



Standar Etalase *Event Organizer* Pada Katalog Elektronik

Sastyo Aji Darmawan

Anggota Dewan Pengurus Daerah Ikatan Ahli Pengadaan DKI Jakarta, Indonesia.

Informasi artikel

Sejarah artikel:

Diterima, Jan 24, 2024

Revised, Mar 10, 2024

Accepted, Apr 05, 2024

Kata kunci:

Katalog Elektronik,
Prinsip Pengadaan,
Event Organizer,
Standar,
Dapat Distandarkan.

ABSTRAK

Pada tahun 2023, jumlah produk tayang dan transaksi di katalog elektronik meningkat pesat jika dibandingkan tahun 2022. Prestasi ini patut diapresiasi oleh banyak pihak yang turut mempercepat penyerapan anggaran belanja Pemerintah melalui agenda peningkatan jumlah produk tayang dan nilai belanja melalui katalog elektronik. Pengadaan barang/jasa melalui katalog elektronik diasumsikan memenuhi prinsip keterbukaan. Sementara itu perlu kajian lebih mendalam untuk memastikan prinsip efisien, transparan, bersaing, adil dan akuntabel juga telah diterapkan. Sebab, regulasi telah menyederhanakan prosedur penayangan produk di dalam katalog. Di tambah lagi, dengan dibuka seluas-luasnya keran pengelolaan katalog sektoral dan lokal, potensi penyelenggaraan katalog yang tidak sesuai dengan prinsip pengadaan seolah terakselerasi seperti yang terjadi pada etalase jasa *Event Organizer (EO)*. Berdasarkan hasil penelusuran, etalase jasa EO saat ini belum memenuhi kriteria standar atau dapat distandarkan sesuai yang disyaratkan dalam Pasal 3 Peraturan LKPP Nomor 9 Tahun 2022 Tentang Toko Daring dan Katalog Elektronik Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Korespondensi Penulis:

Sastyo Aji Darmawan,

Anggota Dewan Pengurus Daerah Ikatan Ahli Pengadaan DKI Jakarta

Jl. Bunga Rampai 8 Gang 1 Nomor 37 RT 2/RW 6, Malaka Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur

Email: dsastyoaji@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Melalui Siaran Pers Nomor 10/Ses.3/3/2023 Tanggal 15 Maret 2023, Presiden RI Joko Widodo mengungkapkan jumlah produk yang masuk ke dalam sistem katalog elektronik sudah melompati jauh dalam waktu singkat dari 50 ribu produk menjadi 3,4 juta produk.

Pada tanggal 19 Juni 2023, jumlah produk tayang di E-Katalog/Katalog Elektronik tercatat telah ada lebih dari 5 juta produk. Secara lengkap LKPP mencatat hingga minggu ketiga Juni 2023 jumlah produk yang tayang dalam Katalog Elektronik mencapai 5.034.134 produk.

Lebih lanjut, Kepala LKPP RI, Hendrar Prihadi dalam Rakornas PBJ Tahun 2023 menyampaikan per Oktober 2023 total sudah ada sebanyak 6,9 juta produk tayang di e-Katalog dengan jumlah transaksi sebesar jumlah transaksi di e-Katalog tembus Rp 161,3 triliun. Jumlah ini meningkat pesat jika dibandingkan dengan tahun 2022 lalu, dimana total produk yang ditayangkan ada sebanyak 2,4 juta produk tayang dengan total transaksi Rp 83,9 triliun.

Prestasi ini patut diapresiasi oleh banyak pihak dan bukan hanya kepada LKPP yang merilis data tersebut, melainkan kepada seluruh K/L/PD juga Pelaku Usaha yang turut serta berkontribusi dalam memastikan transparansi dalam proses PBJ, mengupayakan efisiensi belanja Pemerintah, dan mempercepat penyerapan anggaran belanja Pemerintah melalui agenda peningkatan jumlah produk tayang dan nilai belanja melalui katalog elektronik. Dengan suksesnya program ini, kita semua

berharap tujuan pengadaan barang/jasa Pemerintah yang termaktub dalam Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 dapat tercapai.

Pencapaian tujuan tersebut tentu tidak boleh bertentangan dengan prinsip Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, sebagaimana tertuang di dalam Pasal 6 Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018, yakni: efisien, efektif, transparan, terbuka, bersaing, adil, dan akuntabel.

Berkenaan dengan penerapan prinsip-prinsip pengadaan, sayangnya, data peningkatan produk tayang dan nilai belanja di katalog elektronik tidak dapat memberikan argumentasi yang cukup sehingga bisa menjawab tuntutan Pasal 6 Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018.

Dari besaran 6,9 juta produk tayang di e-Katalog dengan jumlah transaksi sebesar jumlah transaksi di e-Katalog tembus Rp 161,3 triliun, kita hanya bisa mencerna bahwa kebijakan, regulasi dan platform katalog elektronik telah nyata efektif dan terbuka digunakan dan dirasakan manfaatnya oleh para Pelaku Pengadaan. Sementara itu, 5 prinsip lainnya perlu menjadi bahan diskusi yang lebih serius.

Pengadaan barang/jasa melalui katalog elektronik diasumsikan memenuhi prinsip efektif, baik dari sisi kebijakan, regulasi, platform yang digunakan, dan hasil pengadaannya. Dengan e-purchasing, PPK relatif lebih mudah mengendalikan mutu barang/jasa karena informasi spesifikasi dan reputasi Penyedia dapat dengan mudah diakses sebelum melakukan pemesanan.

Pengadaan barang/jasa melalui katalog elektronik diasumsikan memenuhi prinsip keterbukaan. Tanpa penerapan prinsip ini, tentu mencapai besaran 6,9 juta produk tayang di e-Katalog bukan hal yang mudah. Tingkat partisipasi pelaku usaha yang menayangkan produknya di katalog mencerminkan penerapan prinsip keterbukaan.

Sementara itu perlu kajian lebih mendalam untuk memastikan prinsip efisien, transparan, bersaing, adil dan akuntabel telah diterapkan dalam penyelenggaraan katalog elektronik. Sebab, Keputusan Kepala LKPP Nomor 122 Tahun 2022 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Katalog Elektronik telah menyederhanakan prosedur penayangan produk di dalam katalog. Di tambah lagi, dengan dibuka seluas-luasnya keran pengelolaan katalog sektoral dan lokal, potensi penyelenggaraan katalog yang tidak sesuai dengan prinsip pengadaan seolah terakselerasi.

Asumsi di atas seolah dijamin dengan fakta bahwa banyak produk yang tayang di katalog elektronik belum memenuhi ketentuan Pasal 3 Peraturan LKPP Nomor 9 Tahun 2022 Tentang Toko Daring dan Katalog Elektronik Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, yakni Barang/Jasa yang memiliki kriteria standar atau dapat distandarkan, memiliki sifat risiko rendah dan harga sudah terbentuk di pasar.

 PENYELENGGARA KEGIATAN EVENT ORGANIZER Rp 200.000.000,00 Penyedia : six production Wilayah Jual : KABUPATEN Merek : No. Produk : 96230-EZ2-179154507 produk ramah lingkungan : penyelenggara acara komponen biaya : paket dapat di sesuaikan dengan Kebutuhan Event keterangan lainnya : jasa Penyelenggara Acara SIX EO Jasa Pengisi Acara Artis band ibu kota Artis band pendukung Pengisi acara MC Instruktur senam Stage And Equipment LED Videotron Barikade Gate selamat datang Dekorasi stage Tenda sarnavil HT Meja kotak Meja VIP Kursi VIP Level stage VIP Confety Giant Kain putih + cat warna warni Makan dan minum VIP Honor Crew Man power Kebersihan Keamanan Rent n car Operasional Event ATK Spanduk / backdrop Photobooth	 Jasa Event Organizer Rp 4.440.000,00 Penyedia : GEJA CAHAYA MANDIRI Wilayah Jual : KABUPATEN Merek : No. Produk : 92912-EZ2-179747289 produk ramah lingkungan : Event Organizer komponen biaya : 4440000	 JASA EVENT ORGANIZER Rp 4.500.000.000,00 Penyedia : PT. SYAKIRAGHYNA RAJAWALI INDONESIA COMMUNICATION Wilayah Jual : KABUPATEN Merek : No. Produk : 85531-EZ2-181060058 produk ramah lingkungan : YA komponen biaya : KONSEP ACARA, OPERASIONAL PRA EVENT, SEWA VENUE, PENGURUSAN PERJINAN DAN KEAMANAN, TALENT, PRODUKSI DAN TEKNIS AREA, PRODUKSI TEKNIS PANGGUNG, SEWA SOUND AUDIO SYSTEM, SEWA LIGHTING SYSTEM, SEWA BACKLINE, SEWA LED, SEWA KELISTRIKAN, SEWA BROADCAST SYSTEM, BIAYA INTERNET STREAMING, PRINTING MATERIAL DAN PROMOSI LUAR RUANG, DOKUMENTASI, PENDUKUNGAN DAN LOGISTIK, PUBLIKASI, MAN POWER, JASA ORGANIZER, PAJAK
---	---	---

Gambar 1. Perbandingan Produk EO

Salah satunya pada etalase jasa *Event Organizer (EO)* di Katalog Elektronik. Berdasarkan hasil penelusuran, terdapat 1.913 Produk Jasa *EO* yang saat ini tayang di Katalog Elektronik, baik di katalog Nasional, Lokal maupun Sektoral.

Karakteristik produk yang ditayangkan pada etalase *EO* pun cukup beragam. Di Katalog Nasional misalnya, produk dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu kategori *EO*, Karnaval, Keagamaan, Olahraga, Pameran, Pertemuan, Seni Budaya dan Event Lainnya.

Secara acak, Penulis mencoba membandingkan produk-produk yang ditayangkan pada etalase dengan kategori *EO* pada katalog Nasional seperti terlihat pada Gambar 1.

Ketiga Produk di atas, ditawarkan pada kategori etalase yang sama oleh tiga Pelaku Usaha berbeda, dan menariknya ketiganya menawarkan produk yang sangat jelas diferensiasi spesifikasinya dan juga harganya. Dua Pelaku Usaha lainnya memberikan rincian spesifikasi Jasa *EO* yang ditawarkan, sementara Geja Cahaya Mandiri tidak memberikan informasi apapun. Untuk memberikan informasi yang akurat kepada Calon Pembeli, Geja Cahaya Mandiri seharusnya mencantumkan informasi detail pada kolom produknya.

Namun, sekalipun Geja Cahaya Mandiri telah mencantumkan informasi tersebut, ketiganya tidak mengunggah dokumen pendukung harga. Alhasil, Calon Pembeli pun tidak dapat meyakini kewajaran harga yang ditawarkan oleh para Pelaku Usaha.

Kondisi ini juga dapat ditemui di hampir seluruh katalog lokal dan sektoral. Para Pelaku Usaha Jasa *EO* cenderung menawarkan produknya dalam 1 Paket atau “gelondongan”. Akan tetapi, terdapat beberapa pelaku usaha *EO* yang menawarkan produk Jasa *EO* nya secara satuan, yaitu:

- a. pada Katalog Lokal Kota Probolinggo terdapat Pelaku Usaha Jasa *EO* yang menawarkan produk berupa penyewaan Bus Pariwisata kapasitas 50 orang dengan satuan Unit Hari;
- b. pada Katalog Sektoral Kementerian Perhubungan terdapat Pelaku Usaha Jasa *EO* yang menawarkan produk berupa penyewaan booth dengan satuan Paket booth;
- c. pada Katalog Lokal Kota Palembang terdapat Pelaku Usaha Jasa *EO* yang menawarkan produk berupa penyewaan genset 60 kva dengan satuan Unit Hari.

Dari dua kondisi di atas, Penulis berpendapat bahwa Pelaku Usaha Jasa *EO* yang menawarkan produk secara satuan (bukan paket/gelondongan) lebih memenuhi kriteria Pasal 3 Peraturan LKPP Nomor 9 Tahun 2022, yaitu standar atau dapat distandarkan, resiko rendah dan harga sudah terbentuk di pasar.

Meskipun pada praktiknya, PPK atau Pemilik Event ingin mencari cara termudah untuk mendapatkan Penyedia dengan satu kali klik di Katalog Elektronik, akan tetapi prinsip efisien, transparan, bersaing, adil dan akuntabel tetap perlu dikedepankan.

Beberapa hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip pengadaan tersebut dapat dilihat pada ringkasan berikut:

- a. Etalase yang menayangkan produk tidak standar atau tidak dapat distandarkan tidak dapat dikatakan telah akuntabel memenuhi ketentuan Pasal 3 Peraturan LKPP Nomor 9 Tahun 2022;
- b. Pelaku Usaha yang tidak menampilkan dokumen pendukung harga tidak dapat dikatakan telah transparan dan akuntabel dalam menawarkan harga produknya;
- c. Produk dengan karakteristik berbeda dalam satu kategori etalase tidak dapat dikatakan telah bersaing dengan produk lainnya;
- d. PPK/Pejabat Pengadaan yang memilih Penyedia dengan produk tanpa dokumen pendukung harga yang jelas, tanpa ada persaingan dengan pelaku usaha lainnya tidak dapat diyakini telah mengedepankan prinsip adil dan efisiensi.

Berangkat dari fenomena ini, kita perlu sama-sama mengoreksi kembali perjalanan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah kita yang tengah bertransformasi menuju pasar digital. Jangan sampai, kita terlambat menyadari, bahwa kebijakan yang sedang kita jalankan ternyata sudah keluar dari prinsip pengadaan yang selama ini harus kita junjung.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan atau studi literatur dan tinjauan yuridis, dimana peneliti mengandalkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian dan menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang dihasilkan berupa kata atau deskripsi. Penelitian ini juga menggunakan tinjauan yuridis untuk membandingkan penerapan katalog

elektronik dengan norma-norma pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, terutama terhadap prinsip-prinsip pengadaan.

3. HASIL PENELITIAN

Haryyadin Mahardika, penasehat *Indonesia Event Management Summit*, sebagaimana dikutip dari bisnis.com tanggal 5 Januari 2023, menyampaikan bahwa industri *event management* (EO) bakal tumbuh lebih tinggi dari rerata prosuk domestik bruto (PDB) Indonesia. Hal ini, lanjutnya, dikarenakan sektor usaha seperti manufaktur dan retail pascapandemi terus menggeliat dan membutuhkan kegiatan promosi yang bisa digarap oleh pelaku EO.

"Sektor seperti manufaktur dan retail perlu mengedukasi kembali konsumen guna meningkatkan konsumsi dan harus dilakukan dengan menggelar event," ujarnya, di sela konferensi pers *Indonesia Event Management Summit (IVES)*, Kamis (5/1/2023). Tidak hanya itu, Indonesia yang memiliki 10 destinasi wisata unggulan tentu akan berupaya mendatangkan wisatawan dengan cara menggelar aneka kegiatan yang membutuhkan jasa EO. Selain sektor swasta yang menggeliat, pihaknya juga melihat pemerintah bakal terus membelanjakan APBN salah satunya untuk membiayai aneka kegiatan yang bertujuan menjaga level kepercayaan publik terkait situasi ekonomi dan politik. "Dulu pernah ada kajian, industri kreatif termasuk EO, memiliki dampak langsung ke sektor ini sebesar 4 persen tapi dampak tidak langsungnya terhadap sektor lain bisa sampai 30 persen. Karena itulah saya yakin industri EO di Indonesia akan tumbuh dengan cepat," tuturnya.

Sementara itu, mengutip dari Kumparan, 18 November 2021, berdasarkan buku Modul Manajemen Event oleh Rr. Chusnu Syarifa, EO adalah sekelompok orang yang berusaha di bidang jasa yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengorganisasi rangkaian acara.

Susunan acara yang diatur oleh EO mulai dari sisi kreatif, persiapan, hingga pelaksanaan sampai selesai. Suatu EO bertujuan untuk membantu klien menyukseskan dan mewujudkan tujuan yang diharapkan.

Selain itu, dari kegiatan yang diselenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di kedua belah pihak. Baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Keuntungan ini tidak harus bersifat material, tetapi juga bisa bersifat non-material.

Menurut buku Modul *Event Organizer* oleh Jeaneta Josefin Rumerung, pada praktiknya, setiap EO mempunyai klasifikasi khusus berdasarkan jenis-jenis acara yang diselenggarakan. Berikut dua klasifikasi EO:

1. *EO Spesialisasi Kontraktor*. EO ini spesialis melayani keperluan perusahaan atau instansi yang akan mempunyai hajut. Hampir seluruhnya memiliki acara yang bersifat internal atau program yang disusun secara khusus oleh mereka sendiri. Untuk melaksanakannya, mereka biasanya menggandeng EO demi efisiensi dan keberhasilan acara tersebut. Misalnya, acara ulang tahun perusahaan, acara pertemuan konsumen, promosi langsung, dan lain-lain.
2. *EO Spesialisasi Program*. EO ini mengandalkan sebagian besar hidupnya melalui program atau konsep acara yang dibuat untuk dijual kepada sponsor. Misalnya, acara pameran, kompetisi olahraga atau otomotif, dan lain-lain.

Pada dasarnya, cara kerja event organizer adalah dengan menyewakan jasa dalam bidang penyelenggaraan acara kepada perusahaan, lembaga, atau perorangan yang membutuhkan.

EO membantu pemilik acara dalam masalah perencanaan, pengorganisasian, dan juga secara umum memfasilitasi acara, baik yang berukuran kecil, menengah, ataupun besar.

Adapun langkah-langkah kerja event organizer secara umum, yaitu:

1. Menyusun konsep-konsep acara yang jelas sehingga bisa ditawarkan kepada calon klien;
2. Membuat perencanaan dan teknis acara dengan baik, mulai dari lokasi, pengisi acara, dan semua hal yang perlu dipersiapkan;
3. Menjalinkan komunikasi dan kerja sama yang sangat baik dengan pengusaha restoran atau mereka yang memiliki tempat untuk pertemuan (hotel dan penginapan), serta pengusaha souvenir yang ada di suatu daerah;
4. Mengatur anggaran sesuai dengan bagian-bagian yang diperlukan, seperti anggaran untuk keperluan administrasi fasilitas, hotel transportasi, pengisi acara, konsumsi, hingga dekorasi acara.

Dikutip dari Strategi Bisnis Pariwisata oleh Bachruddin Saleh Luturlean (2019: 183-185), berdasarkan acara yang diselenggarakan, event organizer terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *One Stop Service Agency*. *One Stop Service Agency* adalah *Event Organizer* besar yang mampu menyelenggarakan berbagai jenis acara hingga skala internasional sekalipun.
2. *MICE*. *MICE* adalah kependekan dari *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*. *Event Organizer* ini khusus bergerak di bidang penyelenggaraan acara berbentuk pertemuan.
3. *Brand Activation*. *Brand Activation* adalah *Event Organizer* yang secara spesifik membantu kliennya untuk mempromosikan dalam rangka peningkatan penjualan, peningkatan pengenalan merek kalangan konsumen, dengan berinteraksi langsung ke target pasarnya. Dalam kaitannya dengan aktivitas Pemerintahan, lingkup Jasa *EO* ini dapat digunakan untuk mensosialisasikan Layanan Publik baru, program subsidi dan program-program Pemerintah lainnya.
4. Musik dan Hiburan. Musik dan hiburan adalah *EO* yang memiliki spesialisasi di bidang hiburan, terutama musik. Dalam kaitannya dengan aktivitas Pemerintahan, lingkup Jasa *EO* ini dapat disematkan dalam kegiatan *MICE* sebagai pembuka/pengisi acara atau pagelaran seni budaya asli Indonesia dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia.
5. Penyelenggara Pernikahan. Penyelenggara pernikahan adalah *EO* yang mengkhususkan diri membantu klien mengadakan pesta pernikahan.
6. Penyelenggara Ulang Tahun. Penyelenggara Ulang Tahun adalah *EO* yang ahli membuat pesta ulang tahun termasuk untuk anak-anak.
7. Penyelenggara Pribadi. Penyelenggara pribadi adalah *EO* khusus yang bergerak untuk penyelenggaraan pesta pribadi, terutama bagi orang kaya.

Dari ketujuh jenis *EO* ini, jenis 1 s.d. 4 adalah yang jenis *EO* dapat bekerja sama dengan instansi Pemerintah. Berdasarkan informasi di atas, kita sudah dapat mengelompokkan Jasa *EO* menjadi beberapa kategori, yakni: *MICE*; *Brand Activation*; dan Musik serta Hiburan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan informasi cara kerja *EO*, kita juga mendapatkan gambaran bahwa lingkup pekerjaan *EO* dapat dimulai sejak perencanaan sampai dengan penyelenggaraan event, sehingga produk Jasa *EO* yang dapat ditayangkan dalam Katalog Elektronik pun dapat dirumuskan antara lain:

1. Jasa Pembuatan Konsep, Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Standar, misal:
 - a. Konsep, Perencanaan dan Penyelenggaraan Event HUT Kemerdekaan RI Ke-79 tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota;
 - b. Konsep, Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Hari Antikorupsi Sedunia tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota;
 - c. Konsep, Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Rakornas PBJ Tahun 2024;
 - d. dan lain-lain.
2. Jasa Pembuatan Konsep dan Perencanaan Event Non Standar, meliputi:
 - a. Personil *EO* (Event Manager, Programmer, Desainer Grafis, Surveyor, Estimator, Administrasi, dll), dan
 - b. Kebutuhan Non Personil *EO* (ATK, Barang Konsumsi Komputer/Printer, Sewa Peralatan Komputer/Printer/Kamera, Tiket Perjalanan Survey/Sewa Kendaraan, Komunikasi (Pulsa/Paket Data), Konsumsi rapat, Pencetakan Laporan)
3. Jasa Penyelenggaraan Event Non Standar, misal:
 - a. Pembuatan Platform Event Digital (Aplikasi pendaftaran event/Website event/dll);
 - b. Pembuatan produk seni/desain grafis (cetak/digital – video/poster/maskot/musik/dll);
 - c. Penyediaan souvenir/seminar kit/training kit/dll;
 - d. Penyediaan materi event (Buku/Modul/Bahan Rapat/dll);
 - e. Penyediaan *Contact Center Event*;
 - f. Promosi/periklanan;
 - g. Penyewaan peralatan event termasuk operator;
 - h. Penyewaan alat transportasi termasuk operator;
 - i. Penyewaan Venue/Penginapan/Prasarana lainnya;
 - j. Penyediaan Konsumsi Peserta Event;
 - k. Penugasan Main Crew (Event Manager, Stage Manager, Vendor Manager, dll);

- l. Penugasan Tenaga Security/Tenaga Kebersihan/dan Tenaga Pendukung lainnya;
- m. Penugasan Talent/Pekerja Seni.

Untuk Jasa Pembuatan Konsep dan Perencanaan Event dibedakan menjadi dua kategori, yaitu pertama, Konsep dan Perencanaan Event Standar yang murni diusulkan oleh *EO* dan ditawarkan kepada Instansi Pemerintah dan kedua, Konsep dan Perencanaan Event yang disusun berdasarkan hasil pembahasan dengan Pemilik Event.

Konsep dan Perencanaan Event yang sudah distandarkan di atas, diasumsikan sudah memiliki perencanaan teknis dan kebutuhan anggaran yang pasti, sehingga pemesanan produknya sudah sekaligus dengan Inklusif Penyelenggaraan Event sesuai dengan Konsep dan Perencanaan Event yang dipilih.

Sementara itu, untuk Kategori Konsep dan Perencanaan Event yang kedua, *EO* harus mengidentifikasi kebutuhan Pemilik Event terlebih dahulu sebelum menyusun konsep, perencanaan dan kebutuhan biayanya. Oleh karenanya, *EO* tidak dapat menetapkan besaran biaya Konsep dan Perencanaan Event secara mandiri. Pelaku Usaha Jasa *EO* dapat menayangkan produknya berupa kebutuhan personil dan non personil yang dibutuhkan dalam penyusunan konsep dan perencanaan event, sehingga PPK/PP dapat tetap melakukan pemilihan Penyedia melalui Katalog Elektronik.

Selanjutnya, PPK/PP dapat memilih produk-produk Penyelenggaraan Event Non Standar sesuai konsep dan perencanaan Event yang telah disusun. Konsekuensinya, PPK harus memisahkan paket Pembuatan Konsep dan Perencanaan Event dengan Penyelenggaraan Eventnya pada RUP.

REFERENSI

- [1] Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
- [2] Peraturan LKPP Nomor 9 Tahun 2022 Tentang Toko Daring dan Katalog Elektronik Dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
- [3] Keputusan Kepala LKPP Nomor 122 Tahun 2022 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Katalog Elektronik.
- [4] Bos LKPP: Transaksi E-Katalog hingga Oktober 2023 Tembus Rp 161 T, terdapat pada: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7023148/bos-lkpp-transaksi-e-katalog-hingga-oktober-2023-tembus-rp-161-t> , diakses tanggal 23 Januari 2023.
- [5] Industri EO Bakal Tumbuh Pesat Tahun Ini, Ini Salah Satu Faktornya, terdapat pada: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230105/12/1615458/industri-eo-bakal-tumbuh-pesat-tahun-ini-ini-salah-satu-faktornya> , diakses tanggal 23 Januari 2023.
- [6] LKPP RI Sebut 3,4 Juta Produk Masuk E-Katalog, terdapat pada: <https://jateng.akurat.co/news/1332426096/LKPP-RI-Sebut-34-Juta-Produk-Masuk-EKatalog> , diakses tanggal 23 Januari 2023.
- [7] Mengenal EO atau Event Organizer beserta Perannya, terdapat pada: <https://kumparan.com/kabar-harian/mengenal-eo-atau-event-organizer-beserta-perannya-1wwRPGgAny2> , diakses tanggal 23 Januari 2023.