

Abstrak

Pemerintah tidak mungkin melakukan sendiri semua program kerja yang direncanakan termasuk dalam Pengadaan Barang dan Jasa. Mereka memerlukan kerjasama pihak ketiga untuk melaksanakan program tersebut. Sesuai aturan yang berlaku, kerjasama ini melibatkan perusahaan ataupun individu melalui proses penunjukan ataupun lelang. Pada proses lelang, menimbulkan konsekuensi adanya hubungan antara perusahaan yang mengikuti lelang dengan pemerintah sebagai pemberi pekerjaan. Pemerintah di sini lebih merujuk kepada unit layanan pengadaan (ULP). Hubungan diantara keduanya inilah yang dimungkinkan terjadinya *lobbying*.

Penelitian yang dilakukan di Surabaya ini menggunakan perusahaan rekanan tender Pemerintah kota Surabaya sebagai informan dalam penelitian. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Peneliti berusaha mengetahui model *lobbying* yang dilakukan rekanan tender Pemerintah kota Surabaya guna memenangkan lelang. Guna mengetahui model *lobbying* digunakan beberapa pendekatan teoritik antara lain teori kebutuhan Maslow, teori imbalan dan gratifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa model *lobbying* yang dilakukan oleh rekanan guna memenangkan tender. Model *lobbying* tersebut antara lain pendekatan personal, pre finance lobby, give things, entertain facilities. Ditemukan juga pendekatan hitam putih, pemain tetap, *lobbying* loan person. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *lobbying* dilakukan tidak hanya dalam sekali pertemuan tetapi membutuhkan waktu lama dan berkelanjutan. *Lobbying* menumbuhkan kedekatan intens antara lobbyist dan yang dilobi. *Lobbying* tidak terlepas dari adanya kepentingan dan kebutuhan. Lobby tidak sekedar memuluskan kemenangan tender tetapi juga memungkinkan pemunculan ide Pengadaan Barang dan Jasa baru.

Kata Kunci: *Lobbying*, Tender, Pengadaan Barang dan Jasa