

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi untuk menghadapi perkembangan teknologi yang sangat pesat, pemerintah diharapkan mempunyai strategi untuk mampu menjalankan sistem demokratisasi yang efisien dan efektif. Dalam memberikan pelayanan kepada publik agar mampu memberikan suatu pelayanan yang baik sesuai kebijakan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Dalam hal ini terkait dengan perkembangan teknologi berkaitan erat dengan informasi dan komunikasi, bahwasannya Informasi merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap orang untuk pengembangan pribadi maupun lingkungan sosial.

Kecanggihan teknologi yang telah berkembang pesat ini tidak akan berjalan maksimal tanpa adanya keterlibatan masyarakat dalam mewujudkan masyarakat yang kaya akan perkembangan zaman. Kebijakan yang dibuat mempunyai maksud, tujuan dan manfaatnya tersendiri untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, tetapi hal tersebut perlu adanya penekanan kepada strategi yang dirancang dalam kebijakan tersebut agar dapat mendorong partisipasi masyarakat. Dengan adanya arus globalisasi ini memudahkan pemerintah untuk menyediakan fasilitas kepada masyarakat yang diwujudkan melalui penggunaan ICT (*Information Communication and Technology*) yang pada saat ini penggunaan ICT mempunyai beberapa

keuntungan yang didapat seperti transparansi, akuntabilitas dan partisipasi (Abadi, 2014).

Penggunaan ICT ini sama halnya dengan melaksanakan paradigma baru yaitu pada pengembangan *e-government* yang merupakan salah satu bentuk dari reformasi birokrasi yang cepat memproduksi sebuah revolusi dalam cara orang berinteraksi dengan pemerintah melalui *digital online service* maupun media ICT yang disediakan. Meskipun teknologi informasi dan komunikasi merupakan bidang yang baru di dunia pemerintahan di Indonesia, tetapi masyarakat mampu menerima perkembangan yang muncul. Dengan adanya inovasi baru ini mendorong tenaga kerja khususnya aparat pemerintah agar mampu mengembangkan kemampuan yang dimilikinya untuk mensukseskan *e-government*. Meskipun aparat pemerintah yang dibutuhkan perlu disediakan pelatihan untuk mengintegrasikan diri ke dalam struktur informasi baru. Sistem ini membutuhkan suatu kapasitas sumber daya manusia yang menguasai tiga hal yaitu : teknologi, komersial (pemasaran) dan manajemen.

E-Government adalah penggunaan teknologi informasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan pelayanan bagi warganya, maupun urusan bisnis dan serta hal-hal lain yang berurusan dengan urusan pemerintahan. UNDP (*United Nations Development Program*) memberikan pandangan prinsip-prinsip yang dijalankan saat menjalankan pemerintahan, diantaranya adalah Salah satu penggunaan *e-government* yang sering dilakukan pemerintah saat ini yaitu dengan adanya sistem pengadaan barang dan jasa secara elektronik karena dianggap mampu menjalankan karakteristik *good governance*. Dengan adanya partisipasi,

transparan, daya tanggap, berorientasi konsensus, efektivitas dan efisien, akuntabilitas, strategis serta saling keterkaitan. Sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah secara elektronik dinamakan sebagai *E-Procurement*, dimana hal ini menjadi suatu sistem pengadaan barang dan jasa yang dilakukan melalui satu pintu atau satu portal website yang bisa diikuti dari beberapa perusahaan lokal maupun non lokal.

Peraturan Presiden No 54 Tahun 2010 menjelaskan bahwa *E-Procurement* ini sistem pengadaan barang dan jasa dengan menggunakan sistem elektronik dengan cara lelang yang dilakukan oleh perusahaan maupun perorangan yang mempunyai produk atau jasa yang dibutuhkan. Pelaksanaannya tidak dengan melalui tatap muka tetapi dilakukan melalui internet. Indonesia menjalankan sistem ini agar mengurangi maupun mencegah terjadinya tindak pidana korupsi. Pelaksanaan pengadaan barang/jasa Pemerintah sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2010, dibuat berdasarkan banyaknya peluang penyimpangan yang dilaksanakan pada pengadaan barang dan jasa pemerintah. Maka dengan adanya kebijakan ini akan mampu meminimalisir terjadinya tindakan korupsi maupun penyimpangan dalam pelaksanaan pengadaan barang dan jasa pemerintah. Dengan adanya *e-procurement*, celah dalam tindakan yang cenderung menyimpang akan lebih diminimalisir dan kegiatan pengadaan yang dilakukan akan lebih transparan, lebih hemat waktu dan serta lebih mudah dalam melakukan pertanggung jawaban keuangan.

Dalam Kebijakan Peraturan Presiden 54 Tahun 2010 pasal 111 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah disebutkan bahwa *e-procurement* dapat

meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi dan memunculkan persaingan sehat dan akuntabilitas dalam pelaksanaan pengadaan barang/jasa pemerintah.

Pedoman pelaksanaan pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, yang telah mengalami perubahan terdapat didalam Perpres No 54 Tahun 2010 tentang pengadaan barang/jasa Pemerintah pada pasal 135 yang didalamnya mengatur tujuan pengadaan secara elektronik yaitu :

1. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas
2. Meningkatkan akses pasar dan persaingan usaha yang sehat
3. Memperbaiki tingkat efisiensi proses pengadaan
4. Mendukung proses monitoring dan audit, dan
5. Memenuhi akses informasi yang *real time*.

Pelaksanaan sistem *e-procurement* dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat secara berkualitas dan mempunyai nilai transparansi untuk menuju penyelenggaraan pemerintahan yang bersih serta bebas korupsi itu semua kegiatan pengadaan barang/jasa pemerintah harus mengikuti ketentuan dalam peraturan presiden yang sudah dibentuk. Hal itu bisa dilihat dari segi nilai pengadaan yang akan di lelang, sampai dengan proses pengadaan yang akan dilakukan. Dengan seiring berkembangnya zaman, semua kegiatan yang dilakukan dengan sistem konvensional dialih kan menjadi sistem *one door service* yang dapat dilakukan melalui *online service*. Hal itu didorong untuk mengurangi banyaknya penyimpangan dan kecurangan yang terjadi. Sehingga Menteri Dalam Negeri membuat sebuah kebijakan untuk melakukan proses pengadaan barang/jasa secara

elektronik untuk melakukan pembentukan Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE).

Secara resmi, LPSE Provinsi Riau telah membuat kebijakan Peraturan Gubernur Riau Nomor 22 Tahun 2010 tentang pelaksanaan pengadaan Barang/Jasa secara Elektronik di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. Berdasarkan peraturan tersebut, secara resmi LPSE Provinsi Riau terbentuk yang terdiri atas :

- a. Pengelola LPSE
- b. PA/KPA, PPK, Panitia Pengadaan, dan ULP
- c. Penyedia Barang/Jasa

LPSE Riau dalam periode tahun 2011-2015 telah mengadakan pelelangan pengadaan barang/jasa mencapai 3726 jenis lelang yang sudah dilakukan melalui *e-procurement*. Peserta yang mengikuti kegiatan dalam hal ini pengadaan barang/jasa melalui *e-procurement* di LPSE Provinsi Riau tidak hanya berasal dari dalam wilayah Provinsi Riau saja tetapi peserta yang mengikuti kegiatan dalam hal ini pengadaan barang/jasa juga berasal dari luar wilayah provinsi Riau. Dimana dalam hal ini siapa yang dirasa memiliki kualitas dan kuantitas yang baik dalam pengadaan itu yang menjadi menjadi pemilik tender yang disediakan oleh Pemerintah Provinsi Riau. Wilayah-wilayah luar daerah yang menjadi pemenang pelelangan (*tender*) ini diantaranya, Jawa Timur, Jawa Barat, DKI dan Bali (Riau, 2016).

Pada pelaksanaan *e-procurement*, adapun aktor yang terlibat pada kegiatan ini diantaranya adalah swakelola, perusahaan dan juga UMKM. Pada kasus yang terjadi pada pelelangan yang dilakukan LPSE Provinsi Riau ini mempunyai perhatian menarik terhadap UMKM karena ada beberapa UMKM yang terlibat dalam pelelangan tersebut dalam jangka waktu 5 tahun, baik pelelangan jenis pengadaan barang, jasa konstruksi dan jasa konsultasi. Dalam kaitannya, peran pada UMKM lokal ini mempunyai pengaruh terhadap tingkat perekonomian masyarakat lokal baik dilihat dari segi kualitas maupun kuantitas yang dimiliki oleh masing-masing UMKM. Tidak banyak UMKM yang mengikuti pelelangan tersebut tetapi ada beberapa faktor yang perlu diketahui upaya-upaya UMKM tersebut untuk mampu berpartisipasi dalam kegiatan pengadaan barang dan jasa yang disediakan oleh LPSE provinsi Riau.

Pada Tahun 2010 Provinsi Riau mengalami lemahnya pemberian KUR yang mengakibatkan lemahnya perekonomian kerakyatan di Provinsi Riau dan mendorong pemerintah provinsi untuk membuat kebijakan dalam memberikan agunan kepada UMKM. Pada tahun 2012 pemerintah provinsi melakukan kerjasama dengan Bank untuk dapat memberikan bantuan KUR kepada usaha perekonomian kerakyatan. Beberapa bank yang terlibat kerjasama diantaranya seperti Bank Riau, Bank Nagari, BNI, BRI, Mandiri, BTN, Bukopin, BSM dan BNI Syariah (Rustam, 2012).

Dengan temuan tersebut maka dapat diketahui tingkat daya saing dan partisipasi UMKM Lokal terhadap pengadaan barang/jasa yang disediakan oleh Pemerintah Provinsi Riau. Dalam penerapan dan pelaksanaan *e-procurement* ini

mempunyai dampak bagi perekonomian serta pendapatan daerah maupun masyarakat atau memunculkan suatu problematika baru bagi masyarakat dan Pemerintah Provinsi. Maka penelitian ini membahas beberapa hal yang diantaranya terkait dengan upaya yang dilakukan oleh LPSE Provinsi Riau sebagai pelaksana barang/jasa pemerintah. Meskipun dalam hal ini lebih fokus kepada daya saing UMKM dalam mengikuti *e-procurement*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana upaya peningkatan daya saing UMKM melalui *E-Procurement* di Provinsi Riau Tahun 2011-2015 ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk :

1. Untuk mengetahui keterlibatan UMKM pada pelelangan yang diadakan oleh LPSE Provinsi Riau.
2. Untuk mengetahui tingkat daya saing UMKM Lokal dalam mengikuti *e-procurement* di Provinsi Riau.
3. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan setiap individu yang ada di UMKM dalam meningkatkan kemampuannya pada keterlibatan *e-procurement*.
4. Untuk menganalisis upaya-upaya yang dilakukan UMKM Lokal dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah
5. melalui *E-Procurement* di Provinsi Riau.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi nilai manfaat baik secara teoritis maupun praktis yang diperoleh oleh pembaca.

1. Manfaat Teoritis :

- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi baru yang diharapkan mampu menambah wawasan terhadap upaya UMKM Lokal agar tetap berperan dalam segala partisipasi di tingkat daerah.
- b. Sebagai media pembelajaran yang dapat menunjang sistem pembelajaran khususnya terhadap pengadaan barang dan jasa pemerintah.
- c. Sebagai salah satu inovasi penelitian yang mengaitkan dengan teknologi dan keberadaan UMKM sebagai masyarakat lokal.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi positif dalam upaya menumbuhkan tingkat partisipasi UMKM Lokal dalam berdaya saing atau berdaya jual tinggi pada pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah khususnya di Provinsi Riau.
- b. Mengkaji temuan pada UMKM Lokal yang ada terhadap keterlibatannya pada *e-procurement* LPSE Provinsi Riau.

- c. Penelitian ini juga akan menjadi suatu pilihan dan cara baru yang dapat digunakan sebagai perbaikan pelayanan pada tingkat pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah Provinsi Riau yang akan mendorong masyarakat pribumi mempunyai daya saing pada perusahaan atau pemerintah.

E. Literature Review

Pengadaan barang dan jasa ini menjadi suatu kegiatan yang rutin dilakukan oleh berbagai pihak, mulai dengan swasta maupun Pemerintah karena kegiatan ini dilakukan sebagai pemenuh kebutuhan berupa barang dan jasa yang diperlukan oleh berbagai kegiatan lainnya untuk keberlangsungan operasional instansi atau suatu perusahaan. Seiring majunya perkembangan sistem informasi dan teknologi, inovasi layanan pengadaan barang dan jasa memanfaatkan teknologi informasi yang disebut dengan *electronic procurement (e-procurement)*. Hal ini akan menjadi faktor pendorong akan terjadinya sistem lelang yang dilakukan oleh LPSE (Layanan Pengadaan Barang dan Jasa Secara Elektronik) yang akan memudahkan perusahaan maupun instansi untuk dapat berpartisipasi dalam pengadaan yang disediakan. Sistem secara elektronik ini diupayakan agar terhindarnya dari tindakan KKN dan transparansi yang dilakukan sesuai dengan keadaan yang benar terjadi.

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang juga mempunyai fokus yang sama dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Studi Penerapan E-Procurement pada proses pengadaan di pemerintah kota Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Hary Wijaya dkk pada tahun 2013 mengungkapkan bahwa pada kasus ini, Hubungan antara manajemen serta kualitas hasil dan produksi maupun hubungan kerjasama mampu mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengadaan barang dan jasa di pemerintah kota Surabaya. Penerapan yang dilakukan pada studi ini, menunjukkan bahwa ada kepentingan didalamnya untuk dapat berpartisipasi dan menyeimbangkan daerah dengan daerah lainnya.

2. *The Status of Indonesia's E-Procurement*

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Nurmandi, bahwasannya pada tahun 2013 ada 1.176 unit independen *e-procurement* di Indonesia dan tersedia 543 penyedia sistem e-procurement, penyedia layanan e-procurement ada 40 dan 583 e-procurement yang tersebar di 33 provinsi dan 731 instansi. Hal ini mendapat perhatian khusus karena mempunyai progress yang cukup baik, persentase peningkatannya sekitar 300%. Dan setelah 5 tahun terakhir mendapat jumlah yang naik dua kali lipat pada tahun 2013. Hal ini dipertegas bahwa adanya keterlibatan antara pemimpin dan regulasi yang berjalan (Nurmandi, 2013).

3. *Public Service Integrity Perception: Case Study In Kutai Kartanegara Regency, Indonesia .*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dyah Mutiarin di tahun 2014, pelayanan publik dapat dilihat integritas kinerjanya dengan menggunakan indeks kepuasan masyarakat. Kutai Kartanegara indeks persepsi korupsi dan indeks standar kepuasan publik sudah dikatakan cukup baik. Pada penelitian ini pun mempunyai fakta yang diantaranya adalah ada tiga indeks yang dapat menunjukkan kinerja yang relative baik, ada variasi tinggi nilai-nilai indeks kepuasan public, indeks persentasi korupsi dan indeks standar kepuasan pelayanan secara minimal. Penyebab terjadinya hal seperti ini dikarenakan oleh sistem *e-procurement* melalui LPSE masih belum optimal, sistem control internal tidak memadai dalam unit pelayanan, dan yang utama pada bidang pengadaan barang dan jasa serta lisensi mengeluarkan dan juga izin yang diberikan tidak sesuai dengan sumber daya manusia yang ada karena masih lemahnya keahlian dalam pengadaan barang dan jasa.

4. *Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik (E-Procurement) Pada Pemerintah Kota Yogyakarta*

Pada penelitian Dwi Haryati d.k.k pada tahun 2011 melakukan penelitian yang mengungkapkan bahwa dalam pelaksanaan pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik pada pemerintah Kota Yogyakarta ini didorong dengan semangat tinggi pemerintah Kota Yogyakarta untuk dapat meningkatkan kualitas dari pelaksanaan pengadaan barang/jasa tersebut yang didorong dengan adanya

peraturan Walikota Yogyakarta No 137 Tahun 2009 sebagai landasan hukumnya. Tetapi ada hal yang diakui oleh pemerintah Kota Yogyakarta pada sistem *e-procurement* yang sudah berjalan ini dapat meminimalisir tatap muka langsung antara para pihak dalam proses pengadaan guna mengurangi potensi korupsi, kolusi dan nepotisme.

5. *E-procurement* dalam Pengadaan Barang dan Jasa untuk Mewujudkan Akuntabilitas di Kota Yogyakarta

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kodar Udoyono pada tahun 2012, pada penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian sebelumnya tetapi fokus permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah dengan akuntabilitas Kota Yogyakarta yang perlu adanya peninjauan. Tetapi dalam kasus ini yang dimunculkan yaitu untuk mewujudkan akuntabilitas dalam pengadaan barang dan jasa secara elektronik yang mengaitkan dimensi fisibilitas dalam pengadaan barang dan jasa secara elektronik di Kota Yogyakarta tahun 2009 meliputi regulasi, teknokratis dan administrasi, politik dan kebutuhan masyarakat, jadi temuan yang didapat pada *e-procurement* di tahun 2009 melaksanakan kebijakan secara fisibel tidak dengan akuntabel.

6. *Analysis Influence of E-Procurement Against Good Governance in Kementerian Agama Republik of Indonesia.*

Penelitian pada kasus ini, G.N. Hadi Budidharma menjelaskan bahwa pada analisis pengaruh adanya *e-procurement* ini terkait dengan prinsip-prinsip *e-procurement* dalam pengadaan barang dan jasa terhadap *good governance* di

Kementerian Agama. Beberapa yang diketahui dari hasil adanya analisis kasus ini adalah adanya efisien terhadap *good governance*, dimana dalam penerapan efisien dalam teori *good governance* mempunyai hasil yang baik. Adapun baiknya penelitian ini tidak hanya berpacu dengan teori dari *good governance*, dengan dapat menjadi pembanding dan memperkuat argument yang ada.

7. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Percepatan Peningkatan Ekonomi Daerah Di Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau

Pada penelitian yang dilakukan oleh isjoni, program ekonomi berbasis masyarakat telah dikembangkan di kabupaten Indragiri Hulu. Program yang diajukan ini diduga mampu meningkatkan dan mengembangkan lingkungan bisnis, terutama usaha kecil dan menengah (UKM). Meskipun dalam penelitian ini ada beberapa masalah yang dikaji, diantaranya adalah lemahnya struktur permodalan dan akses ke sumber daya modal, saham dan keberlanjutan bahan baku, sumber daya yang terbatas dan prestasi teknologi, kelemahan organisasi dan manajemen bahkan sampai pada kurangnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia. Adapun solusi alternative yang diberikan yaitu dapat didukung melalui pembangunan ekonomi daerah yang dapat dikembangkan melalui UKM diantaranya : potensi masyarakat, pengusaha, lembaga perkreditan, instansi terkait dan koperasi sebagai salah satu badan usaha. Dari penelitian ini masih banyak sekali hal-hal yang perlu diuji atau dikembangkan untuk memajukan dan meningkatkan pemberdayaan UKM di Provinsi Riau Khususnya,.

8. Peran *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nuryanti, tingkat daya saing dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, dimana hal ini akan mempunyai peluang besar bagi pebisnis tentunya dan juga peluang ekspor. Penelitian ini menekankan pada *e-commerce*. *E-commerce* yang dilakukan dengan memanfaatkan informasi teknologi tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi kegiatan tersebut juga diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Perlu adanya pengembangan website untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Dari hasil peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah yang berada dalam wilayah tersebut. *E-commerce* akandapat memperluas akses pasar setiap UKM yang sampai saat ini peneliti merasa itu adalah permasalahan dari UKM. Dengan hal tersebut yang dibantu dengan jangkauan media internet yang sangat luas menjadi peluang bagi UKM untuk dapat menembus pasar internasional. Meskipun peneliti masih merasa bahwa kendala yang terjadi pada UKM Indonesia dikarenakan penguasaan teknologi para pengusaha yang masih rendah.

9. Kebijakan Pemerintah Untuk Mendukung Umkm Dan Koperasi Dalam Menghadapi ACFTA

Pada penelitian ini, fokus yang diteleti mempunyai keterkaitan pada beberapa pihak, baik sektor publik maupun sektor privat. Teuku Syarif dan Ethy Budiningsih memaparkan bahwa dalam menghadapi ACFTA, UMKM dan koperasi harus berada pada posisi yang ideal. Dimana kedua sector tersebut mampu menjadi ujung tombak peningkatan ekonomi di tingkat nasional. Reposisi kedudukan UMKM dan Koperasi tersebut dapat ditumbuhkan melalui perkuatan kondisi internal dan penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM dan Koperasi. Karena dengan adanya kinerja UMKM ini mampu mendorong keberhasilan pemerintah dalam mengembangkan produktivitas dan efisiensi yang juga mendorong tingkat daya saing UMKM baik dalam pasar local maupun pasar internasional. Dengan adanya peningkatan daya saing yang dilakukan oleh UMKM maka akan memperbaiki kondisi kesejahteraan UMKM maupun pendapatan Negara. Beberapa aspek penting yang harus diperhatikan adalah :

1. Pemberian kesempatan usaha yang lebih besar kepada UMKM dan koperasi.
2. Peningkatan kualitas SDM, UMKM dan Koperasi
3. Perkuatan di bidang permodalan teknologi dan informasi

10. *E-Procurement System Technology: An Analysis in Electronic Procurement Service Unit (LPSE) of Kepulauan Riau Province*

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmandi (2014) menunjukkan bahwa adanya sistem *e-procurement* ini tidak hanya dapat dilihat secara teknis, tetapi juga menunjukkan bagaimana pengaruh proses politik ke implementasi dari *e-procurement* ini. Hal ini menunjukkan bahwa untuk membuat *e-procurement* yang efektif juga diikuti dengan kemauan politik yang kuat dalam melaksanakan sistem *e-procurement* yang kemudian dapat meningkatkan kualitas dalam pengadaan barang dan jasa. Tidak hanya itu saja tetapi proses politik juga menentukan peraturan yang telah dibuat untuk menghindari penyimpangan dalam penerapan sistem *e-procurement*. Selain itu proses politik juga menentukan ketersediaan sumber daya manusia dan juga sumber anggaran serta infrastruktur yang dibutuhkan untuk memenuhi fasilitas dan prasarana.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, bahwasannya dalam hal ini penelitian yang berfokuskan kepada pengadaan barang dan jasa melalui elektronik (*e-procurement*) ini tidak hanya terfokus pada internal pengadaan barang dan jasa saja tetapi ingin memunculkan suatu peran dari masyarakat asli daerah tersebut untuk dapat berpartisipasi dalam kegiatan pengadaan barang dan jasa yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Riau. Jika diketahui, masyarakat merupakan elemen pertama untuk mensukseskan keberhasilan suatu program yang dijalankan oleh pemerintah karena apa yang dilakukan oleh pemerintah disini akan kembali lagi hasilnya untuk rakyat dan/ atau masyarakat. Dalam penelitian ini tidak hanya pemerintah dan masyarakat saja

yang terlibat tetapi peran UMKM dalam kegiatan *e-procurement* ini juga dapat diikutsertakan sebagai salah satu faktor pendukung meningkatnya daya saing masyarakatnya dan potensi masyarakat yang dimiliki dan hasil yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu akan dapat teridentifikasi bagaimana peran UMKM daerah dalam keikutsertakannya pada tender yang disediakan oleh pemerintah Provinsi Riau. Maka dari situlah akan muncul suatu propaganda apakah dengan adanya keterlibatan UMKM akan mampu mendorong potensi sumber daya manusia di daerah Provinsi Riau.

F. Kerangka Teori

Untuk dapat memulai dan menganalisis penelitian ini yang berjudul **Upaya Tata Kelola Daya Saing UMKM Lokal Terhadap *E-Procurement* di Provinsi Riau Tahun 2011-2015**, maka ada beberapa teori yang diperlukan sebagai faktor pendukung keberhasilan analisis penelitian ini, diantaranya adalah :

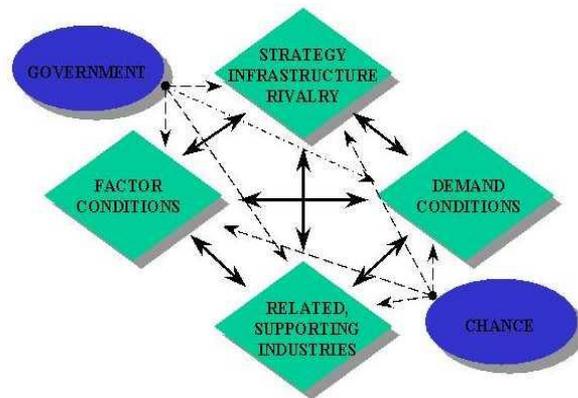
1. Daya Saing

Daya saing berkaitan dengan kata persaingan yang merupakan inti dari kesuksesan atau kegagalan suatu perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan melalui daya saing, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan atau swakelola untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan kualitas yang terbaik bagi pasar atau masyarakat, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan disisi lain adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis,

takut akan persaingan dan tidak mampu untuk dapat menghasilkan produk-produk yang berkualitas sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaan yang tidak dapat berjalan statis.

Gambar 1.1 Teori Porter

Competition is at the core of the success or failure of firms



Sumber: Porter, 2007.

Didalam teori daya saing Michael Porter yang terkenal pada saat menganalisis persaingan atau *competition analysis* juga dikenal dengan istilah **Porter Five Forces Model** yang menilai bahwa perusahaan secara nyata tidak hanya mengukur daya saing dengan perusahaan yang ada dalam industri saat ini. Analisis yang biasa digunakan oleh perusahaan adalah siapa pesaing langsung perusahaan tersebut dan akhirnya mereka terjebak dalam “*competitor oriented*”, sehingga tidak mempunyai visi pasar yang jelas. Michael Porter juga menggambarkan suatu kekuatan yang

digunakan untuk mengukur potensial suatu perusahaan agar dapat bersaing dalam *five forces model* diantaranya adalah :

a. Intensitas persaingan antar pemain yang ada saat ini

Intensitas persaingan itu dipengaruhi oleh banyak faktor, misalnya struktur biaya produksi. Sebagai contoh, jika memiliki porsi biaya struktur yang cukup besar, maka semakin tinggi intensitas persaingan yang disebabkan oleh tingkat *break even point* yang tinggi sehingga pada umumnya harus menjual produk dalam jumlah yang besar.

b. Ancaman masuk pendatang baru

Kekuatan kedua ini merupakan suatu ancaman yang dipengaruhi oleh masuknya pendatang baru yang sebagian besar dipengaruhi oleh besarnya biaya investasi yang dibutuhkan, maupun dari sisi perijinan. Semakin besar hambatan masuk akan semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.

c. Kekuatan tawar menawar pemasok

Semakin sedikit jumlah pemasok, maka akan semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya.

d. Kekuatan tawar pembeli, dan

Semakin besar pembeli, maka akan semakin banyak pilihan yang disediakan bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli akan menjadi semakin kuat.

e. Ancaman produk pengganti

Kekuatan kelima ini berkaitan dengan produk-produk substitusi, seberapa banyak produk yang akan diproduksi maupun ketersediaan produk substitusi yang banyak akan membatasi keleluasaan pemain dalam industry untuk menentukan harga jual produk.

a. Dimensi Daya Saing

Dimensi merupakan salah satu bentuk untuk dapat mengukur sesuatu yang dapat memberikan standar penilaian dari apa yang akan dinilai. Dimensi daya saing dalam perusahaan dapat diukur melalui :

1. Biaya, dalam dimensi daya saing indikator yang mencakup dalam dimensi ini adalah :
 - biaya produksi,
 - produktifitas tenaga kerja,
 - penggunaan kapasitas produksi dan persediaan.

Dimensi ini mempunyai kekuatan mutlak yang digunakan sebagai modal utama yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan yang sewaktu dapat digunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.

2. Kualitas, dalam dimensi daya saing kualitas ini dimaksudkan sangat penting setelah adanya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Kualitas ini biasanya dilihat dan dapat tercerminkan melalui desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk.

3. Waktu, dimensi ketiga ini merupakan dimensi daya saing yang meliputi indikator yang diantaranya adalah :

- Ketepatan waktu produksi,
- Pengurangan waktu tunggu produksi, dan
- Ketepatan waktu penyampaian produk.

Dari ketiga indikator yang ada pada dimensi ini sangat berkaitan.

4. Fleksibilitas, atau biasa disebut dapat disesuaikan dengan adanya kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

b. Strategi Peningkatan daya saing

Keunggulan yang didapat dalam usaha bersaing dengan membangun hubungan yang didasarkan pada:

1. Nilai pelanggan

Nilai ini merupakan perbedaan antara nilai total bagi pelanggan dan biaya total pelanggan terhadap penawaran pemasaran.

2. Kepuasan pelanggan

Strategi ini merupakan penilaian terhadap sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk yang sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk ini kurang dari yang diharapkan, maka pembeliannya tidak puas.

c. Faktor-faktor daya saing

Adapun beberapa faktor yang diduga dapat untuk mempengaruhi daya saing adalah :

1. Lokasi

Dengan memperhatikan lokasi usaha yang digunakan sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi factor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis dan menarik dapat menarik perhatian pembeli (Frans, 2003).

2. Harga

Factor ini menjadi jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat yang dimiliki dari produk atau jasa tersebut (Sunarto, 2004). Harga akan menentukan sebuah

produsen banyak dikunjungi konsumen atau akan minim akan konsumen.

3. Pelayanan

Pelayanan program pelayanan/*service* akan seringkali menjadi pokok pemikiran konsumen pada penyedia barang dan jasa yang disediakan. Pelayanan yang dilakukan melalui produk berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan produk yang ada, produk yang diberikan bermutu dan bernilai jual tinggi.

4. Mutu atau Kualitas

Kualitas ini disesuaikan dengan spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan produk itu sendiri, dan juga kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya.

“ product quality is the appropriateness of design specifications to function and use as well as the degree to which the product conforms to the design specifications ”

Secara garis besar, salah satu perusahaan akan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

5. Promosi

Semakin banyak suatu perusahaan melakukan promosi, semakin banyak pula pengunjung dalam memenuhi

kebutuhannya. Promosi akan dapat dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain (Sunarto, 2004).

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berdasarkan pada UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dimaksudkan Bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah yaitu terdiri atas:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang diantaranya adalah :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah).

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha

Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil yang diantaranya adalah :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah).

3. Usaha Menengah adalah Usaha Ekonomi Produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang diantaranya adalah :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (Sepuluh Milyar

Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (Lima Puluh Milyar Rupiah).

a. Asas dan Tujuan UMKM

Berdasarkan Pada UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 2 yakni pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai tugas untuk memberikan layanan yang berasas kan dengan:

- a. Kekeluargaan
- b. Demokrasi Ekonomi
- c. Kebersamaan
- d. Efisiensi Berkeadilan
- e. Berkelanjutan
- f. Berwawasan Lingkungan
- g. Kemandirian
- h. Keseimbangan Kemajuan; dan
- i. Kesatuan Ekonomi Nasional

b. Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM

1) Prinsip Pemberdayaan UMKM

Merujuk pada pasal 4 UU No 20 Tahun 2008 UMKM dalam menjalankan fungsi dan tugasnya mempunyai prinsip yang mendasar untuk dapat memperdayakan UMKM tersebut diantaranya adalah :

- a. Penumbuhan Kemandirian, Kebersamaan, dan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
- b. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- d. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; dan,
- e. Penyelenggaraan perencanaan pelaksanaan dan pengendalian secara terpadu.

2) Tujuan Pemberdayaan UMKM

Dalam menjalankan Tujuannya, UMKM telah membuatnya dan membentuk tujuan pemberdayaan agar tetap berjalan diantaranya yaitu :

- a. Mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

c. Peranan UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah mempunyai peranan dalam menentukan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, adapun kebijakan yang dilakukan pemerintah unruk meningkatkan pertumbuhan UMKM diantaranya adalah :

- a. *Kebijakan do nothing policy*
Pemerintah pada apapun alasannya sadar bahwa tidak perlu melakukan perbuatan apa-apa dan membiarkan UMKM berjalan dengan kebijakan yang dibuat secara internal.
- b. Kebijakan memberi perlindungan (*Protection policy*) terhadap UMKM. Kebijakan ini bersifat melindungi

UMKM dalam kompetisi dan bahkan untuk memberikan subsidi kepada UMKM.

c. Kebijakan berdasarkan ideology pembangunan (*Developmentalist*). Kebijakan ini memilih industri yang potensial (*picking the winner*) namun tidak diberi subsidi.

d. Kebijakan *Market Friendly Policy*

Kebijakan ini menjadi semakin populer dengan adanya penekanan pada pilihan *brood based* dengan tanpa adanya subsidi dan kompetisi.

d. Faktor Pendukung

Dalam mengembangkan suatu perubahan yang baik tentu diiringi dengan adanya inovasi dari kebijakan yang dibuat, atau media yang dipergunakan. UMKM memiliki dua indikator yang dipergunakan dalam menciptakan inovasi pada pengembangan dunia industrialisasi diantaranya adalah (Emrizal, 2008) :

a. Sumbangan Nilai Tambah

Sumbangan nilai tambah dalam pertumbuhan dapat digunakan sebagai petunjuk yang baik untuk menunjukkan efek empirik ekonomi global. Hipotesa kerjanya adalah apabila terdapat kenaikan sumbangan nilai tambah dalam pertumbuhan ekonomi dapat mempengaruhi kerja UMKM diberbagai sektor Ekonomi.

b. **Kondisi Teknologi UMKM**

Adanya perubahan teknologi pada tiap unit usaha dan secara terus menerus akan dapat mengalami perkembangan sehingga kualitas produk dapat bersaing dipasar ekspor dan domestik. Sifat teknologi yang digunakan untuk industri kecil dan menengah tergantung pada sektor ekonomi.

3. Elektronik Procurement (*E-Procurement*)

Elektronik procurement adalah proses pembelian barang dan jasa yang diperlukan bagi kebutuhan operasional organisasi secara elektronik. Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah yang selanjutnya disebut dengan Pengadaan Barang/Jasa adalah kegiatan untuk memperoleh Barang/Jasa oleh Kementerian/Lembaga/Satuan Kerja Perangkat Daerah/Institusi lainnya. yang prosesnya dimulai dari perencanaan kebutuhan sampai diselesaikannya seluruh kegiatan untuk memperoleh barang/jasa Pelaksanaan pengadaan barang/jasa dilakukan melalui :

- a. Swakelola; dan/atau
- b. Pemilihan Penyedia Barang/Jasa

Dalam hal ini, pengadaan Barang/Jasa Pemerintah dalam Peraturan Presiden ini mencakup diantaranya :

- a. Barang
- b. Pekerjaan Kontruksi

- c. Jasa Konsultasi; dan
- d. Jasa Lainnya

Pengadaan barang dan jasa harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip pengadaan yang dipraktekkan secara internasional, diantaranya adalah :

- a. Efisiensi

Prinsip efisiensi dalam pengadaan barang dan jasa adalah dengan menggunakan sumber daya yang tersedia sesuai dengan jumlah barang dan jasa, kualitas yang diharapkan dan mempergunakan waktu yang optimal.

- b. Efektif

Prinsip ini dalam pengadaan barang dan jasa merupakan sumber daya yang tersedia diperoleh dari barang dan jasa yang mempunyai nilai manfaat yang cukup baik.

- c. Persaingan

Prinsip persaingan merupakan faktor pendukung dari adanya suatu daya saing perusahaan atau penyedia tender yang juga perlu adanya etika dan norma pengadaan yang berlaku, tidak terjadi kecurangan dan praktek KKN (Korupsi, Kolusi dan Nepotisme).

d. Terbuka

Prinsip ini akan menjadi kesempatan penting dalam pengadaan barang dan jasa untuk dapat memberikan kesempatan kepada semua penyedia barang dan jasa yang kompeten untuk mengikuti pengadaan.

e. Transparansi

Prinsip transparansi dalam pengadaan barang dan jasa sebagai media pemberi informasi yang lengkap tentang aturan pelaksanaan pengadaan barang dan jasa kepada semua calon penyedia barang dan jasa yang berminat serta juga masyarakat yang mempunyai peran sebagai rakyat.

f. Tidak Diskriminatif

Prinsip ini diduga agar dapat memberi perlakuan yang sama kepada semua calon penyedia barang dan jasa yang berminat mengikuti pengadaan barang dan jasa.

g. Akuntabilitas

Prinsip akuntabilitas dalam pengadaan barang dan jasa sebagai pertanggungjawaban dari terlaksananya pengadaan barang dan jasa kepada para pihak yang terkait dan masyarakat. Hal ini didasari dengan etika, norma, dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

E-Procurement merupakan salah satu pendekatan terbaik dalam mencegah terjadinya tingkat KKN (Korupsi, Kolusi,

Nepotisme) dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah. Dengan adanya e-procurement peluang untuk dapat menjalin kontak langsung antar penyedia barang/jasa dengan panitia pengadaan menjadi semakin kecil, lebih transparan, lebih hemat waktu serta biaya dalam pelaksanaannya mudah untuk melakukan pertanggung jawaban keuangan. Hal ini juga didorong karena sistem elektronik tersebut mendapatkan sertifikasi secara internasional (Hariyanti, 2013). Penggunaan E-procurement secara rasional dapat menghemat anggaran 20-40%. Selain itu, *e-procurement* dapat menghemat 50% anggaran untuk kontrak kecil dan 23 % untuk kontrak besar (Anggaraini, 2013).

Kebijakan implementasi pada Keputusan Presiden No 80 Tahun 2003 bahwa *E-Procurement* dilakukan dengan cara mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi untuk mewujudkan good governance melalui pengadaan barang dan jasa yang bebas KKN. Sasaran diterapkannya sistem E-Procurement adalah untuk memberikan media proses pengadaan barang yang transparan, kompetitif, efektif, efisien, adil dan tidak diskriminatif dan akuntabel. Secara umum, E-Procurement merupakan suatu sistem data base yang terintegrasi dan mencakup area yang luas berbasis internet dengan jaringan sistem komunikasi dalam sebagian atau seluruh proses pembelian barang dan jasa. Kesiapan

aparap pemerintah menjadi factor utama untuk mencapai keberhasilan dari *e-procurement* (Oliviera, 2010).

G. Definisi Konseptual

1. Daya Saing adalah tingkat produktifitas yang diartikan sebagai output yang dihasilkan oleh suatu tenaga kerja (Porter M. E., 2007).
2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah produktif milik orang/ perorangan yang bukan anak perusahaan maupun cabang dari suatu perusahaan besar dan tidak dikuasai oleh perusahaan besar baik secara langsung maupun tidak langsung
3. *Electronic Procurement (e-procurement)* adalah pengadaan barang dan jasa secara elektronik atau pengadaan barang dan jasa yang dilaksanakan dengan menggunakan teknologi informasi dan transaksi elektronik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

H. Definisi Operasional

Indikator daya saing yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Biaya
2. Kualitas
3. Waktu
4. Fleksibilitas

Indikator pengadaan barang dan jasa yang digunakan :

1. Pengadaan Barang

2. Jasa Konstruksi
3. Jasa Konsultasi
4. Jasa Lainnya

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis yang digunakan peneliti adalah penelitian Kualitatif yakni penelitian yang menekankan pada pendeskripsian sebuah obyek masalah yang diteliti (Sugiono, 2012). Jadi bentuk dari hasil, laporan yang menggunakan metode kualitatif akan berbentuk narasi panjang. Dengan adanya penelitian menggunakan metode kualitatif proses temuan masalah akan lebih lengkap dan komprehensif. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana perbedaan daya saing yang ada dalam pengadaan barang dan jasa melalui *e-procurement* dari *vendor* yang berada di daerah maupun *vendor* yang berasal dari luar daerah.

2. Unit Analisa

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah UMKM Lokal yang telah terlibat dalam pelelangan tender pada tahun 2011-2015 didapat melalui LPSE Provinsi Riau. yang beralamatkan <http://lpse.riau.go.id/eproc/> . Kedua berasal dari Pihak Dinas Koperasi dan UMKM untuk *crosscheck* data yang ada sebagai penguat data yang diperoleh.

3.

Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data Primer pada penelitian ini didapat dari pihak yang bersangkutan. Data ini juga dapat disebut dengan data asli atau data baru. Dalam hal ini data primer yang dilakukan melalui wawancara yang dilakukan melalui surat elektronik (*e-mail*) maupun via telepon

b. Data Sekunder

Tabel 1.1 Data Sekunder Penelitian

No	Dokumen	Metode
1	Paket Lelang Tahun 2011-2015 LPSE Provinsi Riau	Dengan melakukan pengolahan data base pelelangan secara elektronik pada tahun 2011-2015 lalu diambil sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini
2	Data MonEv Online LPSE Provinsi Riau	Menggunakan dokumen yang tersedia pada website resmi LPSE Provinsi Riau

Data tersebut diambil dari referensi studi kepustakaan (berasal dari sumber-sumber yang telah ada) untuk kemudian menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara Online

Wawancara Online yang dilakukan pada penelitian ini digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi dan data dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui surat elektronik yang disebarkan kepada setiap narasumber yang mengikuti pengadaan barang dan jasa secara elektronik di LPSE Provinsi Riau pada tahun 2011-2015. Beberapa narasumber yang terlibat diantaranya adalah

Tabel 1.2 Daftar Narasumber Penelitian

No	Narasumber	Metode
1	Kepala Bagian Administrasi LPSE	Surat Elektronik & Telepon
2	Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Riau (Disposisi)	Surat Elektronik & Telepon
3	5 UMKM Provinsi Riau yang mengikuti Pelelangan secara <i>e-Procurement</i> di tahun 2011-2015	Surat Elektronik & Telepon
4	Asosisasi UMKM di Provinsi Riau	Surat Elektronik & Telepon

b. Teknik Analisis Data

Data yang didapat melalui e-procurement dari tahun 2011-2015 diolah untuk dapat dianalisis. Dalam proses analisis data dalam penelitian kualitatif sudah dimulai dan dilakukan sejak awal penelitian hingga penelitian selesai. Dimaksudkan yaitu bahwa setiap peneliti akan melakukan yang diantaranya adalah :

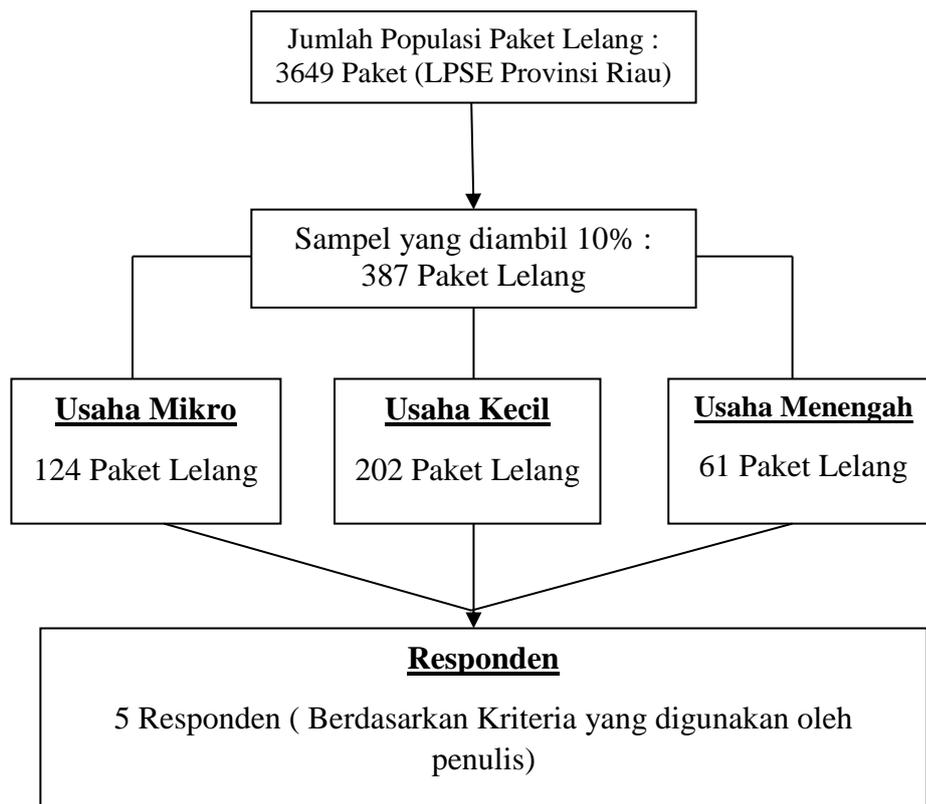
1. Pengambilan Sampel Penelitian

Dalam teknik yang pertama ini dilakukan suatu analisis dari pemilahan data yang akan di analisis. Saat penelitian dimulai, peneliti akan melakukan olah data yang sudah ada pada website LPSE Provinsi Riau pada tahun 2011-2015. Data yang sudah ada dikemas dan di urutkan berdasarkan kategori yang ada untuk dapat diolah. Jika semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisasikan (Gay dan Diehl, 1992). Penelitian ini bersifat deskriptif, maka sampel yang diambil dari populasi sebesar 10% (Gay dan Diehl, 1992). Proses pengambilan sampel ini menggunakan teknik *Purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan. Adapun kriteria yang digunakan untuk mengambil sampel adalah :

- a. Berasal dari UMKM

- b. Telah mengikuti Paket Lelang di LPSE Provinsi Riau Tahun 2011-2015
- c. Usaha Mikro dengan nilai pekerjaan kurang dari Rp. 300 juta.
- d. Usaha Kecil dengan nilai pekerjaan kurang dari Rp. 2,5 Milyar.
- e. Menjadi pemenang paket lelang selama periode tahun 2011-2015 minimum 2 kali pelaksanaan
- f. Berkenan untuk dijadikan responden

Bagan 1.1 Pengambilan Sampel Penelitian



2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses penyeragaman dan penggabungan dari semua bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk hasil data base maupun tulisan agar dapat dipahami hasil dan temuan dari data tersebut untuk dapat diteliti.

3. *Display Data*

Display data merupakan proses pengolahan semua data berbentuk tulisan dan *data base* yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori sesuai dengan kelompok masing-masing yang juga disajikan dalam bentuk tabel dan grafik.