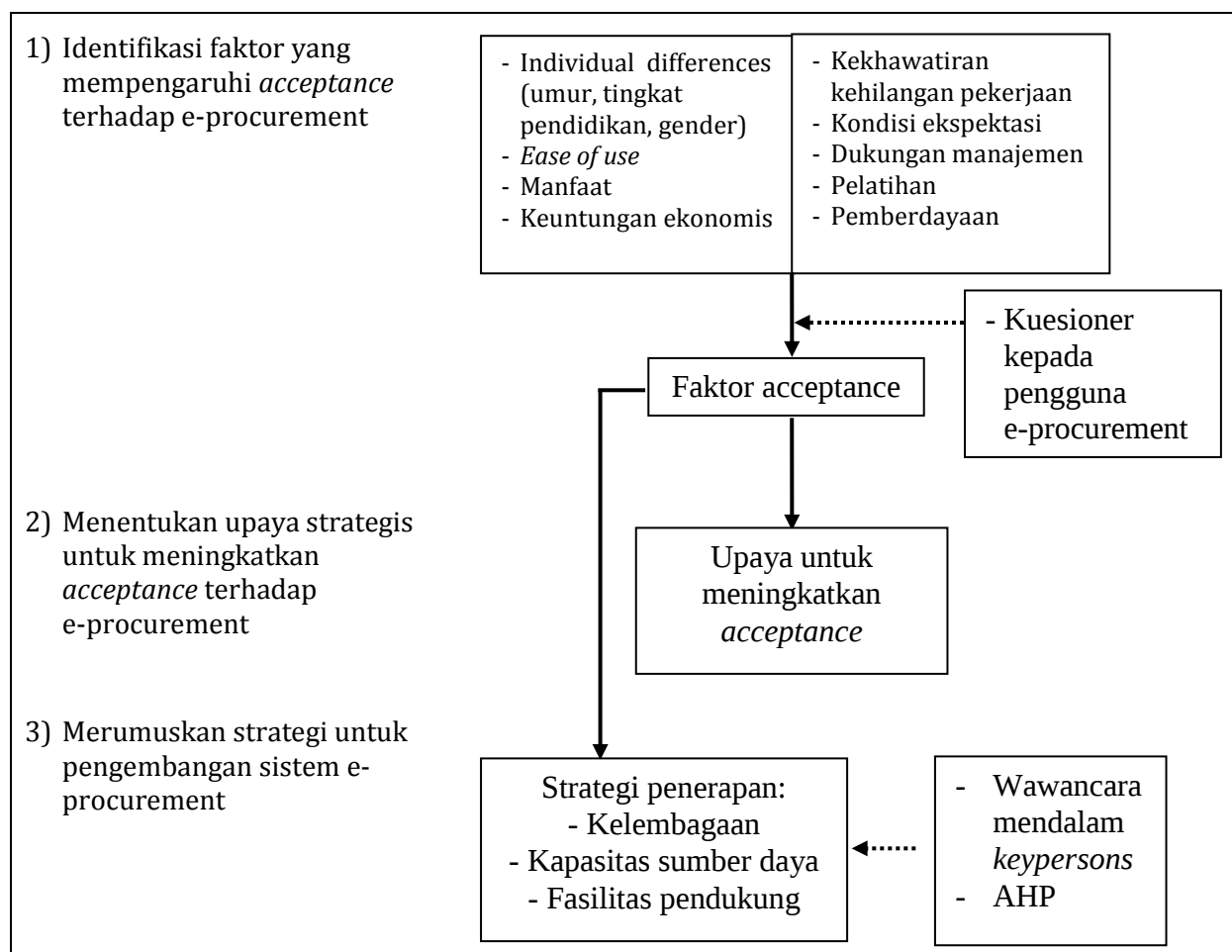
Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu tersebut di atas, penelitian yang dilaksanakan ini difokuskan pada identifikasi faktor-faktor yang mendorong *acceptance* terhadap pengadaan secara elektronik dalam pengadaan barang/jasa yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah di wilayah Provinsi Jawa Tengah.

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Pengadaan secara elektronik didefinisikan dalam penelitian ini sebagai proses pengadaan barang/jasa yang dilakukan oleh pemerintah dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet, baik untuk satu atau seluruh tahapan pengadaan, dari pengumuman pengadaan sampai

dengan evaluasi pengadaan. Dengan demikian metode pengadaan barang/jasa mencakup *e-tendering* maupun *e-purchasing*, yaitu proses pemilihan penyedia barang dan jasa serta pemanfaatan katalog elektronik.

Gambar 2.4.
Kerangka Pemikiran Teoritis



Tujuan utama dari sistem pengadaan secara elektronik adalah efisiensi dalam pengadaan barang/jasa yang dicapai melalui pengurangan harga barang/jasa yang harus dibayar oleh pemerintah serta pengurangan *transaction cost* yang terjadi selama proses pengadaan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu diperhatikan tingkat penerimaan (*acceptance*) para pengguna sistem pengadaan secara elektronik terhadap implementasi sistem tersebut. Penerimaan pengguna berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya implementasi serta menentukan apakah tujuan implementasi pengadaan secara elektronik dapat diwujudkan.

Pengguna sistem pengadaan secara elektronik di wilayah Provinsi Jawa Tengah mencakup pejabat pembuat komitmen, panitia pengadaan/unit layanan pengadaan, dan admin agency di masing-masing unit kerja

Penerimaan pengguna terhadap implementasi pengadaan secara elektronik dipengaruhi oleh faktor-faktor (Vang, 2008):

- a. *Individual differences* berupa:
 - gender
 - umur
 - tingkat pendidikan
- b. *Fear of unknown changes* berupa:
 - kenyamanan dalam penggunaan
 - manfaat yang diberikan oleh sistem baru
 - keuntungan atau kerugian finansial yang akan dirasakan oleh pengguna
 - kekhawatiran akan kehilangan pekerjaan
- c. *Management approach* berupa:
 - kondisi ekspektasi yang realistis
 - dukungan manajemen
 - pelatihan
 - pendekatan partisipatif

Setelah diketahui faktor penerimaan atau resistansi pengguna terhadap sistem pengadaan secara elektronik, dirumuskan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pengguna terhadap pengadaan secara elektronik.

Selanjutnya diidentifikasi prioritas strategi yang perlu ditempuh untuk mempercepat pengembangan pengadaan secara elektronik. Pilihan strategi tersebut mencakup (Indrajit, 2006 dan Vaidya et al, 2006):

- a. Faktor kelembagaan
 - Menetapkan kerangka kebijakan pengadaan secara elektronik
 - Pembentukan unit layanan pengadaan selaku pelaksana pengadaan secara elektronik
 - Penganggaran biaya implementasi secara elektronik di setiap unit kerja
- b. Faktor kapasitas sumber daya
 - Sosialisasi konsep pengadaan secara elektronik kepada seluruh kalangan birokrat dan masyarakat
 - Pelatihan untuk mencetak sumber daya manusia instansi pemerintah yang memiliki kompetensi dan keahlian pengadaan secara elektronik
 - Pelatihan bagi rekanan calon penyedia barang/jasa
- c. Faktor fasilitas pendukung
 - Membangun infrastruktur dan suprastruktur informasi komunikasi berbasis internet yang mencakup seluruh wilayah terkait
 - Penyediaan infrastruktur teknologi informasi yang memadai di setiap unit kerja

- Mendorong kesiapan teknologi informasi pada rekanan calon penyedia barang/jasa
- Pemberlakuan katalog elektronik

Secara ringkas kerangka pemikiran teoritis tersebut terlihat pada Gambar 2.4.