

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengadaan sebagai suatu wacana, pertama kali dipublikasikan pada tahun 1832 oleh Charles Babbage dalam bukunya "*On the Economy of Machinery and Manufacturing*". Akan tetapi suatu buku yang benar-benar fokus pada pengadaan baru dipublikasikan pada tahun 1916 oleh H. B. Twyford dengan judul "*Purchasing: Its Economic Aspects and Proper Methods*". Secara akademis buku teks pertama mengenai pengadaan ditulis oleh Howard T. Lewis dari Universitas Harvard pada 1933 dengan judul "*Industrial Purchasing*", (Dobler D. W. dan Burt D. N. 1996:7)¹.

Dalam perkembangannya, peran pengadaan menjadi semakin signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari terjadinya eliminasi pekerjaan-pekerjaan yang bersifat administratif dan di sisi lain semakin mengedepankan pekerjaan-pekerjaan yang bersifat strategis. Dalam praktek bisnis, salah satu kontribusinya adalah memberikan penghematan dalam jumlah yang relatif besar, terlebih bila dikaitkan dengan pengeluaran maupun peningkatan pendapatan dalam suatu perusahaan. Lebih lanjut dikatakan oleh Dobler dan Burt. (1996:25)² sebagai berikut :

For the typical manufacturing firm, purchasing is responsible for spending over half of every dollar the firm receives as income from sales. More dollar are spent for purchases of materials and services than for all others expense items combined, including expenses for wages, depreciation, taxes and dividends. On the other word, the cost of materials is approximately 2 ½ times the value of all labor and payroll cost and nearly 1 ½ times the cost of labor plus all other expenses of running the business.

¹ Dobler D. W. dan Burt D.N, *Purchasing and Supply Management*, The Mc-Graw Hill Companies, INC, International Edition, 1996, pp. 7.

² *ibid*, pp. 25.

Lebih dalam lagi beberapa hasil penelitian mengungkapkan peran pengadaan yang semakin signifikan diantaranya adalah :

Statistically, 56.7% cost of materials and equipment was purchased for the average manufacturing firm³.

More over, compared by marketing profit effort, 5% reducing material cost is equivalent by increasing sales 28%⁴.

A typical company will make a profit of 5% to 20% on every dollar sold. On the other hand savings by purchasing go directly into profit. In other words, 5 cents will be earned for an extra dollar sold, but \$1 will be earned for every dollar saved by purchasing⁵.

Itulah beberapa hal yang menyebabkan mengapa pengadaan menjadi suatu isu manajemen dan bahkan saat ini fungsi pengadaan juga dianggap sebagai *profit center*.

Pada era teknologi informasi saat ini, perhatian yang diberikan kepada pengadaan sangat kentara sekali. Dimana salah satu turunannya adalah masuknya pengadaan dalam salah satu modul pada hampir seluruh *Enterprise Resource Planing (ERP)*. Pola ERP yang lebih fokus pada isu-isu integrasi internal telah menjadikannya sebagai suatu *back end* dari sistim informasi suatu organisasi bisnis dimana fungsi pengadaan menjadi bagian didalamnya.

Masuknya pengadaan dalam ERP menciptakan suatu paradigma baru dalam wacana maupun praktek bisnis pada umumnya, khususnya dalam konteks proses bisnis. Suatu perubahan yang signifikan menjadi suatu keniscayaan yang tidak dapat

³ "Statistic for Industries", *Annual Survey of Manufactures: 1991*, US. Bureau of the Census, Government Printing Office, Washington, DC, 1993 pp. 1-5, 10, 28 at Donald W. Dobler and David N. Burt, *Purchasing and Supply Management*, The Mc-Graw Hill Companies, INC, International Edition, 1996, pp. 26.

⁴ Dobler D. W. dan Burt D. N. Ibid., pp. 28-30.

⁵ Hough J. E dan Ashley J. M., *Handbook of Buying and Purchasing Management*, Prentice Hall Englewood Cliffs, NJ., 1992, pp.1.

di hindari. Suatu rekayasa, rekayasa ulang atau pun restrukturisasi proses bisnis menjadi suatu kebutuhan yang mendesak dalam suatu organisasi untuk menjadi kompetitif, terlebih lagi pada era pasar bebas dan era informasi.

Perkembangan terakhir dalam teknologi informasi telah melahirkan suatu pola komunikasi, informasi maupun transaksi yang berbasis internet dan populer di sebut sebagai *e-commerce*. Sekali lagi suatu rekayasa, rekayasa ulang atau pun restrukturisasi proses bisnis menjadi suatu kebutuhan yang mendesak dalam suatu organisasi untuk menjadi kompetitif, terlebih lagi pada era pasar bebas dan era informasi.

Suatu survei menunjukkan bahwa adopsi internet mampu mencapai pengguna sejumlah 50 juta dalam jangka waktu 5 tahun dan untuk jumlah yang sama diperlukan waktu 25 tahun bagi pengguna telepon. Pada tahun 2003 diperkirakan jumlah pengguna internet akan mencapai 500 juta (Larry C. Giunipero 2002:1)⁶. Sedangkan menurut hasil penelitian *Grup Gartner* diperkirakan pada tahun 2003 jumlah transaksi berbasis internet adalah USD 1,3 Triliyun (Kevin P. O'Brien, 2000:1)⁷ bahkan dalam sisi jumlah transaksi, *Boston Consulting Group* memprediksikan USD 2 Triliyun pada tahun 2003 nanti⁸.

Kecepatan pertumbuhannya menurut *Grup Gartner* mencapai 90% pada kurun waktu 1998-2003 (Kevin P. O'Brien, 2000:1)⁹ sementara itu *Forester Research* menyatakan rata-rata pertumbuhannya per tahun mencapai 86,8% (Lane dan Lane, 2000:8)¹⁰. Dari sisi *adopter* diketahui bahwa hampir seluruh perusahaan yang masuk dalam *Fortune 500* menggunakan internet untuk melakukan *e-sourcing*

⁶ Giunipero, Larry C., *Executive Comment: Smoothing out bumps in e-purchasing road*, EBN, www.cmpnet.com, 2002, pp.1.

⁷ O'Brien, Kevin P., *Value-Chain Report: Should Your Firm Be Using E-procurement?*, Penton, IndustryWeek.com, 2000, pp.1.

⁸ Whyte, Cherish Karowey, *E-procurement: The New Competitive Weapon*, ISM, www.ism.com, 2002, pp.2.

⁹ *ibid*, pp.1.

¹⁰ Lane dan Lane, *The Essential E-Procurement Guide For Executives*, CoreHarbor, Innc, USA, 2000, pp.8.

(Pierre Mitchell 2002:2)¹¹, sedangkan survei yang dilakukan oleh *Deloitte Consulting New York* menunjukkan bahwa 31 % dari 100 korporasi dunia telah mengadopsi *e-procurement* pada tahun 1999 dan pada tahun 2003 akan menjadi 82% (Cherish Karoway 2002:2-3)¹². Adapun jumlah transaksi melalui *e-procurement* pada tahun 2002 diperkirakan mencapai 100 Milyar Dollar Amerika (Cherish Karoway 2002:2).¹³

Dengan demikian *e-procurement* yang merupakan bagian dari *e-commerce* perlu di adopsi dan diimplementasi oleh organisasi bisnis yang ingin tetap *survive* dan kompetitif di era pasar bebas yang berbasis internet seperti sekarang ini.

B. Tujuan

Mengingat makin besarnya peran pengadaan dan semakin fokusnya pada aspek-aspek yang strategis serta banyaknya perhatian dari para pakar teknologi informasi maupun pengadaan itu sendiri, maka adopsi *e-procurement* menjadi suatu keniscayaan agar mampu mengakomodasi kebutuhan suatu organisasi bisnis dalam mendapatkan nilai tambah, bertahan, efisien dan kompetitif.

Oleh karena itu tujuan dari tesis ini secara umum adalah :

1. Apakah adopsi dan implementasi *e-procurement* layak dijadikan suatu investasi.
2. Bagaimana adopsi *e-procurement* memberikan *benefit* kepada organisasi.
3. Bagaimana kesiapan para pemasok apabila organisasi melakukan adopsi *e-procurement*.

¹¹ Mitchell, Pierre, *E-Sourcing Tools Can Improve Strategic sourcing Process, but process with Caution*, ISM, www.ism.com, 2001, pp.2.

¹² *ibid*, pp.2-3.

¹³ Whyte, Cherish Karowey, *Ibid*, pp.2.