



WIDYA PUBLIKA

JURNAL ILMIAH MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK
PASCASARJANA UNIVERSITAS NGURAH RAI

OPTIMALISASI *WEBSITE* PEMERINTAH DAERAH BERBASIS *COLLABORATIVE GOVERNANCE* (STUDI PADA DINAS KOTA MALANG)

Ida Ayu Githa Girindra¹, Nyoman Diah Utari Dewi²,
Ida Ayu Putu Sri Widnyani³

¹Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
email : Daygitha@gmail.com

²Pascasarjana Magister Administrasi Publik, Universitas Ngurah Rai;
email : drnyomandiahutari@gmail.com

³Pascasarjana Magister Adminitrasi Publik, Universitas Ngurah Rai;
email: dayusriwid@gmail.com

Abstract

Techological progress is something that cannot be avoided in our lives today. The state is said to be progressing if country is able to master technological development also beings a change to governance system. One of the changes governance is the existence of Electronic Governance which increasingly plays a role in improving the quality of public services and helping to deliver information effectively and efficiently to the public. The concept of E-Governance has been implementated in Indonesia, namely the use of government websites, both local government and central government. Unfortunately, in its implementation, it is not be maximal. The government websites are currently developing are still not fulfilling their main duties as providers of information, transparency, accountability or even good services for the community, especially those who have an interest and want to know more about the website of the Malang City Trade Office. If measured from development stage E-Governance, the pocess of Malang City trade Office is still in the Emerging stage which means that the website still provides information that is very basic, limited, and static. Based on explanation above, the researche tries to give a recommendation Collaborative governance Model that is expected to help website more optimize.

Keywords: *Technological Advancement, Electronic Governance, Public Services, Malang City Trade Office*

Abstrak

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan kita saat ini. Negara dikatakan maju jika negara mampu menguasai perkembangan teknologi serta perubahan sistem pemerintahan. Salah satu perubahan tata kelola adalah dengan adanya Electronic Governance yang semakin berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik dan membantu penyampaian informasi secara efektif dan efisien kepada masyarakat. Konsep E-Governance telah diterapkan di Indonesia yaitu penggunaan website pemerintah, baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. Sayangnya dalam pelaksanaannya belum maksimal. Website-website pemerintah yang saat ini berkembang masih belum memenuhi tugas pokoknya sebagai penyedia informasi, transparansi, akuntabilitas atau bahkan pelayanan yang baik bagi masyarakat, terutama yang berkepentingan dan ingin mengetahui lebih jauh tentang website Dinas Perdagangan Kota Malang. Jika diukur dari tahap pengembangan E-Governance, proses Dinas Perdagangan Kota Malang masih dalam tahap Emerging yang artinya website masih memberikan informasi yang sangat mendasar, terbatas, dan statis. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mencoba memberikan rekomendasi Model Collaborative governance yang diharapkan dapat membantu website lebih optimal.

Kata Kunci : Kemajuan Teknologi, Electronic Governance, Pelayanan Publik, Dinas Perdagangan Kota Malang

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi adalah suatu hal yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan kita saat ini, karena kemajuan teknologi selalu berkembang seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Negara dikatakan maju apabila negara tersebut dapat menguasai teknologi dengan baik (*high technology*), sedangkan negara dikatakan gagal (*failed country*) apabila tidak dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan tidak mempunyai kemampuan terhadap penguasaan teknologi. Pada zaman milenial saat ini penguasaan teknologi menjadi salah satu indikator kemandirian suatu negara. Berikut adalah 10 negara yang memiliki penguasaan teknologi terbaik di dunia yang dikutip dari top 10 *news world* : 1. Finlandia, 2. Amerika Serikat, 3. Jepang, 4. Swedia, 5. Korea Utara, 6. Belanda, 7. Inggris, 8. Singapura, 9. Korea Selatan, 10. Australia. Negara-negara tersebut bisa menjadi negara yang sangat berpengaruh dan memiliki kekuatan dengan bermodalkan penguasaan teknologinya. Sedangkan Indonesia masih belum bisa berada ditataran negara yang memiliki penguasaan teknologi terbaik.

Perkembangan Teknologi saat ini juga membawa sebuah perubahan terhadap tata penyelenggaraan pemerintahan. Salah satu perubahan terhadap tata penyelenggaraan pemerintahan adalah dengan adanya *Electronic Government*

(*EGovernance*). Menurut *World Bank*, *E-Governance* adalah sebuah penggunaan atau pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh lembaga pemerintahan untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat, pelaku bisnis dan sekaligus memfasilitasi kerjasama dengan lembaga pemerintah lainnya baik dalam kecepatan proses perizinan, administrasi, maupun sosialisasi kebijakan-kebijakan pemerintah. *E-Governance* ini juga dapat memperluas interaksi antara pemerintah dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya yaitu G2C (*Government to Citizen*), G2B (*Government to Business*), dan G2G (*Government to Government*) agar segala sesuatu yang mengelaborasi diantara *stakeholders* tersebut dapat berjalan secara efektif, efisien, transparan, akuntabel, dan responsif sehingga dapat mencapai suatu tatanan pemerintahan yang baik yang disebut *Good Governance*. Dalam *Good Governance* interaksi antara para pemangku kepentingan (*stakeholders*) tidak saling mendominasi satu dengan yang lainnya, yang berarti pemerintah bukanlah satu-satunya aktor dalam suatu tatanan pemerintahan. Seluruh *stakeholders* mempunyai kesempatan yang sama dalam pelaksanaan program-program pemerintah.

Konsep *E-Governance* ini sudah diterapkan di Indonesia, yakni dengan penggunaan *website* pemerintah, baik pemerintah daerah ataupun pemerintah pusat yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat. sayangnya dalam penerapannya masih dirasa belum maksimal. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh PBB mengenai peringkat EDGI (*E-Governance Development Index*) yang menilai berdasarkan ketersediaan pelayanan online, kapasitas penggunaan *EGovernance* dan juga infrastruktur komunikasi yang digunakan, Indonesia menempati peringkat ke 116 pada tahun 2016, dimana Indonesia mengalami kemerosotan peringkat dari tahun 2014 yang pada saat itu berada pada posisi 106. Pemerintah Indonesia sendiri mengakui penerapan *E-Governance* di Indonesia mengalami banyak hambatan. Masyarakat Indonesia seperti enggan untuk mengakses *E-Governance* melalui *website* atau media sosial lainnya, tetapi kesiapan dari organisasi sektor publik juga dirasa masih sangat kurang. Padahal dalam hal penggunaan internet Indonesia menduduki peringkat 6 dunia dengan 88 juta pengguna aktif Internet. Besarnya minat masyarakat dalam penggunaan internet seharusnya berbanding lurus terhadap

minat masyarakat dan juga kesiapan organisasi sektor publik dalam pengembangan *E-Governance*. Pengembangan *E-Governance* di Indonesia sebenarnya juga telah didukung oleh beberapa regulasi antara lain: 1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, khususnya yang dijelaskan pada pasal 7 ayat (3), 2. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2018 tentang pedoman evaluasi sistem pemerintah berbasis elektronik, 3. Buku pedoman penyusunan *Master Plan Smart City* 2017, serta 4. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2003 tentang kebijakan dan strategi Nasional pengembangan *E-Governance*.

E-Governance semakin berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik serta membantu penyampaian informasi secara lebih efektif dan efisien kepada masyarakat. Perlu ditinjau kembali bahwa menurut UUD 1945 pasal 18 ayat (2) dan pasal 34 ayat (2), peningkatan pelayanan publik harus mendapatkan perhatian utama dari pemerintah, dikarenakan pelayanan publik merupakan hak-hak sosial dasar dari masyarakat ataupun hak yang mendasar. Malang sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur juga masih kurang siap dalam penerapan *EGoverenment*, Organisasi sektor publik memang telah ada, namun kesiapan terkait transformasi digital masih sangat kurang. hal ini dibuktikan dengan kondisi salah satu *Website* Dinas yang telah diamati peneliti yaitu Dinas Perdagangan Kota Malang yang terletak di Jl, Simpang Terusan Danau Sentani No. 6, Madyopuro, Kedungkandang, Sawojajar.

Website Dinas Perdagangan Kota Malang masih belum memenuhi tugas utamanya sebagai penyedia informasi, transparansi, akuntabilitas atau bahkan pelayanan yang baik bagi masyarakat, khususnya yang berkepentingan dan ingin mengetahui secara mendalam informasi terkait perdagangan ataupun hal-hal yang seharusnya ditangani oleh Dinas Perdagangan seperti izin usaha maupun informasi umum seperti statistik harga bahan pokok. Jika diukur dari tahap pengembangan *E-Governance Website* Dinas Perdagangan Kota Malang masih berada pada tahap *Emerging* yang berarti *website* ini masih memberikan informasi yang sifatnya sangat mendasar, terbatas dan statis. Berdasarkan pemaparan diatas, pada tulisan ini peneliti akan membahas tentang bagaimana pelaksanaan dan pengembangan

website Dinas Perdagangan Kota Malang dan juga berusaha memberikan rekomendasi *Collaborative Governance* untuk pengoptimalisasian *website* Pemerintah Daerah khususnya *website* Dinas Perdagangan Kota Malang, karena dalam pelaksanaan dan pengembangan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang saat ini belum menimplemetasikan *Collaborative Governance* dengan baik, Dari uraian yang telah disajikan, dapat dihasilkan rumusan masalah yaitu bagaimana bentuk *website* yang berbasis *Collaborative Governance* yang merupakan peranan *E-Governance* dalam mewujudkan *Good Governance* ?

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Collaborative Governance*

Ansell dan Gash menjelaskan *collaborative governance* adalah suatu pengaturan pemerintahan dimana satu atau lebih lembaga publik secara langsung melibatkan para pemangku kepentingan non-pemerintah dalam proses pengambilan keputusan kolektif yang bersifat formal, berorientasi pada konsensus, deliberatif yang bertujuan untuk membuat dan menerapkan kebijakan publik serta mengelola program ataupun aset publik. (Afful-Koomson dan Kwabena, 2013:13). Donahue dan Zeckhauser juga mengartikan “*collaborative governance can be thought of a form of agency relationship between government as principal, and private players as agent.*” (Donahue dan Richard, 2011:30) Artinya bahwa pemerintahan kolaboratif dapat dianggap sebagai suatu bentuk hubungan kerja sama antara pemerintah sebagai regulator dan pihak swasta sebagai pelaksana.

Mengacu dari berbagai pengertian yang dijelaskan mengenai *collaborative governance*, dapat diterangkan bahwa pada dasarnya kebutuhan untuk berkolaborasi muncul dari hubungan saling ketergantungan yang terjalin antar pihak atau antar stakeholders. *Collaborative governance* dapat diterangkan sebagai sebuah proses yang melibatkan norma bersama dan interaksi saling menguntungkan antar aktor governance. Melalui perspektif *collaborative governance*, tujuan-tujuan positif dari masing-masing pihak dapat tercapai. Selanjutnya menurut Ratner, di dalam *collaborative governance* terdapat tiga fokus fase atau tiga tahapan yang merupakan proses kolaborasi dalam tata kelola pemerintahan

2.2 E-Governance

World Bank, *E-Governance* didefinisikan sebagai “Penggunaan/pemanfaatan teknologi informasi oleh lembaga pemerintah untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat, pelaku bisnis, dan sekaligus memfasilitasi kerja sama dengan lembaga pemerintah lainnya”. Lebih lanjut, menurut *World Bank*, *E-Governance* harus diarahkan pada pemberdayaan masyarakat melalui akses yang luas terhadap informasi yang tersedia. Untuk mencapai manfaat dari konsep *E-Governance*, lembaga pemerintah yang berencana atau sedang mengimplementasikan konsep *E-Governance* harus memperhatikan beberapa faktor yang sangat vital bagi kelangsungan bahkan kesinambungan program *E-Government*-nya. Faktor kritis tersebut antara lain sebagai berikut (Adi Cahyadi, 2003, h.7).

- 1) Dukungan yang luas baik dari manajer/pejabat puncak (pengambil keputusan) maupun manajer/pejabat di level operasional.
- 2) Kemauan untuk mengubah cara/metode bekerja sama, membagi, dan mengelola data dan jasa dari lembaga pemerintah.
- 3) Kemampuan untuk memperbaiki budaya kerja, keahlian, dan peraturan yang menyangkut administrasi pemerintahan dan pembiayaan pada setiap lembaga pemerintah dalam rangka mendukung implementasi *E-Governance*.
- 4) Memulai implementasi dari skala kecil dan berkembang sesuai dengan permintaan masyarakat, tingkat penggunaan (*adoption rate*), dan tingkat penerimaan (*acceptability rate*).
- 5) Menciptakan keadilan dalam akses terhadap informasi dan jasa.
- 6) Membangun fasilitas teknologi informasi dan peraturan pendukung dalam rangka menjamin keamanan dan kerahasiaan data setiap anggota masyarakat.
- 7) Adanya tingkat keahlian dan infrastruktur teknologi informasi yang memadai.

Menurut *United Nations Division for Public Economics and Public Administration/ DPEPA* (suatu lembaga di bawah naungan PBB). DPEPA mengkategorikan tahap pengembangan *E-Governance* menjadi beberapa tahap yang dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Tahap *Emerging*, yaitu tahap ketika kehadiran suatu lembaga pemerintah di internet diwakili oleh beberapa situs resmi lembaga pemerintah yang memberikan informasi yang bersifat mendasar, terbatas, dan statis.
- 2) Tahap *Enhanced*, yaitu tahap ketika isi (konten) situs diperbarui secara berkala dan teratur.
- 3) Tahap *Interactive*, yaitu tahap ketika pengunjung dapat men-download formulir elektronik, mengontak pegawai/pejabat pemerintah, dan membuat perjanjian (*appointment*), dan melayangkan permohonan secara elektronik.
- 4) Tahap *Transactional*, yaitu Pengunjung dapat melakukan pembayaran atas jasa atau melakukan transaksi finansial dengan lembaga pemerintah secara online.
- 5) Tahap *Seamless*, yaitu Integrasi total fungsi dan jasa pemerintah lintas batas administratif dan departemental

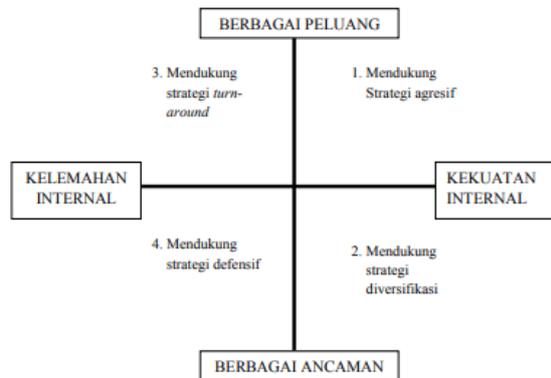
2.3 SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2009: 18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi kinerja pengelolaan jurnal ilmiah secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi model pengembangan jurnal untuk mencapai tujuan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

- 1) Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman). Menurut Kotler (2009: 51), unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran eksternal dan internal. Peluang pemasaran (marketing opportunity)

adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, di mana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan. Ancaman lingkungan (*environmental threats*) adalah tantangan yang ditempatkan oleh tren atau perkembangan yang tidak disukai yang akan menghasilkan penurunan penjualan atau laba akibat tidak adanya tindakan pemasaran defensif.

- 2) Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan). Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Sumber : Rangkuti (2013:20)

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (*produk/pasar*).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matriks.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (uraian terhadap suatu peristiwa atau masalah) berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati tidak secara langsung, atau studi kasus tunggal dan dalam satu lokasi saja (Tim Penulis Universitas Negeri Malang, 2010). Paradigma kualitatif menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks dan rinci (Indiarto dan Bambang, 1999). Studi deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa: individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Penelitian kualitatif bertitik tolak pada teori substantif dan teori formal yang telah diakui kebenarannya. Teori substantif adalah teori yang dikembangkan untuk keperluan substantif atau empiris dalam inkuiri suatu ilmu pengetahuan, misalnya sosiologi, antropologi, psikologi dan lain sebagainya. Di sisi lain, teori formal adalah teori untuk keperluan formal atau yang disusun secara konseptual dalam bidang inkuiri suatu ilmu pengetahuan, misalnya sosiologi, psikologi dan sebagainya (Indiarto dan Bambang, 1999).

3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam

arsip (data dokumenter), baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan (Indiarto dan Bambang, 1999).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah : (1) Studi pustaka, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian; (2) Dokumenter, Studi dokumentasi dilakukan dengan jalan membaca laporan-laporan penulisan sebelumnya serta artikel yang diakses dari internet, buku maupun jurnal yang sesuai dengan permasalahan. Pada metode ini penulis hanya memindahkan data yang relevan dari suatu sumber atau dokumen yang diperlukan; (3) Diskusi, yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan pembicaraan dan pertukaran pikiran dengan orang-orang yang berkompeten dengan obyek yang sedang diteliti guna memecahkan masalah tertentu; (4) Intuitif-Subjektif, merupakan perlakuan pendapat penulis atas masalah yang sedang dibahas (Abdul Ghofar, 1999).

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti. (Moeloeng, 2004). Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memantu organisasi dalam mempertimbangkan secara hati-hati kapabilitas internal organisasi dan menggunakan hasilnya untuk membentuk pilihan strategis. Analisis SWOT pertimbangkan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki organisasi. Dengan menggunakan analisis SWOT, suatu organisasi dapat memilih strategi yang mendukung misinya dan mengeksploitasi kesempatan dan kekuatannya, dan menenetralsir ancamannya serta menghindari kelemahannya.

IV. PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Kota Malang salah satu kota sejuk di lereng pegunungan Arjuno yang ada di Jawa Timur, kota ini sudah terkenal hingga mancanegara sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur dengan luas wilayah sebesar 252,1 km², Malang terus berkembang menjadi kota pariwisata, pendidikan, perindustrian maupun perdagangan yang diperhitungkan di Indonesia dengan berbagai macam potensi yang dimilikinya kota ini semakin berbenah. Dinas Perdagangan Kota Malang adalah salah satu dinas yang bergerak di sektor perdagangan. Berlokasikan di Jl. Simpang Terusan Danau Sentani No. 6 Madyopuro, Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur. Sebelumnya Dinas Perdagangan menjadi satu dengan Dinas Perindustrian Kota Malang atau biasa disebut Disperindang (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) Kota Malang yang beralamatkan di kantor bersama yakni kantor terpadu di Jl. Mayjed Sungkono, Kota Malang. Terhitung sejak tahun 2017 lalu, Dinas Perdagangan dan Dinas Perindustrian Kota Malang dipisahkan karena perbedaan tugas pokok dan fungsi. Dinas perdagangan kemudian dipindahkan ke kantor baru yang berada di daerah Sawojajar.

Dinas perdagangan kota malang dibentuk berdasarkan peraturan daerah Kota Malang Nomor 6 tahun 2008 tentang organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah, dimana pada pasal 2 disebutkan bahwa dengan Peraturan Daerah tersebut dibentuklah 16 Dinas termasuk Dinas Perdagangan yang memiliki tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijaksanaan daerah di bidang perdagangan. Sebagai pelaksanaan lebih lanjut dari peraturan Daerah tersebut maka dirasa perlu untuk penetapan peraturan Walikota yang tertuang dalam peraturan Walikota Malang Nomor 56 tahun 2008 tentang tugas pokok, fungsi dan tata kerja dinas perdagangan. Adapun kedudukan dinas perdagangan merupakan pelaksana otonomi daerah di bidang perdagangan dengan dipimpin oleh seorang kepala dinas yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.

Dinas perdagangan memiliki visi yaitu terwujudnya perdagangan yang mandiri, tangguh, unggul dan berdaya saing tinggi untuk pembangunan ekonomi

yang produktif, berkelanjutan. Dengan visi tersebut dinas perdagangan kota malang memiliki misi untuk mewujudkan pelayanan publik melalui pengembangan, fasilitasi, penataan dan pembinaan dunia perdagangan, mewujudkan promosi perdagangan dalam dan luar negeri dalam rangka perluasan pasar, perlindungan konsumen, dan pengamanan peredaran barang dan jasa yang selalu siap melayani masyarakat. Dalam upaya mewujudkan visi misi dinas perdagangan kota malang menyusun mekanisme, perangkat kerja yang efisien sehingga dapat memberikan pelayanan prima kepada masyarakat sesuai tugas pokok dalam masing-masing unsur dalam organisasi dinas.

Dinas perdagangan memiliki tugas pokok pembinaan, pengembangan, dan pengawasan usaha perdagangan. Beberapa tugas dari dinas perdagangan sering berkaitan langsung dengan masyarakat seperti rekomendasi surat izin perdagangan, penerbitan surat izin usaha perdagangan minuman beralkohol, penerbitan izin tempat penjualan minuman beralkohol, pemberian fasilitasi, pelaksanaan monitoring, perlindungan konsumen dan lain sebagainya. Dinas perdagangan memiliki komitmen menggerakkan perdagangan dan daya saing ekonomi, mendorong tumbuh suburnya ekonomi yang bercirikan kerakyatan dan tumbuhnya daya saing ekonomi.

4.2 Bentuk Pengembangan *website* pada Organisasi Sektor Publik berbasis

E-Governance

Perubahan Organisasi Sektor Publik dalam menanggapi transformasi digital memerlukan sebuah indikator penilaian atau capaian, salah satunya dapat ukur dengan tahap pengembangan *E-Governance*, yang akan mencerminkan sejauh mana Dinas Perdagangan Kota Malang menanggapi transformasi digital. Menurut *United Nations Division for Public Economics and Public Administration/ DPEPA* (suatu lembaga di bawah naungan PBB), DPEPA mengkategorikan tahap pengembangan *E-Governance* menjadi beberapa tahap yang dapat dilihat sebagai berikut.

4.2.1 Tahap Emerging

Berdasarkan data yang didapatkan, Dinas Perdagangan Kota Malang sudah melakukan tahap emerging. Tahap emerging adalah tahap ketika kehadiran suatu lembaga pemerintah di internet diwakili oleh beberapa situs resmi lembaga pemerintah yang memberikan informasi yang bersifat mendasar, terbatas, dan statis. Dinas Perdagangan Kota Malang telah menghadirkan sebuah *website* yang berisikan informasi-informasi dasar terkait Dinas Perdagangan Kota Malang. *Website* Dinas Perdagangan Kota Malang dapat diakses melalui laman: perdagangan.malangkota.go.id. Selain memiliki *website* resmi, Dinas Perdagangan Kota Malang juga telah memiliki sebuah SIM yang diberi nama sembakomalang.com, di sembakomalang.com, masyarakat dapat mendapatkan informasi terkait harga sembako yang didapatkan melalui survey dari 5 pasar besar yang berada di Kota Malang.

4.2.2 Tahap Enhanced

Terdapat beberapa konten yang ada di dalam *website* Dinas Perdagangan Kota Malang, yaitu: menu Beranda, Profil, Berita, Pelayanan, Informasi, IKM, Galeri, Download, serta Informasi Kontak. Hanya saja informasi ataupun berita yang di upload tidak diperbarui secara berkala dan teratur, bahkan dapat dikatakan kadaluarsa. Berita yang di upload terakhir kali oleh Dinas Perdagangan Kota Malang berjudul “Rakernas ke-XII” yang di upload pada hari Minggu, 22 juli 2017. Ada beberapa data yang bisa di download seperti Standar Operasional Prosedur (SOP). Laporan Pertanggung jawaban(LPJ), Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) yang di upload pada pertengahan tahun 2018 ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Rika selaku staf stabilitas harga Dinas Perdagangan Kota Malang, yang menyebabkan *website* dinas perdagangan Kota Malang tidak berkembang salah satunya adalah adanya sebuah SIM tentang informasi harga sembako yang diberi nama sembakomalang.com.

Pegawai Dinas Perdagangan Kota Malang yang mengelola *website* hanya bekerja sendiri, beliau mengakui bahwa tidak adanya aktivitas di *website* Dinas Perdagangan Kota Malang adalah karena beliau masih fokus mengembangkan

sistem informasi sembakomalang.com. Untuk dapat mengembangkan *website* Dinas perdagangan Kota Malang diperlukan tenaga yang khusus mengelola *website*, tidak dapat hanya mengandalkan satu orang saja, apalagi orang tersebut juga memiliki tanggung jawab di pekerjaan yang lain. Bu Rika merasa tidak mampu dalam mengembangkan *website* dinas perdagangan kota malang, karena untuk terus mengoperasikannya diperlukan informasi yang di update secara berkala, berita yang harus ditulis setiap ada kegiatan penting, bahkan artikel-artikel terkait yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang peragangan. Dinas Perdagangan Kota Malang kekurangan sumber daya manusia yang ahli di bidangnya sehingga *website* Dinas Perdagangan kota Malang tidak dapat berkembang dengan baik atau mengalami kemacetan pembaharuan informasi dan aktivitas selama setahun terakhir.

4.2.3 Tahap Interactive

Tahap ketika pengunjung dapat men-download formulir elektronik, mengontrak pegawai/pejabat pemerintah, dan membuat perjanjian (appointment), dan melayangkan permohonan secara elektronik. Dinas Perdagangan Kota Malang masih belum melaksanakan tahap Interactive dengan baik dikarenakan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang tidak menyediakan dokumen terkait formulir elektronik, mengontrak pegawai atau pejabat, mengajukan permohonan secara elektronik. Kolom download yang tersedia di sub menu *website* Dinas Perdagangan Kota Malang hanya berisikan informasi terkait Laporan Pertanggung Jawaban (LPJ), Rencana Strategis (Renstra), Pencana Kerja (Renja), dan Standar Operasional Prosedur (SOP). Belum ada dokumen untuk didownload yang benar-benar dibutuhkan masyarakat. Sehingga fungsi dari *website* Dinas Perdagangan Kota Malang juga tidak maksimal. Belum ada komunikasi dua arah antara masyarakat dan Dinas Perdagangan Kota Malang dikarenakan belum ada kolom komentar, chat atau kolom pengaduan yang dapat disampaikan masyarakat ke Dinas Perdagangan Kota Malang melalui *website*. Selama ini Dinas Perdagangan Kota malang hanya memanfaatkan sosial media (Facebook dan

instagram) untuk berbagi informasi dan melakukan komunikasi dua arah kepada masyarakat.

4.2.4 Tahap Transactional

. Pengunjung dapat melakukan pembayaran atas jasa atau melakukan transaksi finansial dengan lembaga pemerintah secara online. Tahap transactional masih belum dilaksanakan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang. Belum ada pembayaran jasa atau transaksi finansial yang disediakan oleh *website* Dinas Perdagangan Kota Malang. Ada produk-produk yang ditampilkan, hanya sekedar ditampilkan saja tanpa ada informasi lebih lengkap dan tidak dapat melakukan proses pemesanan melalui *website*.

4.2.5 Tahap Seamless

Integrasi total fungsi dan jasa pemerintah lintas batas administratif dan departemental. Integrasi yang dilakukan dinas perdagangan kota malang memang sudah ada yakni melakukan kerjasama dengan Dinas Perdagangan Provinsi Jawa Timur, sayangnya hal ini dilakukan bukan sebagai upaya pengembangan *website* Dinas perdagangan Kota Malang melainkan untuk kelengkapan data *sembakomalang.com* yang merupakan sistem informasi baru yang dibuat oleh Dinas Perdagangan Kota Malang.

4.3 Pengembangan Website pada Organisasi Sektor Publik Berbasis Collaborative Governance.

4.3.1 Pemerintah

Peran pemerintah dianggap kurang dalam pengembangan *website* Dinas Perdagangan, dan pada saat tahun 2017 Staf Stabilitas Harga mencetuskan sebuah *website* *sembakomalang.com* yang terinspirasi dari *website* provinsi Jawa Timur dengan harapan dapat mempermudah masyarakat untuk memperoleh data mengenai harga sembako yang berada di Kota Malang. Namun, pada kenyataannya dengan adanya *website* *sembakomalang.com* mendatangkan keuntungan dan kerugian bagi sektor Dinas Perdagangan Kota Malang, keuntungannya merupakan

masyarakat menjadi mengetahui secara luas harga sembako di lima pasar besar yang berada di Kota Malang. Namun, kerugiannya yaitu dengan adanya *website* *sembakomalang.com* menghambat program pemerintah dalam penerapan dan pengembangan *website* pusat yaitu *website* Dinas Perdagangannya sendiri dan dari sector pemerintahanpun tidak berperan terlalu banyak dalam pengembangan *website* *sembakomalang.com* dikarenakan dari Dinas Perdagangan sendiri hanya memperkenalkan *website* tersebut ke beberapa sektor pemerintahan, tidak adanya sosialisasi dan kekurangan Sumber Daya Manusia pada saat pembangunan dan pengembangan *website* Dinas Perdagangan maupun *sembakomalang.com* . Sebaiknya pemerintah tidak hanya memberikan pelatihan berupa jurnalistik namun pemerintah juga perlu memberikan pelatihan untuk membuat atau menggunakan *website* agar mempermudah para perkerja dalam mengakses informasi yang adanya cara kerja yang efektif dan efisien dan juga pemerintah dapat menerapkan kembali lomba *website* antar dinas agar membangun motivasi para pegawai dalam pengembangan *website*

4.3.2 Masyarakat

Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan *website*, dinas perdagangan juga belum terlihat dikarenakan masyarakat tidak bisa berinteraksi secara langsung, tidak ada kolom komentar atau kritik dan saran pada *website* dinas perdagangan, sehingga masyarakat tidak bisa memberikan input sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan dinas perdagangan kota malang. Selain itu banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya *website* *sembakomalang.com* hendaknya pemerintah melakukan sosialisasi sehingga masyarakat dapat mengakses *website* tersebut dan apabila masyarakat memberikan komentar yang positif maka *website* tersebut pun akan lebih di kenal oleh masyarakat luas dan dari pemerintahpun akan mengusahakan yang terbaik untuk pengembangan pada *website* tersebut.

4.3.3 Swasta

Pihak swasta sama sekali belum terlibat dalam pengembangan *website* Dinas Perdagangan kota malang. Belum ada bentuk kerjasama apapun antara dinas

perdagangan kota Malang dengan pihak swasta. Hendaknya, pihak swasta dan pemerintah melakukan suatu perjanjian atau MoU dalam pengembangan *website* atau dalam promosi untuk *website* itu sendiri dengan adanya suatu *collaborative* maka segala pekerjaan pemerintah dapat berjalan secara mudah dan menguntungkan pihak swasta itu tersendiri.

4.4 Analisis SWOT

Matriks metode analisis SWOT oleh Heinz Weirich (2014: 54-66) adalah SWOT yang merupakan singkatan dari Kekuatan dan Kelemahan internal organisasi dan Peluang dan Ancaman eksternal yang dihadapkan dengan pengembangan *website*. Langkah selanjutnya dalam analisis membantu ketika memikirkan opsi yang ingin mereka kejar. Di sini peluang dan ancaman eksternal dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan internal untuk membantu mengidentifikasi opsi strategis:

- 1) Kekuatan Internal dan Peluang Eksternal (S-O) - bagaimana mereka menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang eksternal yang ada?
- 2) Kekuatan Internal dan Ancaman Eksternal (S-T) - bagaimana mereka dapat memperoleh manfaat dari kekuatan mereka untuk menghindari atau mengurangi (potensi) ancaman eksternal?
- 3) Kelemahan internal dan Peluang Eksternal (W-O) - bagaimana mereka dapat menggunakan peluang untuk mengatasi kelemahan internal organisasi?
- 4) Kelemahan internal dan Ancaman Eksternal (W-T) - bagaimana mereka dapat meminimalkan kelemahan dan dengan demikian menghindari potensi ancaman

Tabel Analisis SWOT Pengembangan *Website* Berbasis *Collaborative Governance*

NO.	Faktor Internal	
		<p>Kekuatan</p> <p>1. Terdapat <i>website</i> sembakomalang.com yang telah berdiri sejak 2017 sebagai amaran bahwa pegawai bisa mengelola SIM semacam <i>website</i></p>

		<p>2. Adanya beberapa konten seperti konten update-an harga sembako di Kota Malang yang telah bekerjasama dengan tiga pasar besar di Kota Malang.</p> <p>3. Telah adanya tim pemantau harga pasar yang telah dibentuk oleh Dinas Perdagangan Kota Malang.</p>
		<p>Kelemahan</p> <p>1. Adanya <i>sembakomalang.com</i> yang terpisah dari <i>website</i> Dinas Perdagangan Kota Malang membuat pegawai terfokus ke pengembangan <i>sembakomalang.com</i> sehingga tidak fokus ke pengembangan <i>website</i>.</p> <p>2. Kurangnya ketersediaan Aparatur Organisasi Sektor Publik khususnya Dinas Perdagangan Kota Malang dalam pengetahuan mengenai pengembangan dan pengoptimalan <i>website</i>.</p> <p>3. Kurangnya fasilitas pendukung dalam pengembangan <i>website</i> pemerintahan khususnya di Dinas Perdagangan Kota Malang.</p> <p>4. Masih belum optimalnya pengembangan <i>website</i> Dinas Perdagangan Kota Malang karena kurangnya motivasi pegawai</p>
	Faktor Eksternal	<p>Peluang</p> <p>1. Masyarakat diikutsertakan langsung sebagai tim pemantau pasar untuk pengoptimalan <i>website</i>.</p> <p>2. Sektor swasta dapat berkontribusi memfasilitasi keberadaan <i>website</i> seperti penyedia komputer, internet, serta perangkat keras dan perangkat lunak lainnya.</p>

	<p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang optimalnya strategi dari Pemerintah Pusat secara umum dan Pemerintah Daerah Kota Malang secara khusus dalam meningkat semangat dan motivasi pegawai Dinas Perdagangan Kota Malang dan OPD lainnya dalam pengembangan <i>website</i>. 2. Kurangnya pengetahuan masyarakat sebagai objek dari penyediaan <i>website</i> Dinas Perdagangan Kota Malang. 3. Kurangnya keinginan dari pihak swasta dalam peranannya sebagai sponsor dan pihak yang memberikan fasilitas teknologi pengembangan <i>website</i> pada Dinas Perdagangan Kota Malang.
--	---

Sumber: Diproses oleh Penulis, 2020

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pengembangan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang jika dilihat dari tolak ukur menurut *United Nations Division for Public Economics and Public Administration/ DPEPA* masih berada pada tahap *emerging* yaitu telah menghadirkan *website* sebagai situs resmi Dinas Perdagangan Kota Malang yang memberikan informasi secara medasar, terbatas dan statis. Sedangkan *enhanced* atau tahap memperbarui isi atau konten secara teratur belum diterapkan pada *website* Dinas Perdagangan Kota Malang. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :
 - a. Tenaga ahli untuk pengembangan *website* Dinas Kota Malang masih terfokus untuk mengembangkan *website* sembakomalang.com.
 - b. Tenaga ahli yang mengelola *website* Dinas Perdagangan Kota Malang masih sangat terbatas.

- c. Belum adanya tim khusus yang mengolah data yang akan ditampilkan sebagai konten *website* Dinas Perdagangan Kota Malang.
- 2) Pengembangan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang dengan menggunakan konsep *Collaborative Governance* belum terlaksana dengan baik, dikarenakan belum adanya partisipasi dan komunikasi antara Dinas Perdagangan Kota Malang dengan masyarakat dan akademisi untuk memberikan masukan terkait pengembangan *website*, serta belum adanya kerjasama yang dilakukan oleh pihak Dinas Perdagangan dengan pihak swasta untuk penyediaan fasilitas penunjang pengembangan *website* Dinas Perdagangan Kota Malang

Daftar Pustaka

- Afful-Koomson, T., dan Kwabena O. A. 2013. Collaborative Governance in Extractive Industries in Africa. Africa: Pixedit Limited.
- Afful-Koomson, Anggana, Yordan Putra, A. Yuli Andi Ganidan Sarwono. 2014. Upaya Pengembangan E-governance Dalam Pelayanan Publik Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Malang. Malang : Universitas Brawijaya.
- Ansell, C. dan Alison G. 2007. Collaborative Governance In Theory And Practice. Journal Of. Public Administration Research And Theory. University of California: Berkeley.
- Donahue, J., Richard Z. 2011. Collaborative Governance (Private Roles For Public Goals in Turbulent Times). Princeton University Press: Princeton and Oxford.
- Elysa, Vita, dkk. 2017 Implementasi e-Government untuk Mendorong pelayanan Publik yang Berinteraksi di Indonesia. Jurnal UTFMIPA.
- Masyhur, Firdaus. 2017. Penelitian E-Governance di Indonesia: Studi Literatur Sistematis dari Perspektif Dimensi Pemeringkatan E-Governance Indonesia (PeGI). Makassar : Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika.

- Ngafifi, Muhammad. 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Prespektif Social Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan : Fondasi dan aplikasi*. 2 (1), 34.
- Rahmawati, Triana, Irwan Noor dan Ike Wanusmawatie. 2014. Sinergitas Stakeholders Dalam Inovasi Daerah (Studipada Program Seminggu di Kota Probolinggo (SEMIPRO)). Malang :Universitas Brawijaya.
- Retnowati, Nurcahyani Dewi dan Daru Retnowati. 2008. Peranan E-governance Dalam Rangka Mewujudkan Good Governance Bagi Masyarakat. Yogyakarta:Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Setiawan, Parta. 2018. Pengertian Dan Strategi Analisis SWOT menurut Para Ahli. Diakses melalui <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-danstrategi-analisis-swot-menurut-para-ahli/> [09/10/2020].
- Soemantri, Oman dan Indra, D.H. 2017. Implementasi e-Government pada Kelurahan Pesurungan Lor Kota Tegal Berbasis Service Oriented Architecture (SOA). *Jurnal Infrmatika Pengembangan IT*. 2 (1), 23-24.
- Sucika, Wulan. 2016. Optimalisasi Penerapan E-Government melalui Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*. Universitas Lampung. Hal 374-375.
- Weihrich, H. 2014. Matriks TOWS-Alat untuk Analisis Situasional. *Perencanaan Jangka Panjang*, 15 (2), 54-66.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama