



Analisis Stakeholder Kebijakan E-Katalog Lokal dalam Membranding Produk Lokal

*Binti Azizatun Nafi'ah*¹

¹ Administrasi Publik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.30649/psr.v1i2.32>

CORRESPONDENCE

E-mail: binti.azizatun.adneg@upnjatim.ac.id

KEYWORDS

E-katalog, Local Product, Strategy

ABSTRACT

A country certainly has ways and efforts to increase the effectiveness and productivity of the country's economy. The needs of consumers, producers and the allocation of goods for facilities and infrastructure to provide public services must be carried out through the process of procurement of goods/services. This procurement effort is aimed at building economic growth through procurement of goods so that it is more effective and efficient. The purpose of this study is to analyze local e-catalog policies in local product marketing (MSMEs) in terms of SWOT, as well as identify supporting and inhibiting factors for the effectiveness of these policies. The method used is a literature review method. The data collection technique used is literature study, which utilizes journal articles, newspapers, books, online news and websites of authoritative institutions. The result of this research is that local e-katalog can help MSMEs as business actors who generally utilize local resources, be it human resources, capital, raw materials, to equipment. This means that most of the needs of MSMEs do not rely on imported goods. In this local e-catalogue, the regional head, ULP, legal department, and the inspectorate are the key players who have big interests and influence, while MSMEs and SKPD are supporting parts that have small interests but have a big impact.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini persaingan antara produk impor dan produk lokal sangat sengit. Salah satu penyebab terjadinya persaingan bisnis yang sengit ini, karena komitmen bangsa Indonesia dalam menyepakati AFTA maupun WTO, maka UKM sebagai salah satu pilar ekonomi Indonesia harus siap menghadapi persaingan tersebut. Sebagai usaha untuk meningkatkan daya saing UMKM, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintahan (LKPP) meluncurkan katalog elektronik lokal yang memprioritaskan peran UMKM sebagai wujud kebijakan fiskal. UMKM tersebar secara luas diseluruh Indonesia. Tidak mungkin Pemerintah Pusat dapat mengembangkan UMKM tanpa komitmen yang kuat juga dari Pemerintah Daerah. Komitmen Pemerintah Daerah untuk mengembangkan UMKM ini sangat diperlukan. Pemerintah Daerah harus memiliki pemahaman seberapa strategis UMKM bagi perekonomian. Dengan begitu sumber daya dari Pemerintah Daerah juga dapat mengarah pada hal tersebut.

Untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia tidak hanya cukup dengan menerapkan kebijakan fiskal seperti halnya penurunan tarif pajak PPh, mengingat ada klasifikasi UMKM dengan tingkatan produksi

dan tentunya pendapatan/ penghasilan yang berbeda. Efektivitas suatu kebijakan fiskal seperti halnya penurunan tarif pajak PPh final perlu di dukung dengan langkah-langkah seperti melakukan pendampingan kepada UMKM dengan melibatkan lembaga atau instansi terkait dengan penggunaan teknologi produksi, kemasan dan pemasaran. Tantangan ke depan bagi UMKM adalah semakin meningkatnya e- commerce yang jika dimanfaatkan dapat menjadi pintu bagi UMKM untuk memperluas pasar produk.

Seperti yang kita ketahui kebijakan fiskal adalah penyesuaian dalam pendapatan dan pengeluaran pemerintah sebagaimana ditetapkan dalam anggaran pendapatan dan belanja negara untuk mencapai kestabilan ekonomi. Dasar kebijakan fiskal secara umum bertujuan untuk pemerataan pendapatan dan kesejahteraan. Berkembangnya UKM dan produk lokal dalam pengadaan barang/jasa dapat membantu menyelesaikan masalah defisit neraca dagang Indonesia. Karena tingginya impor masih menjadi masalah defisit neraca dagang dan defisit transaksi berjalan (CAD). Presiden Jokowi menekankan fungsi standarisasi untuk meredam produk impor masuk ke Indonesia. Untuk itu presiden Joko Widodo meminta LKPP mendorong industri lokal dalam e-katalog dengan memetakan produk yang dapat diproduksi dari dalam negeri.

Terobosan dan inovasi terus dilakukan LKPP dalam upaya mengoptimalkan penyerapan anggaran serta mempersingkat proses Pengadaan Barang dan Jasa yang dilakukan oleh beberapa Kementrian/ Lembaga/ Daerah dan Instansi (K/L/D/I) di Indonesia, salah satunya adalah membentuk katalog elektronik (e-catalogue) lokal/daerah di Indonesia, melalui penerbitan Peraturan Kepala (Perka) LKPP Nomor 6 Tahun 2016 tentang Katalog Elektronik (e- catalogue) dan E-Purchasing, dimana salah satu skema yang dikembangkan dalam katalog elektronik (e-catalogue) adalah katalog lokal/daerah. Katalog daerah yang dimaksud di sini adalah katalog elektronik (e-catalogue) daerah yang disusun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah dalam bentuk sistem informasi elektronik yang memuat daftar, merek, jenis, spesifikasi teknis, harga dan jumlah ketersediaan Barang/Jasa tertentu dari berbagai Penyedia.

Sebelum adanya e-katalog lokal, pemerintah daerah dalam melakukan usulan pengadaan harus melalui pusat, sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama, dengan adanya e-katalog lokal maka, akan memperpendek waktu atau lebih cepat. Dengan adanya pengadaan barang dan jasa melalui e-katalog lokal tersebut dan tersedia oleh penyedia UKM di wilayah tersebut, maka secara otomatis roda ekonomi akan berputar lebih cepat dari pada harus usul melalui pusat, dan UKM akan tumbuh besar. Produk lokal yang awalnya dikonsumsi oleh pemerintah lokal, yang kemudian karena penayangannya di website LKPP dan semua orang bisa melihat, dapat menyebabkan produk lokal daerah tersebut dapat dilirik oleh pemerintah daerah lain. Produk lokal lebih banyak pada ukuran usaha mikro.

Dalam menghadapi perekonomian dunia yang semakin terbuka, UMKM memiliki potensi pasar yang semakin luas, namun juga menghadapi tantangan daya saing yang semakin besar. Beberapa produk UMKM merupakan produk ekspor unggulan, namun beberapa produk memiliki daya saing yang lemah. UMKM pada umumnya lebih tahan krisis dibandingkan dengan perusahaan besar, karena UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Pelaku usaha UMKM pada umumnya memanfaatkan sumberdaya lokal, baik itu sumber daya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan. Artinya, sebagian besar kebutuhan UMKM tidak mengandalkan barang impor.

Berdasarkan latar belakang tersebut isu yang terjadi adalah apakah e- katalog lokal dapat membranding produk lokal. Oleh karena itu, kami mengangkat judul kebijakan e-katalog lokal dalam membranding produk lokal (UMKM). Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis kebijakan e-katalog lokal dalam membranding produk lokal (UMKM) dilihat dari SWOT, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat implementasi kebijakan tersebut.

METODE

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literature. Dalam melakukan kajian literatur, literatur digunakan alat yang penting sebagai context review, karena literature sangat berguna dan sangat membantu dalam memberi konteks dan arti dalam penulisan yang sedang dilakukan. Melalui kajian literature ini juga peneliti dapat menyatakan secara eksplisit dan pembaca mengetahui, mengapa hal yang ingin diteliti merupakan masalah yang memang harus diteliti, baik dari segi subjek yang akan diteliti dan lingkungan manapun dari sisi hubungan penelitian dengan tersebut

dengan penelitian lain yang relevan (Sugiyono, 2016). Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis sumber data sekunder yaitu jurnal dan buku ilmiah (Arikunto, 2006). Karena kondisi yang tidak memungkinkan untuk melakukan wawancara terhadap narasumber, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui sumber kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-katalog lokal merupakan sistem informasi berbasis elektronik yang memuat daftar, merek, jenis, spesifikasi, harga, dan jumlah ketersediaan suatu barang/jasa dari berbagai penyedia, yang disusun dan dikelola, dan dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan pemerintah daerah. Melalui penerapan e-katalog lokal, Unit Layanan Pengadaan (ULP) di daerah pun akan dilibatkan langsung dalam proses katalogisasi produk-produk di daerah, termasuk produk-produk UMKM yang terstandar dan dapat dikatalogkan. Pada Pasal 13 huruf (f) Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah No. 11 Tahun 2018 tentang katalog elektronik, yang menyebutkan bahwa penyedia berbentuk badan usaha perorangan, maka penyedia merupakan prinsipal produsen atau mata rantai pasok terdekat dari prinsipal produsen. Ini artinya, hanya produsen prinsipal dan distributor utama yang bisa masuk sebagai penyedia barang dalam sistem tersebut. Dalam perspektif persaingan usaha, persyaratan tersebut menjadi faktor yang menghambat pelaku usaha lain untuk masuk ke pasar, yakni pelaku usaha kecil dan menengah yang tersebar di berbagai daerah. Selain itu katalog yang bersifat nasional menyebabkan pelaku UMKM di daerah, terlebih bukan produsen prinsipal dan distributor utama, tidak bisa masuk dalam e-katalog.

Agar UMKM bisa benar-benar masuk ke dalam e-katalog Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) meminta LKPP mempermudah pelaku UMKM produsen atau rantai terdekat prinsipal produsen masuk kedalam katalog elektronik nasional untuk produk tertentu dengan basis pengadaan tiap daerah. LKPP mendorong pemerintah daerah menerbitkan barang yang pengadaannya wajib menggunakan e-katalog, yang pesertanya diprioritaskan untuk pelaku.

Analisis pemangku kepentingan

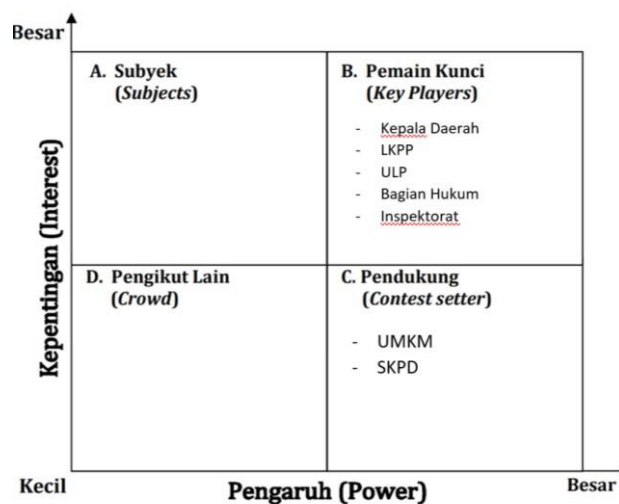
Stakeholder atau pemangku kepentingan sebagai suatu proses untuk mengidentifikasi individu, kelompok dan organisasi kelompok dan organisasi yang dipengaruhi atau dapat memengaruhi lingkungan dan generasi yang akan datang serta memprioritaskan individu-individu dan kelompok untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Anderson (1979), Nugroho (2004) mengungkapkan bahwa aktor-aktor atau pemeran serta dalam pembuatan kebijakan dibagi 2 yaitu aktor resmi meliputi badan-badan administrasi eksekutif, legislatif, yudikatif; dan aktor tidak resmi kelompok kepentingan, partai politik, individu sebagai warga Negara. Analisis pemangku kepentingan dilakukan mengikuti rangkaian analisis yang dilakukan oleh Reed et al. (2009) yang meliputi identifikasi pemangku kepentingan; membuat pengelompokan dan pengategorian pemangku kepentingan; menyelidiki hubungan antara pemangku kepentingan. Dalam menentukan tingkat kepentingan dan pengaruh pemangku kepentingan digunakan modifikasi dari analisis terhadap kepentingan dan agenda pemangku kepentingan berdasarkan Grimble (1998). Menurut Grimble (1998) kepentingan dan agenda pemangku kepentingan dapat dilihat dari: kepentingan pemangku kepentingan, dampak potensial, tingkat kepentingan relatif dan pengaruh kelompok.

Pada analisis ini untuk menentukan pengaruh pemangku kepentingan dilihat berdasarkan peran pemangku kepentingan dalam perumusan kebijakan e-katalog lokal. Peran para pihak dalam kebijakan e-katalog lokal akan digolongkan berdasarkan peran para aktor dalam pembuatan kebijakan menurut Dunn (2003) dan Bryson (2004) yaitu sebagai regulator, fasilitator, implementor, evaluator, advokator dan penerima manfaat. Dalam Pengelolaan e-katalog lokal terdapat tujuh stakeholder yang terlibat dalam e-katalog lokal. Ketujuh stakeholder tersebut adalah LKPP, merupakan salah satu lembaga pemerintah penting yang harus ada dengan tugas dan tanggung jawab mengembangkan dan merumuskan kebijakan pengadaan barang atau jasa pemerintah (PBJP), memberikan bimbingan teknis dan advokasi terkait pelaksanaan tender proyek pengadaan barang atau jasa pemerintah, serta memfasilitasi sistem penyelenggaraan ujian sertifikasi ahli PBJP. Aktor lainnya Pemerintah Daerah, SKPD, ULP merupakan unit organisasi pemerintahan yang bersifat non struktural yang bertugas untuk

menangani pekerjaan pengadaan barang/jasa pemerintah secara terintegrasi dan terpadu sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku; Bagian Hukum dalam Biro PBJP, Inspektorat, dan UMKM.

Berdasarkan pengaruh (power) dan kepentingan (interest) yang dimiliki oleh setiap stakeholders maka stakeholders dapat dikategorikan menjadi empat jenis yaitu (Reed et al., 2009; Thompson, 2011; Gardner et al., 1986) yaitu Stakeholder dengan tingkat kepentingan (interest) yang tinggi tetapi memiliki pengaruh (power) yang rendah diklasifikasikan sebagai Subyek (Subjects). Stakeholders dengan tingkat kepentingan (interest) dan pengaruh (power) yang tinggi diklasifikasikan sebagai Pemain Kunci (Key Players). Stakeholders dengan tingkat kepentingan (interest) dan pengaruh (power) yang rendah diklasifikasikan sebagai Pengikut Lain (Crowd). Stakeholders dengan tingkat kepentingan (interest) yang rendah tetapi memiliki pengaruh (power) yang tinggi diklasifikasikan sebagai Pendukung (Contest setters).

Berdasarkan pengaruh (power) dan kepentingannya (interest), maka stakeholders dalam pengelolaan e-katalog lokal dapat dikategorikan menjadi dua yaitu key players dan pendukung. Stakeholders yang termasuk dalam kategori key players adalah Kepala daerah, ULP, bagian hukum, dan inspektorat. Stakeholders yang termasuk dalam kategori pendukung adalah SKPD dan UMKM, stakeholders ini dapat mendatangkan resiko sehingga keberadaannya perlu dipantau dan dikelola dengan baik. Stakeholders ini dapat berubah menjadi key palyers karena suatu peristiwa. Hubungan baik dengan stakeholder ini terus dibina. Untuk itu segala informasi yang dibutuhkan harus tetap diberikan sehingga mereka dapat terus berperan aktif dalam pencapaian tujuan.



Gambar 1. Pemetaan Stakeholders Berdasarkan Pengaruh (Power) dan Kepentingannya (Interest) dalam e-katalog lokal.

Analisa Indikator SWOT Kebijakan E-katalog Lokal dalam membranding Produk Lokal (UMKM). Indikator kekuatan kebijakan ini adalah indikasi kuatnya kebijakan e-katalog lokal dalam membranding produk lokal (UMKM) adalah mengurangi tender dan meningkatkan pengadaan langsung lewat e-katalog. Selain itu, e-katalog lokal yang dikerjasamakan akan mengangkat komoditas lokal karena komoditas lokal untuk digunakan oleh pemerintah daerah agar lebih efisien dari sisi biaya pengiriman. Memberikan peluang bagi produsen penyedia barang dan jasa lokal karena lewat e-katalog lokal produknya bisa digunakan oleh pemerintah daerah lain.

Kelemahan dalam kebijakan ini adalah tidak sedikit pelaku UMKM yang masih belum paham atau mengenali sistem lelang pada e-katalog. Selain itu, mereka juga kalah bersaing dengan perusahaan besar. Indikasi selanjutnya membahas tentang potensi peluang yang dimiliki pasca diluncurkannya kebijakan e-katalog lokal yaitu dapat mendukung sektor UMKM lokal, sehingga dapat mengurangi impor dan mampu menggerakkan ekonomi masyarakat lokal. Sektor UMKM mampu menciptakan pasar dan menghasilkan produk-produk inovatif. Sektor UMKM juga memiliki kemampuan dan fleksibilitas dalam menyerap angkatan kerja dengan berbagai kualitasnya, baik yang memiliki skill maupun yang unskill.

Ancaman akibat persaingan bisnis produk impor dan lokal terhadap e-katalog nasional maupun lokal adalah pengadaan barang melalui impor terasa lebih mudah dan juga harganya relatif terjangkau. Masih terdapat pelaku UMKM yang berbuat curang dengan memasukkan barang impor namun dengan label UMKM, hal ini

dapat menjadi ancaman terhadap keefektifan e-katalog lokal. Implementasi katalog dalam pengadaan barang / jasa pemerintah di sektor UMKM, masih terdapat pelaku industri kecil yang menjadi mata rantai distribusi barang / jasa. Melalui katalog, yang memutus rantai distribusi, peran penyedia layanan kecil yang telah menjadi bagian dari rantai distribusi dihilangkan. Penyedia jasa kecil atau UMKM yang hanya berperan sebagai rantai distribusi dalam proses pengadaan barang / jasa pemerintah akan mati dengan penerapan sistem katalog.

Adapun faktor pendukung yang mendorong penggunaan sistem sistem bagi UMKM, salah satunya partisipasi UMKM dalam produk katalog lokal. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional khususnya dalam pembangunan ekonomi adalah Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, karena banyaknya industri yang hadir di setiap sektor ekonomi; Besarnya potensi penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UMKM dalam order Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan.

Keberadaan UMKM mampu menggerakkan ekonomi masyarakat lokal. Mayoritas UMKM di Indonesia terletak di pedesaan serta memegang peranan penting dalam pengembangan talenta dari masyarakat desa. Selain itu, sejalan dengan perkembangan penduduk usia muda terdidik dan tren peningkatan industri kreatif, UMKM merupakan sumber tumbuhnya pelaku-pelaku ekonomi yang mampu mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta berdaya saing. Selain itu pemerintah memberikan insentif untuk para UMKM agar dapat bersaing di dalam e-katalog dan tidak kalah dengan perusahaan besar.

Indikasi penghambat kebijakan ini antara lain produk-produk lokal yang diciptakan oleh UMKM-UMKM yang ada di Indonesia seringkali gagal menunjukkan eksistensinya di pasar persaingan. Hal ini dipicu kurangnya minat konsumen dalam kebutuhan akan produk lokal jualan gagalnya upaya pemerintah dalam meningkatkan promosi dari produk-produk lokal serta perhatian pemerintah yang dinilai kurang memberikan dorongan kepada pelaku unit usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki potensi terpendam. Dimana potensi yang dimiliki ini perlu digali dan dikembangkan untuk menghadapi era pasar bebas. Usaha kecil dan menengah (UKM) harus senantiasa didorong dan mengatasi berbagai kelemahan supaya mampu bersaing dan tidak jatuh tertindas oleh kompetitor.

Pembiayaan sektor UMKM masih sangat bergantung pada sektor perbankan, meskipun saat ini sudah mulai tersedia alternatif-alternatif pembiayaan non-bank. UMKM di daerah pedesaan sering kali tidak tersentuh oleh skema- skema kredit yang dirancang pemerintah dan bergantung pada modal pribadi, pinjaman kepada sanak saudara, atau kredit informal untuk membiayai usahanya. Sektor UMKM memiliki potensi inovasi yang sangat besar, namun kurangnya modal dan keterampilan tenaga kerja menghambat proses inovasi dari sektor UMKM. Selain itu Masih terdapat pelaku UMKM yang berbuat curang dengan memasukkan barang impor namun dengan label UMKM, hal ini dapat menjadi ancaman terhadap keefektifan e-katalog lokal.

KESIMPULAN

e-Katalog Lokal adalah katalog elektronik (*e-catalogue*) daerah yang disusun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah dalam bentuk sistem informasi elektronik yang memuat daftar, merek, jenis, spesifikasi teknis, harga dan jumlah ketersediaan Barang/Jasa tertentu dari berbagai Penyedia. Dengan adanya e- katalog lokal maka, akan memperpendek waktu atau lebih cepat. Dengan adanya pengadaan barang dan jasa melalui e- katalog lokal tersebut dan tersedia oleh penyedia UKM di wilayah tersebut, maka secara otomatis roda ekonomi akan berputar lebih cepat dari pada harus usul melalui pusat, dan UKM akan tumbuh besar. Produk lokal yang awalnya dikonsumsi oleh pemerintah lokal, yang kemudian karena penayangannya di website LKPP dan semua orang bisa melihat, dapat menyebabkan produk lokal daerah tersebut dapat dilirik oleh pemerintah daerah lain.

UMKM pada umumnya lebih tahan krisis dibandingkan dengan perusahaan besar, karena UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Pelaku usaha UMKM pada umumnya memanfaatkan sumberdaya lokal, baik itu sumber daya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan. Artinya, sebagian besar kebutuhan UMKM tidak mengandalkan barang impor. Berdasarkan pengaruh (power) dan kepentingannya (interest) stakeholders dalam pengelolaan e-katalog lokal dapat dikategorikan menjadi dua yaitu key players dan pendukung. Stakeholders yang termasuk dalam kategori key players adalah Kepala daerah, ULP, bagian hukum, dan inspektorat. Stakeholders yang termasuk dalam kategori

pendukung adalah SKPD dan UMKM, stakeholders ini dapat mendatangkan resiko sehingga keberadaannya perlu dipantau dan dikelola dengan baik. Stakeholders ini dapat berubah menjadi key palyers karena suatu peristiwa. Hubungan baik dengan stakeholder ini terus dibina. Untuk itu segala informasi yang dibutuhkan harus tetap diberikan sehingga mereka dapat terus berperan aktif dalam pencapaian tujuan.

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), serta ancaman dan tantangan (*threats*). Kekuatan (*strenght*), kuatnya kebijakan e-katalog lokal dalam membranding produk lokal (UMKM) adalah mengurangi tender dan meningkatkan pengadaan langsung lewat e-katalog. Kelemahan (*weakness*), terdapat beberapa pelaku UMKM yang masih belum paham serta belum mengenali sistem lelang pada e-katalog, mereka juga kalah bersaing dengan perusahaan besar. Peluang (*opportunities*), pada kebijakan e-katalog lokal (UMKM) peluangnya yaitu membuka lapangan pekerjaan baru. Ancaman dan tantangan (*threats*), pada persaingan bisnis produk impor dan lokal terhadap e- katalog nasional maupun lokal adalah pengadaan barang melalui impor terasa lebih mudah dan juga harganya relatif terjangkau.

Faktor pendukung yang mendorong penggunaan sistem bagi UMKM, salah satunya partisipasi UMKM dalam produk katalog lokal. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini didukung karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, karena banyaknya industri yang hadir di setiap sektor ekonomi. Sehingga muncul kondisi dimana UMKM berperan sebagai besarnya potensi penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UMKM dalam order Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Faktor penghambat efektivitas adalah kurangnya minat konsumen dalam kebutuhan akan produk lokal serta gagalnya upaya pemerintah dalam meningkatkan promosi dari produk-produk lokal ditambah lagi perhatian pemerintah yang dinilai kurang memberikan dorongan kepada pelaku unit usaha kecil dan menengah (UKM) yang memiliki potensi terpendam

REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Anderson, James E.1970. *Public Policy Making*, New York: Reinhart and Wiston.
- Basith, A. (2019). "Presiden Jokowi Minta LKPP Dorong Industri Lokal dalam Katalog Elektronik", <https://nasional.kontan.co.id/news/presiden-jokowi-minta-lkpp-dorong-industri-lokal-dalam-katalog-elektronik>, diakses pada tanggal 24 Mei 2021.
- Bryson, J.M. (2004). What to do when pemangku kepentingan matter: Pemangku kepentingan identification and analysis techniques. *Public Management Review*, 6, 21-53.
- Dunn, W.N. (2003). Pengantar analisis kebijakan publik (Edisi kedua). (S. Wibawa, D. Asitadani, A.H. Hadna, E.A. Purwanto, penerjemah). Darwin, M. (Ed.). Yogyakarta (ID): Gajahmada University Press
- Gardner, J. R., Rachlin, R. and Sweeny, H.W.A. (1986). *Handbook of Strategic Planning*. http://www.12manage.com/methods_stakeholder_mapping.html. Akses Tgl. 23 Juli 2022
- Grimble, R. (1998). *Stakeholder methodologies in natural resource management*. Chatam, UK: Natural Resource Institute.
- Iqbal, M. Pengaruh Pelaksanaan E-Katalog dalam Pengadaan Barang/Jasa Pemerintahan Terhadap UMKM. *Jurnal USM Law Review*, 3(1), 77-97.
- Isnaini, D. (2017). Peranan Kebijakan Fiskal Dalam Sebuah Negara. *AL-INTAJ*, 3(1), 102-118.-2021 Katalog Lokal tekan Korupsi Pengadaan Barang, <https://jatengprov.go.id/publik/mou-e-katalog-lokal-tekan-korupsi-pengadaan-barang/>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022.
- Kementerian Keuangan RI. 2018. Bunga Rampai Rekomendasi Kebijakan Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan 2018. https://fiskal.kemenkeu.go.id/data/document/buku/Bunga_Rampai_Kebijakan_Fiskal_2018_1.pdf
- LKPP.go.id.2017. Peran Penting Pokja ULP dalam Pengelolaan e-Katalog Lokal,<http://www.lkpp.go.id/v3/#/read/4584>, diakses pada tanggal 29 Mei 2022.
- Nastain, M. (2017). *Branding Dan Eksistensi Produk*. Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Nugroho, Riant. 2004. *Kebijakan publik: formulasi, implementasi, dan evaluasi*. Jakarta: media Elex komputindo
- Rahmah, N. (2019). LKPP :Apa itu LKPP, Visi Misi, dan Tupoksinya, <https://www.pengadaanbarang.co.id/2019/08/lkpp-adalah.html>, diakses pada tanggal 29 Mei 2022.
- Reed, S.M., Graves, A., Dandy, N., Posthumus, H., Huback, K., Morris, J., &, Stringer, L.C. (2009). Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resources management. *Journal of E*

nvironmental Management, 90, 1933-1949.

- Sekretariat Daerah Kota Bandung" <http://journal.unla.ac.id/index.php/scientiaregendi/article/view/1052/725>
- Sjafaat F.A & Santosa P. (2019) "Implementasi Kebijakan Katalog Daerah Dalam Proses Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Pada Bagian Layanan Pengadaan
- Suci Y.R (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia*. Surabaya: Karya Utama
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Thompson, R. (2011). Stakeholder Analysis. Winning Support for Your Projects. http://www.mindtools.com/pages/article/newPPM_07.htm. Akses Tanggal 20 Pebruari 2022
- Uly, Yohana. A. (2020). KPPU Sebut UMKM Sulit Bersaing di E-Katalog Pemerintah <https://money.kompas.com/read/2020/09/12/181200926/kppu-sebut-umkm-sulit-bersaing-di-ekatalog-pemerintah?page=all>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022.
- Vernandez, MG.N. (2016). "E-Katalog Terbukti Efisienskan Anggaran", <https://ekonomi.bisnis.com/read/20161216/9/612624/e-katalog-terbukti-efisienskan-anggaran>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022.
- Wakka, A.K. (2014). Analisis Stakeholders Pengelolaan Kawasan Hutan Dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Mengkendek, Kabupaten Tana Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Kehutanan Wallacea*, (1)3, 47 – 55
- Yasinta, V.(2016). Pengadaan Barang: Lkpp Siap Luncurkan Katalog Elektronik Lokal. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160525/9/551081/pengadaan-barang-lkpp-siap-luncurkan-katalog-elektronik-lokal>, diakses pada tanggal 24 Mei 2022.
- Yusuf, S. A. (2018). *Kajian Literatur dan Teori Sosial dalam Penelitian*. Rineka Cipta.