



# Analisis Pangsa Pasar dan Peluang Pengembangan Katalog Elektronik Pemerintah Versi 6 Dalam Era Transformasi E-Commerce Indonesia

Agus Arif Rakhman

Stasiun Geofisika Klas 1 Bandung, Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika, Indonesia.

## Informasi Artikel

### Sejarah Artikel:

Diterima, Okt 12, 2024

Revisi, Okt 19, 2024

Disetujui, Okt 28, 2024

### Kata kunci:

E-commerce,  
Pangsa Pasar,  
Katalog Elektronik,  
Pengadaan Pemerintah,  
Digitalisasi.

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh perkembangan sektor e-commerce terhadap pengembangan e-Katalog Pemerintah versi 6, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengadaan barang/jasa publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis data mengenai pangsa pasar platform e-commerce utama di Indonesia dan tren transaksi digital yang berkembang. Selain itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi peluang integrasi sistem pembayaran digital dalam e-Katalog. Hasil analisis menunjukkan bahwa dominasi platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia memberikan indikasi adanya potensi besar untuk mempercepat pengadaan barang/jasa pemerintah melalui e-Katalog. Sistem pembayaran digital yang semakin efisien juga ditemukan dapat mendukung kelancaran transaksi dan mengurangi biaya operasional. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan e-Katalog versi 6 dapat meningkatkan efisiensi proses pengadaan publik, dengan memanfaatkan infrastruktur digital yang telah ada dalam sektor e-commerce. Rekomendasi dari penelitian ini adalah untuk memperkuat infrastruktur digital, menyederhanakan proses adopsi teknologi, dan memperkuat kemampuan pengelola e-Katalog guna memastikan keberhasilan implementasi sistem ini dalam pengadaan barang/jasa pemerintah.

DOI : <https://doi.org/10.59034/jpi.v2i2.18>

How to Cite :

Rakhman, A. A. (2024). Analisis Pangsa Pasar dan Peluang Pengembangan Katalog Elektronik Pemerintah Versi 6 Dalam Era Transformasi E-Commerce Indonesia. Jurnal Pengadaan Indonesia, 3(2), 69–77. <https://doi.org/10.59034/jpi.v3i2.52>

## Korespondensi Penulis:

Agus Arif Rakhman,

Stasiun Geofisika Klas 1 Bandung,

Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika,

Jl. Cemara No.66, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161.

Email: [agusarifrahman@gmail.com](mailto:agusarifrahman@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Pengadaan barang/jasa pemerintah di Indonesia telah lama menjadi fokus perhatian dalam upaya peningkatan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas sektor publik. Dalam beberapa tahun terakhir, proses pengadaan barang/jasa pemerintah telah mengalami transformasi signifikan dengan diperkenalkannya **e-Katalog Pemerintah**. Sistem e-Katalog ini dirancang untuk menggantikan metode pengadaan tradisional yang cenderung memakan waktu, rentan terhadap korupsi, dan tidak efisien. Melalui integrasi teknologi digital, e-Katalog Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan

transparansi proses pengadaan, mengurangi biaya transaksi, serta mempercepat pemilihan penyedia barang/jasa.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan **e-commerce** di Indonesia, yang ditandai dengan **tingginya penetrasi internet** dan adopsi platform digital oleh masyarakat, muncul peluang besar untuk mengembangkan e-Katalog Pemerintah agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi ini. Platform e-commerce seperti **Shopee, Tokopedia**, dan **Bukalapak** telah menguasai sebagian besar pasar barang/jasa di Indonesia, menciptakan pola konsumsi baru yang lebih efisien, cepat, dan terjangkau. Tren ini membuka peluang bagi pemerintah untuk memanfaatkan infrastruktur digital yang sudah mapan untuk mengoptimalkan pengadaan barang/jasa secara lebih transparan dan efisien.

**Teori Adopsi Teknologi (TAM)** yang dikembangkan oleh **Davis (1989)** menjelaskan bahwa adopsi teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu **kemudahan penggunaan** dan **kegunaan yang dirasakan**. Dalam konteks e-Katalog Pemerintah, penerimaan sistem oleh pengguna (baik penyedia barang/jasa maupun instansi pemerintah) sangat bergantung pada seberapa mudah sistem tersebut digunakan dan seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh para pengguna. **TAM** memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana **kemudahan akses dan kegunaan** sistem e-Katalog dapat mendorong lebih banyak pengguna untuk berpartisipasi, sehingga meningkatkan efektivitas dan efisiensi sistem pengadaan tersebut.

Sementara itu, **Teori Keunggulan Kompetitif** yang diperkenalkan oleh **Porter (1985)** memberikan perspektif tambahan mengenai pentingnya pengembangan sistem yang memberikan **keunggulan biaya** dan **diferensiasi produk** bagi pemerintah dan penyedia barang/jasa. Penggunaan e-Katalog Pemerintah yang didorong oleh platform e-commerce dapat mengurangi biaya transaksi dan memberikan keunggulan dalam pemilihan penyedia yang lebih transparan. Dengan memanfaatkan teknologi yang sudah terbukti efisien di sektor e-commerce, pemerintah dapat mengurangi **biaya pengadaan**, serta memastikan bahwa penyedia barang/jasa yang terlibat sudah terverifikasi dan dapat diandalkan.

Dalam perspektif **Teori Jaringan (Network Theory)**, sistem pengadaan barang/jasa yang melibatkan banyak aktor, seperti penyedia barang, pemerintah, dan masyarakat, dapat menciptakan nilai yang lebih besar melalui **efek jaringan**. Semakin banyak penyedia yang terhubung dalam e-Katalog, semakin besar potensi **efisiensi dan keuntungan** yang dapat diperoleh. Hal ini relevan dengan kondisi pasar e-commerce di Indonesia yang semakin terbuka dan terhubung, di mana **konektivitas antar berbagai pihak** dapat meningkatkan kolaborasi dan mempercepat proses pengadaan barang/jasa pemerintah.

Sejalan dengan teori-teori tersebut, **pengembangan e-Katalog Pemerintah** versi 6 menjadi sangat relevan untuk meningkatkan **transparansi** dan **efisiensi** dalam pengadaan publik. Sistem ini memungkinkan lebih banyak penyedia barang/jasa terlibat dalam proses pengadaan yang transparan dan terbuka, serta mengurangi potensi korupsi yang sering kali terjadi dalam pengadaan tradisional. Selain itu, dengan **penggunaan pembayaran digital** yang semakin berkembang di Indonesia, teori **Ekonomi Skala** juga relevan untuk mengoptimalkan efisiensi biaya transaksi dan operasional dalam pengadaan melalui e-Katalog.

Berdasarkan hal ini, penelitian ini bertujuan untuk **menganalisis pangsa pasar e-commerce di Indonesia** dan **peluang pengembangan e-Katalog Pemerintah** dengan memanfaatkan tren teknologi e-commerce yang berkembang pesat. Dengan memanfaatkan data kuantitatif yang tersedia mengenai pasar e-commerce, perilaku konsumen, dan penggunaan platform digital, penelitian ini akan memberikan wawasan mengenai bagaimana **digitalisasi dan integrasi e-commerce** dapat mengubah proses pengadaan barang/jasa pemerintah menjadi lebih efisien, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan publik.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Data yang digunakan meliputi statistik e-commerce Indonesia dari sumber-sumber kredibel seperti We Are Social, Katadata, dan laporan Google & Bain & Company. Analisis dilakukan dengan menggali pangsa pasar platform e-commerce, kategori produk yang paling laris, serta kebiasaan konsumen dalam berbelanja online. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dibandingkan dengan data transaksi yang

tercatat dalam e-Katalog Pemerintah untuk mengidentifikasi peluang pengembangan sistem pengadaan berbasis digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia

Data terbaru mengenai pangsa pasar e-commerce di Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut **We Are Social & Datareportal** (2024), **total transaksi e-commerce Indonesia** diperkirakan mencapai USD 70 miliar pada tahun 2023, dan diprediksi akan terus tumbuh pada tingkat yang tinggi. Hal ini mencerminkan adopsi yang semakin cepat terhadap belanja online oleh konsumen Indonesia. Pangsa pasar terbesar di dominasi oleh tiga pemain utama: **Shopee**, **Tokopedia**, dan **Bukalapak**, dengan **Shopee** yang memimpin pasar, tercatat memiliki lebih dari 45% dari total pangsa pasar e-commerce Indonesia pada 2023 (**Katadata**, 2023).

**Tabel 1.** Pangsa Pasar E-Commerce Indonesia (2023)

| <b>Platform</b> | <b>Pangsa Pasar (%)</b> |
|-----------------|-------------------------|
| Shopee          | 45%                     |
| Tokopedia       | 30%                     |
| Bukalapak       | 15%                     |
| Lazada          | 10%                     |

**Sumber:** Katadata (2023)

Dengan dominasi platform besar ini, e-commerce Indonesia dapat dianggap memiliki infrastruktur yang matang dan dapat dioptimalkan lebih lanjut, termasuk untuk sektor publik dalam sistem pengadaan barang/jasa melalui **e-Katalog Pemerintah**.

#### Preferensi Belanja Konsumen

Menurut **Statista** (2023), kategori produk yang paling populer dalam belanja online Indonesia adalah produk-produk **elektronik**, **fashion**, dan **makanan/minuman**. **Shopee** mencatatkan peningkatan signifikan dalam transaksi kategori-kategori ini, yang juga mencerminkan pola belanja konsumen yang sangat dipengaruhi oleh kenyamanan dan efisiensi berbelanja secara online.

**Tabel 2.** Kategori Produk Paling Laris di E-Commerce Indonesia

| <b>Kategori Produk</b> | <b>Persentase Transaksi (%)</b> |
|------------------------|---------------------------------|
| Elektronik             | 35%                             |
| Fashion                | 25%                             |
| Makanan & Minuman      | 15%                             |
| Kesehatan              | 10%                             |
| Peralatan Rumah Tangga | 15%                             |

**Sumber:** Statista (2023)

Berdasarkan temuan ini, platform pengadaan barang/jasa pemerintah seperti **e-Katalog** dapat memanfaatkan tren ini dengan menyediakan berbagai jenis barang yang sesuai dengan preferensi konsumen untuk mendukung efisiensi pengadaan. Misalnya, kategori produk elektronik dan fashion yang populer di e-commerce dapat menjadi fokus utama dalam pengembangan katalog elektronik yang mencakup kategori serupa dalam pengadaan pemerintah.

#### Frekuensi Pembelian dan Perubahan Pembayaran Digital

Menurut **Qasir** (2023), **frekuensi pembelian online** di Indonesia terus meningkat, dengan mayoritas konsumen melakukan pembelian lebih dari dua kali dalam sebulan. Metode pembayaran yang dominan adalah **dompet digital** (seperti OVO, DANA, dan GoPay), yang mencatatkan pertumbuhan transaksi sebesar 25% per tahun. Hal ini menggambarkan bagaimana tren digitalisasi mempengaruhi cara transaksi dilakukan.

**Tabel 3.** Frekuensi Pembelian Online dan Metode Pembayaran di Indonesia

| <b>Frekuensi Pembelian</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------------|-----------------------|
| 2-4 kali sebulan           | 55%                   |
| 5 kali atau lebih          | 30%                   |
| 1 kali sebulan             | 15%                   |
| <b>Metode Pembayaran</b>   | <b>Persentase (%)</b> |

|                |     |
|----------------|-----|
| Dompot Digital | 45% |
| Transfer Bank  | 30% |
| Kartu Kredit   | 15% |
| COD            | 10% |

Sumber: Qasir (2023)

Tren ini menunjukkan bahwa penerapan sistem pembayaran digital yang mudah dan cepat dapat meningkatkan adopsi **e-Katalog Pemerintah** di kalangan penyedia barang/jasa dan pengguna pemerintah. Oleh karena itu, pengembangan **e-Katalog** harus mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran digital untuk memudahkan transaksi.

#### Penyedia dan Kualitas Produk dalam E-Katalog Pemerintah

Berdasarkan data dari **LKPP** (n.d.), **e-Katalog Pemerintah** mengalami peningkatan jumlah penyedia sejak versi pertama, dengan lebih dari **5.000 penyedia barang/jasa** yang terdaftar hingga 2023. Namun, ada tantangan terkait kualitas produk yang ditawarkan oleh penyedia. Sebagian besar penyedia cenderung kurang memiliki platform yang mudah digunakan dan sistem pelayanan pelanggan yang responsif, yang sering menghambat proses transaksi. Oleh karena itu, integrasi kualitas produk yang dijamin dan transparansi sistem transaksi menjadi sangat penting dalam pengembangan **e-Katalog versi 6**.

Tabel 4. Jumlah Penyedia Barang/Jasa di E-Katalog Pemerintah

| Tahun | Jumlah Penyedia |
|-------|-----------------|
| 2021  | 3,500           |
| 2022  | 4,200           |
| 2023  | 5,000           |

Sumber: LKPP (n.d.)

#### Kontribusi E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia

**Bank Indonesia** (2023) mencatatkan bahwa kontribusi sektor e-commerce terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai **2,5% pada tahun 2023**, dan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan adopsi digital yang semakin luas. Hal ini menunjukkan bahwa sektor e-commerce menjadi bagian integral dari ekonomi digital Indonesia yang dapat dioptimalkan untuk mendukung pengadaan barang/jasa pemerintah, terutama dalam hal efisiensi dan transparansi.

#### Analisis Kuantitatif dan Kualitatif

Berdasarkan data yang telah disajikan sebelumnya, analisis lebih mendalam terkait peluang sektor **e-commerce Indonesia** untuk pengembangan **e-Katalog Pemerintah** menunjukkan potensi yang signifikan, baik secara **kuantitatif** maupun **kualitatif**. Dalam bagian ini, kita akan menggali lebih lanjut mengenai bagaimana data pangsa pasar, perilaku konsumen, dan sistem pembayaran digital dapat berkontribusi pada desain dan pengembangan **e-Katalog Pemerintah versi 6**.

##### 1. Pangsa Pasar E-Commerce Indonesia

Pasar e-commerce Indonesia telah tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan **We Are Social & Datareportal** (2024), estimasi total transaksi e-commerce Indonesia pada tahun 2023 mencapai USD 70 miliar, yang mencerminkan pertumbuhan tahunan sekitar 25%. Data dari **Katadata** (2023) menunjukkan bahwa dominasi platform besar seperti **Shopee (45%)**, **Tokopedia (30%)**, dan **Bukalapak (15%)** menjadikan mereka pemain utama yang mendominasi pasar. Dengan pangsa pasar yang signifikan dari beberapa platform utama, peluang untuk mengintegrasikan platform-platform ini ke dalam sistem pengadaan pemerintah melalui **e-Katalog** semakin besar.

**Angka-angka ini menunjukkan bahwa e-commerce Indonesia berfungsi sebagai jaringan distribusi yang sangat besar, yang bisa dimanfaatkan untuk pengadaan barang/jasa pemerintah.** Jika pangsa pasar e-commerce dapat dimanfaatkan, e-Katalog Pemerintah dapat mengakses jangkauan yang lebih luas dari berbagai penyedia barang/jasa dan memperkaya variasi produk yang tersedia, meningkatkan kompetisi dan transparansi dalam pengadaan publik.

Tabel 5. Pangsa Pasar E-Commerce Indonesia (2023)

| Platform  | Pangsa Pasar (%) |
|-----------|------------------|
| Shopee    | 45%              |
| Tokopedia | 30%              |

|           |     |
|-----------|-----|
| Bukalapak | 15% |
| Lazada    | 10% |

Sumber: Katadata (2023)

Dengan memperhitungkan pangsa pasar e-commerce yang sangat besar ini, **pengadaan barang dan jasa pemerintah dapat memperoleh manfaat signifikan** dari jangkauan pasar yang lebih luas dan penghematan biaya melalui sistem pengadaan elektronik.

## 2. Preferensi Belanja Konsumen dan Tren Kategori Produk

Perilaku belanja konsumen Indonesia, yang sebagian besar terdiri dari generasi **millennials** dan **Gen Z**, sangat dipengaruhi oleh kenyamanan dan kecepatan transaksi. Data dari **Statista** (2023) menunjukkan bahwa **elektronik (35%)** dan **fashion (25%)** adalah kategori produk yang paling sering dibeli oleh konsumen e-commerce Indonesia, yang juga mencerminkan kebiasaan belanja masyarakat digital. Ini menjadi informasi penting bagi **e-Katalog Pemerintah**, yang bisa memprioritaskan kategori produk yang lebih sering dibeli oleh masyarakat, seperti **elektronik** untuk pengadaan perangkat pemerintah, dan **fashion** untuk kebutuhan seragam dan perlengkapan yang dibutuhkan oleh lembaga publik.

Selain itu, **produk makanan dan minuman (15%)** dan **peralatan rumah tangga (15%)** juga menjadi kategori yang diminati, memberikan gambaran lebih jauh mengenai jenis barang yang harus diprioritaskan dalam e-Katalog, terutama untuk pengadaan kebutuhan dasar di instansi pemerintah.

**Tabel 6.** Kategori Produk Paling Laris di E-Commerce Indonesia

| Kategori Produk        | Persentase Transaksi (%) |
|------------------------|--------------------------|
| Elektronik             | 35%                      |
| Fashion                | 25%                      |
| Makanan & Minuman      | 15%                      |
| Kesehatan              | 10%                      |
| Peralatan Rumah Tangga | 15%                      |

Sumber: Statista (2023)

**Secara kuantitatif**, data ini menunjukkan bahwa **kategori elektronik** dan **fashion** adalah segmen utama dalam e-commerce Indonesia yang juga sangat relevan dengan kebutuhan pengadaan pemerintah. Oleh karena itu, **e-Katalog Pemerintah versi 6** harus memastikan bahwa kategori-kategori ini tersedia dengan kualitas yang terjamin dan harga yang bersaing.

## 3. Sistem Pembayaran Digital yang Meningkat

Tren penggunaan **dompet digital** (seperti **OVO**, **DANA**, dan **GoPay**) dalam transaksi e-commerce Indonesia semakin pesat, dengan lebih dari **45% transaksi** di platform e-commerce menggunakan metode pembayaran digital (**Qasir**, 2023). Di sisi lain, **transfer bank** dan **kartu kredit** masing-masing mencatatkan 30% dan 15% dari total transaksi, sementara **COD** (cash on delivery) hanya 10%. Hal ini mencerminkan kecenderungan konsumen untuk bertransaksi secara **digital**, yang membuka peluang bagi e-Katalog Pemerintah untuk mengintegrasikan sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan user-friendly.

**Tabel 7.** Frekuensi Pembelian Online dan Metode Pembayaran di Indonesia

| Metode Pembayaran | Persentase (%) |
|-------------------|----------------|
| Dompot Digital    | 45%            |
| Transfer Bank     | 30%            |
| Kartu Kredit      | 15%            |
| COD               | 10%            |

Sumber: Qasir (2023)

Penerapan sistem pembayaran digital dalam **e-Katalog Pemerintah** versi 6 menjadi sangat relevan. Pengadaan barang/jasa yang memanfaatkan dompet digital dapat mempercepat proses transaksi, memberikan fleksibilitas kepada penyedia dan pengguna e-Katalog, serta menurunkan potensi kesalahan transaksi yang biasa terjadi pada metode pembayaran manual.

## 4. Penetrasi Internet dan Pengaruhnya terhadap Digitalisasi Pengadaan

Dengan **penetrasi internet yang semakin tinggi di Indonesia** (seperti yang dilaporkan oleh **APJII**, 2023), lebih dari **200 juta orang Indonesia** sudah terhubung ke internet, dan sebagian besar dari mereka menggunakan perangkat mobile untuk berbelanja. Oleh karena itu, sistem **e-Katalog**

**Pemerintah** harus dioptimalkan agar sepenuhnya mobile-friendly, memungkinkan akses dan transaksi yang mudah dilakukan melalui ponsel pintar.

Menurut **We Are Social & Datareportal** (2024), Indonesia memiliki lebih dari **175 juta pengguna media sosial**, yang sebagian besar mengakses platform e-commerce melalui aplikasi mobile. Oleh karena itu, pengembangan **e-Katalog Pemerintah** versi 6 perlu memperhatikan aksesibilitas melalui aplikasi mobile yang ringan dan mudah digunakan oleh penyedia barang/jasa serta pengguna di lembaga pemerintah.

## 5. Kontribusi E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia

E-commerce telah berkontribusi **2,5% terhadap PDB Indonesia** pada tahun 2023 (**Bank Indonesia**, 2023). Dengan kontribusi yang signifikan ini, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui **e-Katalog** akan turut memperkuat sektor perekonomian digital. Melalui pengadaan berbasis e-commerce, pemerintah dapat lebih cepat dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan lapangan kerja di sektor digital.

Selanjutnya penelitian akan menyempurnakan analisis kualitatif dan memberikan kedalaman teori yang lebih kuat, penelitian ini akan mengaitkan temuan-temuan kuantitatif yang sudah dijabarkan dengan beberapa teori yang relevan dari literatur yang populer. Hal ini dapat memperkuat **tujuan penelitian** untuk **pengembangan e-Katalog Pemerintah** dan memberikan **justifikasi teoretis** yang lebih solid.

Berikut adalah beberapa teori yang dapat digunakan dalam konteks ini.

### 1. Teori Adopsi Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM)

**TAM** adalah model yang sering digunakan untuk menjelaskan **adopsi teknologi** oleh pengguna. Model ini dikembangkan oleh **Davis (1989)** dan menyatakan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi: **perceived ease of use** (kemudahan penggunaan) dan **perceived usefulness** (kegunaan yang dirasakan).

Dalam konteks pengembangan **e-Katalog Pemerintah**, teori ini sangat relevan karena salah satu tantangan utama dalam adopsi sistem pengadaan elektronik adalah kemudahan penggunaannya. **TAM** dapat menjelaskan bagaimana para pengguna (baik dari sisi penyedia barang/jasa maupun instansi pemerintah) akan lebih cenderung menggunakan e-Katalog jika mereka merasa sistem tersebut mudah diakses dan terbukti meningkatkan efisiensi kerja mereka.

#### Korelasi dengan Penelitian:

Data tentang penetrasi internet dan penggunaan aplikasi mobile di Indonesia mengindikasikan bahwa pengguna semakin terbiasa dengan teknologi berbasis internet dan aplikasi mobile. Oleh karena itu, integrasi **e-Katalog Pemerintah** dengan aplikasi mobile dan penyederhanaan antarmuka pengguna dapat meningkatkan **kemudahan penggunaan** dan **kegunaan yang dirasakan** oleh penggunanya, seperti yang dijelaskan dalam **TAM**.

### 2. Teori Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage Theory)

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh **Porter (1985)** dalam bukunya *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. **Keunggulan kompetitif** dalam konteks e-commerce dan e-Katalog Pemerintah dapat dicapai melalui **efisiensi biaya** dan **diferensiasi produk**, dua elemen kunci dalam teori Porter.

Dalam konteks pengadaan barang/jasa pemerintah, penggunaan **e-Katalog** dapat menciptakan **keunggulan kompetitif** melalui pengurangan biaya transaksi, transparansi dalam pemilihan penyedia, dan pengurangan potensi korupsi. Mengoptimalkan data dan platform e-commerce yang sudah ada akan memberikan keuntungan kompetitif bagi penyedia barang/jasa yang lebih mudah untuk mengakses pasar pemerintah, sambil memastikan bahwa pemerintah mendapatkan nilai terbaik dengan biaya yang efisien.

#### Korelasi dengan Penelitian:

**Pangsa pasar e-commerce Indonesia yang besar**, serta penguasaan platform besar seperti Shopee dan Tokopedia, memberikan gambaran bahwa penyedia barang/jasa yang mengadopsi platform ini akan lebih cepat menyesuaikan diri dengan sistem pengadaan digital pemerintah. Hal ini mendukung teori **keunggulan kompetitif**, karena sistem yang

lebih efisien akan memberikan keunggulan bagi penyedia yang mampu beradaptasi dengan cepat.

### 3. Teori Jaringan (Network Theory)

**Teori Jaringan** menekankan pentingnya hubungan antara berbagai aktor dalam sebuah sistem yang lebih besar, baik itu antar-individu, perusahaan, atau institusi. Dalam konteks e-commerce, teori ini relevan karena pengembangan **e-Katalog Pemerintah** akan melibatkan berbagai **stakeholders**, termasuk pemerintah, penyedia barang/jasa, serta konsumen atau masyarakat yang membutuhkan layanan.

Dengan adanya **network effect**, di mana lebih banyak pengguna dan penyedia yang terhubung dalam suatu platform, kualitas dan nilai dari sistem tersebut akan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah peserta. **Teori jaringan** juga menjelaskan bagaimana **kolaborasi antar penyedia dan pemerintah** melalui e-Katalog dapat menciptakan nilai yang lebih besar, karena semakin banyak penyedia yang berpartisipasi dalam sistem, semakin efisien pula pengadaan yang terjadi.

#### Korelasi dengan Penelitian:

Data tentang **penetrasi internet** dan **penggunaan platform e-commerce** yang tinggi di Indonesia dapat dianggap sebagai indikator dari **jaringan digital yang berkembang**, yang memperlihatkan betapa **e-Katalog Pemerintah** dapat menciptakan lebih banyak **interaksi dan koneksi** antara berbagai pihak (termasuk penyedia barang/jasa dan pemerintah) untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi.

### 4. Teori Ekonomi Skala (Economies of Scale)

**Teori ekonomi skala** mengacu pada penurunan biaya per unit yang terjadi ketika perusahaan meningkatkan volume produksi atau operasi. Dalam konteks **e-Katalog Pemerintah**, penerapan teknologi digital yang memungkinkan transaksi otomatis dan pengurangan kebutuhan untuk intervensi manual dapat menghasilkan **efisiensi biaya** yang signifikan.

Dengan menggunakan **platform e-commerce** yang sudah mapan, **e-Katalog Pemerintah** dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan memperoleh **keuntungan skala** yang besar. Sistem ini memungkinkan pengadaan dalam jumlah besar dengan biaya lebih rendah per unit, sambil mengurangi biaya transaksi yang tidak efisien.

#### Korelasi dengan Penelitian:

Data tentang **pertumbuhan e-commerce** di Indonesia yang menunjukkan **tingginya transaksi dan volume pasar** dapat membantu mengurangi biaya pengadaan barang/jasa. Semakin besar volume transaksi melalui e-Katalog, maka akan semakin besar **penghematan biaya** yang dapat tercapai, yang pada gilirannya meningkatkan **efisiensi sistem pengadaan pemerintah**.

### 5. Teori Transparansi dalam Pengadaan (Procurement Transparency Theory)

Teori ini menyoroti pentingnya **transparansi** dalam sistem pengadaan untuk mengurangi praktik korupsi dan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan anggaran publik. Teori ini sangat relevan dengan konteks **e-Katalog Pemerintah**, yang didesain untuk mengurangi ketidakjelasan dalam proses pengadaan dan menyediakan **akses terbuka** kepada semua pihak terkait.

Transparansi yang dibangun melalui platform digital memungkinkan semua transaksi tercatat secara otomatis, yang mempermudah audit dan meminimalkan peluang penyimpangan. Dengan mengadopsi sistem yang terintegrasi dengan e-commerce, **e-Katalog Pemerintah** dapat memberikan akses yang lebih luas kepada penyedia barang/jasa dan memastikan tidak ada penyimpangan dalam proses pengadaan.

#### Korelasi dengan Penelitian:

Data mengenai **penggunaan dompet digital dan pembayaran digital** di Indonesia mendukung penerapan sistem yang lebih **transparan dan terautomatisasi**, yang sejalan dengan **tujuan e-Katalog Pemerintah** untuk menciptakan sistem pengadaan yang terbuka dan terverifikasi, sehingga menurunkan tingkat ketidakberesan atau korupsi dalam pengadaan.

### Kesimpulan

Menggunakan **teori-teori di atas**, kita dapat memperkuat **justifikasi penelitian** ini, yang tidak hanya berbasis pada **data kuantitatif**, tetapi juga memiliki **landasan teoritis yang solid**. Dengan mengaitkan hasil penelitian dengan teori-teori yang relevan, seperti **TAM, Keunggulan Kompetitif, Teori Jaringan, Ekonomi Skala**, dan **Transparansi dalam Pengadaan**, penelitian ini menjadi lebih meyakinkan dan memiliki **bobot akademis** yang lebih kuat. Selain itu, teori-teori ini juga memberikan **arah yang jelas** tentang bagaimana pemerintah dapat mengoptimalkan **e-Katalog** untuk mencapai **efisiensi, transparansi, dan keadilan** dalam pengadaan barang/jasa.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa **pengembangan e-Katalog Pemerintah versi 6** menawarkan potensi yang sangat besar untuk **meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas** dalam proses pengadaan barang/jasa pemerintah di Indonesia. Dengan memanfaatkan kemajuan pesat sektor **e-commerce**, serta adopsi teknologi yang semakin meluas, e-Katalog dapat menjadi instrumen yang sangat efektif untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pengadaan publik, sekaligus mengurangi biaya transaksi yang tidak perlu. **Pangsa pasar e-commerce Indonesia** yang berkembang pesat, dengan **platform besar seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak** yang menguasai sebagian besar pasar, memberikan gambaran jelas bahwa **adopsi teknologi** dalam sektor pengadaan dapat mempercepat transformasi digital yang diperlukan. Tren ini menunjukkan bahwa pengadaan barang/jasa pemerintah melalui e-Katalog dapat mengambil keuntungan dari **infrastruktur digital yang telah mapan** dalam sektor e-commerce. Sistem yang sudah dikenal oleh penyedia barang/jasa dan pengguna akan mempercepat **adopsi sistem e-Katalog**, mengurangi hambatan psikologis yang mungkin ada, serta mendorong lebih banyak **penyedia terverifikasi** untuk bergabung dalam platform ini. Secara kuantitatif, data menunjukkan bahwa **penetrasi internet dan penggunaan platform digital** semakin meluas, diikuti dengan **peningkatan transaksi melalui sistem pembayaran digital** yang semakin efisien. Ini memberikan indikasi yang sangat positif bahwa penerapan **e-Katalog versi 6** dapat disesuaikan dengan kebutuhan perkembangan digital yang ada. Implementasi sistem pembayaran yang terintegrasi dengan **platform e-commerce** dapat memfasilitasi transaksi yang lebih cepat, aman, dan lebih terkontrol, yang tentunya mendukung pencapaian tujuan **efisiensi biaya** dalam pengadaan barang/jasa pemerintah. Dengan menggunakan pendekatan **Teori Adopsi Teknologi (TAM)**, penelitian ini juga mengungkap bahwa keberhasilan penerapan e-Katalog akan sangat bergantung pada persepsi pengguna terhadap **kemudahan penggunaan dan kegunaan** sistem. Penurunan hambatan untuk beradaptasi dengan teknologi baru, yang tercermin dalam kesediaan pengguna untuk mengadopsi sistem tersebut, dapat mempercepat implementasi sistem yang lebih baik. Oleh karena itu, penyederhanaan tampilan dan fitur dalam e-Katalog akan sangat menentukan keberhasilan adopsi dari berbagai pemangku kepentingan yang terlibat, mulai dari penyedia barang/jasa hingga pengguna di pemerintah. Dari perspektif **Teori Keunggulan Kompetitif**, penggunaan sistem e-Katalog yang didorong oleh **e-commerce** dapat memberikan keuntungan signifikan dalam hal **pengurangan biaya dan pemilihan penyedia barang/jasa yang lebih transparan**. Sistem e-Katalog yang dapat memanfaatkan data pasar dari platform-platform besar memungkinkan pemerintah untuk memilih penyedia yang terverifikasi, mengurangi potensi praktik korupsi dan penyalahgunaan anggaran, serta memastikan kualitas dan kuantitas barang/jasa yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Selain itu, dengan mengintegrasikan lebih banyak **penyedia barang/jasa** yang berkualitas dalam ekosistem digital, pemerintah dapat **meningkatkan daya saing** dalam proses pengadaan barang/jasa. Penerapan **Teori Jaringan** memberikan wawasan lebih lanjut mengenai keuntungan yang diperoleh dari pengembangan **ekosistem digital yang saling terhubung** dalam proses pengadaan. Semakin banyak penyedia barang/jasa yang terhubung dalam **e-Katalog**, semakin besar pula potensi untuk meningkatkan **efisiensi proses pengadaan**. Dengan memanfaatkan kekuatan **konektivitas digital**, pemerintah dapat mengoptimalkan kolaborasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses pengadaan, menciptakan sistem yang lebih **terkoordinasi dan terpadu**, serta lebih adaptif terhadap perkembangan tren pasar dan kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, teori **Ekonomi Skala** juga menunjukkan bahwa **pengadaan barang/jasa dalam jumlah besar** yang dilakukan secara terpusat melalui sistem seperti **e-Katalog** dapat mengurangi biaya transaksi dan operasional. Penggunaan



sistem yang terintegrasi memungkinkan pemerintah untuk memanfaatkan **skala ekonomi**, sehingga memperoleh harga yang lebih kompetitif untuk barang/jasa yang dibutuhkan. Ini juga dapat meningkatkan **transparansi** dalam proses pengadaan, di mana setiap transaksi dapat dipantau secara real-time dan akurat, mengurangi kemungkinan terjadinya praktik yang tidak sesuai dengan prinsip pengadaan yang adil dan terbuka. Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini memberikan **pandangan yang optimis** mengenai masa depan pengadaan barang/jasa pemerintah di Indonesia, yang semakin mengarah pada **digitalisasi** dan **integrasi dengan sistem e-commerce**. Pengembangan **e-Katalog Pemerintah versi 6** bukan hanya memberikan keuntungan dalam hal efisiensi biaya dan transparansi, tetapi juga menjadi landasan yang kuat untuk mendorong terjadinya **transformasi digital** yang lebih besar dalam sektor publik. Oleh karena itu, langkah untuk mengintegrasikan e-commerce dalam sistem pengadaan publik perlu segera diwujudkan dengan memperhatikan **perkembangan teknologi**, **preferensi pasar**, dan **kebutuhan efisiensi sektor publik** yang semakin mendesak. Sebagai rekomendasi, pemerintah perlu memperkuat **infrastruktur digital**, **menyederhanakan proses adopsi teknologi**, serta meningkatkan **kompetensi pengelola e-Katalog** untuk memastikan bahwa e-Katalog dapat berfungsi secara maksimal. Selain itu, penting juga untuk melakukan **pemantauan dan evaluasi** yang berkelanjutan terhadap penerapan sistem ini, guna mengidentifikasi tantangan yang mungkin muncul dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan agar e-Katalog dapat benar-benar memberikan manfaat optimal bagi pengadaan barang/jasa pemerintah di masa depan.

## REFERENSI

- Davis, F.D.** (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Granovetter, M.S.** (1973). *The Strength of Weak Ties*. American Journal of Sociology, 78(6), 1360–1380.
- Porter, M.E.** (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- We Are Social & Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social & Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Google, Temasek & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: Southeast Asia's digital economy*. Google, Temasek, & Bain & Company. <https://www.bain.com/global-indonesia-ecommerce-report>
- Katadata. (2023, January 12). *Pangsa pasar e-commerce Indonesia 2023*. Katadata. <https://katadata.co.id/berita/2023/01/12/pangsa-pasar-e-commerce-indonesia-2023>
- Statista. (2023). *Most popular online shopping categories in Indonesia*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/268144/most-popular-online-shopping-categories-in-indonesia/>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Statistik pengguna internet Indonesia 2023*. APJII. <https://apjii.or.id>
- Qasir. (2023). *Report on online shopping frequency in Indonesia*. Qasir. <https://blog.qasir.id>
- Fintechnews Indonesia. (2023). *Preferred payment methods for e-commerce in Indonesia*. Fintechnews Indonesia. <https://fintechnews.id>
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP). (n.d.). *E-Katalog LKPP*. LKPP. <https://www.lkpp.go.id/e-katalog>
- Katadata. (2023, January 12). *Indeks kepuasan pelanggan e-commerce Indonesia*. Katadata. <https://katadata.co.id/berita/2023/01/12/indeks-kepuasan-pelanggan-e-commerce>
- Statista. (2023). *E-commerce conversion rate in Indonesia*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1100045/indonesia-e-commerce-conversion-rate/>
- Bank Indonesia. (2023). *E-commerce contribution to GDP in Indonesia*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>