

## **ASPEK KESIAPAN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PEMBANGUNAN E-BUSINESS INDONESIA**

**Ilham Thaief**

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar

Email : ilhamthaief@yahoo.co.id

### **ABSTRAK**

Di Indonesia kesadaran secara meluas bahwa internet sebagai medium bisnis baru muncul awal tahun 2000. Selain kondisi sosial politik dan bangkitnya optimisme masyarakat domestik terhadap masa depan ekonomi Indonesia serta euphoria e-Business di berbagai penjuru dunia sedang mencapai puncaknya, banyak orang Indonesia yang baru tersadar bahwa internet menjanjikan peluang bisnis yang luar biasa. Namun dipihak lain kendala infrastruktur dan rendahnya daya beli, membuat bisnis internet di Indonesia menjadi serba tanggung. Perkembangan e-Business di Indonesia masih banyak mengalami kendala, salah satunya yang berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi ini. Kendala tersebut muncul karena belum tersosialisasikan secara meluas penggunaan transaksi informasi melalui media elektronik di kalangan dunia usaha kecil menengah, serta masih rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat akan manfaat jasa internet untuk peningkatan taraf kehidupan masyarakat. Selain itu masyarakat Indonesia belum sepenuhnya percaya menggunakan jasa internet untuk melakukan transaksi pembayaran secara online mengingat tingginya resiko keamanan karena belum adanya perlindungan hukum maupun standar teknis transaksi informasi melalui internet yang dapat menjamin keamanan serta hukum. Data yang dikumpulkan dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder, melalui survei langsung ke lapangan dan literatur yang terkait dengan penyusunan strategi untuk e-Business. Pihak yang menjadi responden dalam studi ini diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu perusahaan swasta, lembaga pemerintah dan UKM, yang mewakili kondisi wilayah maju, sedang dan tertinggal dari segi pemanfaatan TIK terutama e-Business. Penelitian ini ditujukan untuk menginventarisasi kebutuhan standar SDM dalam implementasi e-Business di Indonesia.

**Kata Kunci** : E-Business, Sumber Daya Manusia, TIK, *Stakeholder*, *Knowledge Management*

## **ASPECTS OF HUMAN RESOURCES PREPAREDNESS E-BUSINESS DEVELOPMENT IN INDONESIA**

**Ilham Thaief**

Faculty of Economics, State University of Makassar

Email : ilhamthaief@yahoo.co.id

### **ABSTRACT**

In Indonesia is widespread awareness that the internet as a business medium emerging early in 2000 In addition to social and political conditions and the rise of domestic public optimism about the future of the Indonesian economy and the euphoria of e-Business in the various corners of the world was at its height, many people realized that the new Indonesian internet promises tremendous business opportunities. But on the other hand the infrastructure constraints and the low purchasing power, making Internet business in Indonesia has become all-round responsibility. The development of e-Business in Indonesia is still much experience problems, one of which is related to the

readiness of human resources in utilizing this technology. These constraints arise because people had not heard the widespread use of transaction information through electronic media among small and medium businesses, as well as the low level of public awareness of the benefits of internet services for the improvement of community living standards. In addition, Indonesia has not fully believe masyarakat use the Internet to make online payment transactions given the high security risk because of the lack of legal protection and technical standard transaction information via the Internet that can ensure security and law. The data collected in this study consisted of primary and secondary data, through field surveys and literature directly related to the preparation of a strategy for e-Business. Parties who were respondents in this study were classified into three categories namely private companies, government agencies and SMEs, which represent the condition of the area developed, and is being left behind in terms of ICT use, especially of e-Business. This study aimed to inventory the needs of HR standards in the implementation of e-Business in Indonesia.

**Key Words** : E-Business, Human Resources, ICT, Stakeholders, Knowledge Management

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan e-Business di Indonesia masih banyak mengalami kendala sehingga belum dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu kendala utama yang dihadapi dalam usaha untuk meningkatkan kinerja e-Business adalah terbatasnya SDM dalam meneruskan kompetensi untuk membangun aplikasi online (berbasis web) dan sekaligus mengoperasikannya. Memperhatikan kendala SDM yang cukup besar serta dalam rangka usaha pemberdayaan masyarakat menuju bangsa yang mampu bersaing di tingkat dunia maka sudah saatnya pemerintah menyiapkan kebijakan strategi e-Business di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah melakukan inventarisasi kebutuhan standar SDM dalam penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (selanjutnya disingkat TIK) untuk kebutuhan industri dan publik dalam penerapan layanan usaha berbasis elektronik (e-Business). Hasilnya diharapkan dapat memberikan masukan untuk penyusunan arah pengembangan e-Business di Indonesia. Karena keberhasilan pembangunan e-Business ini harus dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dari berbagai macam aspek yang terlibat. Masukan ini berupa identifikasi siapa saja pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam e-Business ini, baik dari sisi regulator, pelaku bisnis (penyedia layanan), dan masyarakat. Juga pendekatan apa yang digunakan dalam menyiapkan sumber daya manusia dalam pengembangan e-Business di Indonesia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Sumber daya manusia selanjutnya disingkat SDM adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan (Dessler, 1997).

E-Business, biasa disebut juga dengan *electronic business*, merupakan suatu sistem informasi atau aplikasi yang membantu dan memperkuat dalam sebuah proses bisnis. Pada saat ini hampir sebagian besar kegiatan e-Business dilakukan dengan menggunakan teknologi web. Aplikasi dalam e-Business dapat dikategorikan menjadi 3, yaitu : Sistem Bisnis Internal, Enterprise Communication and Collaboration, dan e-Commerce (Laudon dan Traver. 2002). Untuk membangun e-Business di Indonesia diperlukan suatu kebijakan strategi e-Business di Indonesia yang dapat menjadi acuan bagi semua pebisnis. E-Business yang dimaksud disini adalah transaksi informasi yang

arahnya adalah transaksi jual beli antar pihak terkait (pemasok, distributor, rekanan dan konsumen) melalui jaringan internet.

**Metodologi Penelitian**

Data dan informasi yang dikumpulkan dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei langsung ke lapangan dan wawancara dengan para pelaku terkait. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur yang terkait dengan penyusunan strategi untuk e-Business. Pihak yang menjadi responden dalam studi ini diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu perusahaan swasta, lembaga pemerintah dan UKM. Survei dilakukan dengan mengambil sampel yang mewakili kondisi wilayah maju, sedang dan tertinggal dari segi pemanfaatan TIK terutama e-Business. Jumlah responden dalam kuisioner ini adalah 35 responden.

Tabel 1.  
Hasil Kuesioner

No	Modul	Swasta		Pemerintah		UKM
		KSM	IMD	PU	Depdagri	
1	Infrastruktur TIK	A	A	A	A	A
	Koneksi Internet	A	A	A	A	T
	User Internet di Perusahaan	A	A	A	A	T
	LAN	A	A	A	A	T
	Wifi	A	A	T	T	T
	VOIP	A	A	T	T	T
	Remote Access	A	A	T	T	T
	Remote Access melalui Kabel	A	A	T	T	T
	Remote Access melalui WAN	A	T	T	T	T
	Remote Access melalui PDA	A	T	T	T	T
2	Ketersediaan SDM / Outsourcing					
	Ketersediaan SDM TIK	T	T	T	T	T
	Problem SDM TIK	3	3	T	T	T
	Dampak kurangnya tenaga SDM TIK dalam kinerja	3	3	T	T	T
	Dampak kurangnya tenaga SDM TIK dalam jaringan	3	3	T	T	T
	Dampak kurangnya tenaga SDM TIK dalam keamanan TIK	3	3	T	T	T
	Dampak kurangnya tenaga SDM TIK dalam solusi bisnis	3	3	T	T	T
	Dampak kurangnya tenaga SDM TIK dalam maintenance TIK	3	3	T	T	T
	Training	T	T	T	T	T
	E-Learning	T	T	T	T	T
	Outsourcing	T	T	T	T	T
	Order Langsung	T	T	T	T	T

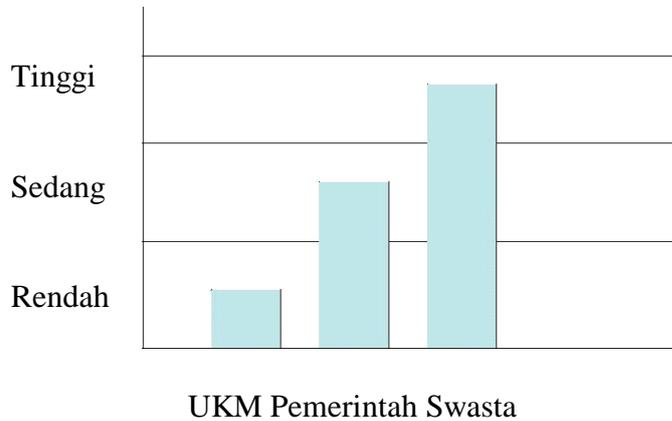
Keterangan : A = Ada, T = Tidak Ada, 1 = Kecil, 2 = Sedang, 3 = Besar

**Analisa Data**

**1. Ketersediaan akses Internet**

Ada tiga kategori institusi yang disurvei yaitu perusahaan swasta pengguna e-Business, lembaga pemerintah dalam hal ini Pemda, dan UKM. Pemilihan ketiga jenis institusi ini untuk menentukan sejauh mana peran pemerintah dalam memfasilitasi perkembangan e-Business di Indonesia. Hasil survei ini juga digunakan untuk membuktikan hipotesis bahwa UKM memiliki peran unik dalam

pengembangan e-Business, karena di satu sisi merupakan suatu model untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi UKM dengan menerapkan TIK tetapi di sisi lain UKM harus difasilitasi sepenuhnya oleh pemerintah karena tidak memiliki skala ekonomi untuk membiayai pemakaian TIK. Hampir di semua negara di dunia penerapan e-Business oleh UKM memerlukan intervensi pemerintah agar dapat memperoleh akses internet dan aplikasi secara murah sehingga dapat melakukan akses ke pasar global.



Gambar 1

#### Hasil Survei Ketersediaan Akses Internet

Dari gambar 1 nampak bahwa swasta merupakan pengguna internet yang cukup intensif. Oleh karena itu swasta akan menyediakan anggaran untuk mengakuisisi teknologi yang ada dengan biaya seekonomis mungkin untuk mendapatkan akses internet. Sedangkan di sektor pemerintahan penggunaan akses internet cukup beragam yaitu ada yang sekedar untuk browsing dan email, ada yang tidak ada sama sekali. Dari data yang ada jumlah pengguna internet di departemen pemerintah dari tahun ke tahun semakin meningkat. Penggunaan internet oleh UKM hampir tidak ada. Individu di UKM yang memanfaatkan internet melalui dial up maupun warnet memang ada, tetapi UKM yang menggunakan internet untuk kepentingan bisnisnya hampir tidak ada.

## 2. Kesiapan SDM

Dari hasil survei yang dilakukan terhadap swasta, pemerintah, dan UKM, berikut ini ada beberapa hal yang penting untuk diamati dan dianalisa antara lain : ketiga institusi tersebut sama-sama tidak memiliki tenaga SDM khusus untuk menangani TIK; ketiga-tiganya menyadari akan pentingnya SDM TIK dalam menerapkan TIK dalam operasional institusi dan bisnisnya; perusahaan swasta yang sudah menggunakan TIK dalam kegiatan bisnisnya masih mengandalkan staf yang mengerti dan menguasai TIK untuk mengoperasikan sistem TIK dan belum mengalokasikan SDM khusus TIK; di pemerintahan, dalam hal ini Pemda, tenaga SDM khusus TIK juga belum ada meskipun disadari bahwa SDM TIK sangat diperlukan. Situasi ini diatasi dengan memanfaatkan staf yang memiliki kemampuan TIK secara terbatas untuk mengoperasikan TIK; serta demikian juga UKM tidak ada SDM TIK. Di beberapa UKM kesadaran TIK sudah ada berupa penggunaan email dan browsing untuk berkomunikasi dan pencarian informasi, tetapi kesadaran bahwa TIK dapat dimanfaatkan untuk kegiatan transaksi bisnis masih sangat kurang. Gambar 2. adalah diagram yang menggambarkan kesiapan SDM di ketiga institusi yang disurvei. Dari gambar tersebut nampak bahwa Pemerintah dan swasta sudah memiliki personil untuk mengoperasikan TIK tetapi

sifatnya diperbantukan karena personil tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab yang lain. Sedangkan untuk UKM memang tidak ada personil yang ditugaskan untuk mengoperasikan TIK.

	Awareness	Job Sharing	Dedicated
Swasta Tidak Ada SDM	○	○ ○	
UKM dan Pemerintah Ada SDM			

Gambar 2

Diagram kesiapan SDM di Swasta, Pemerintah dan UKM

Dari analisa data di atas dapat dinyatakan bahwa baik perusahaan swasta dan UKM belum menjadi pelaku e-Business sepenuhnya. Sedangkan dari sisi pemerintah belum menunjukkan perannya sebagai fasilitator, regulator, maupun inisiator. Hasil ini belum merepresentasikan kondisi e-Business di Indonesia yang seutuhnya karena korporasi besar dari industri perbankan dan telekomunikasi yang sudah menerapkan e-Business secara menyeluruh tidak masuk sebagai responden survei.

**Strategi Penyiapan SDM**

Pengembangan SDM merupakan salah satu kunci strategis yang tidak dapat ditinggalkan begitu saja. Untuk mempercepat pengembangan SDM di bidang TIK perlu ada sebuah proses *learning based education* dimana SDM langsung terlibat secara aktif dalam proses pengembangan dan implementasi TIK. Akan tetapi hal ini sangat tergantung dari sumber pendanaan yang akan diberikan pemerintah untuk pendayagunaan TIK. Selama belum ada pendanaan yang sifatnya terpadu untuk TIK, maka Kota/Kabupaten hanya dapat mengandalkan sukarelawan yang mau berkecimpung di dalam TIK yang pada saat ini terdapat di Bagian Pengolahan Data dan Elektronik di pemerintahan daerah baik di kota maupun di pedesaan. Konsekuensi yang harus diambil dengan kondisi ini adalah setiap daerah harus menyiapkan sendiri operator dan SDM untuk mengoperasikan jaringan komputernya.

Pada saatnya keadaan masyarakat Indonesia sudah sampai pada tahap menganggap e-Business itu sebagai hal yang biasa dan lumrah. Maka untuk mencapai hal tersebut harus dilakukan melalui tahapan-tahapan yang terencana. Di samping itu perlu dikaitkan dengan definisi e-Business itu sendiri. Pada dasarnya dilihat dari kosa katanya e-Business terdiri dari 2 kata, yaitu *electronic* dan *business*. *Electronic* merujuk pada sarannya yaitu penggunaan infrastruktur digital, sedangkan *business* sendiri merujuk pada aktivitas yang melibatkan pada berbagai pihak. Mulai dari pihak produsen, kemudian institusi, *point of sale*, sampai pada konsumennya. Komponen yang mengikat konsumen dan produsen dalam aktivitas ini adalah barang/produk, informasi, dan keuangan. Untuk itu ada 3 (tiga) komponen yang terkait dengan e-Business yang masuk dalam kerangka informasi atau infrastruktur informasi yaitu: 1) alur produk jasa *overing*; 2) alur informasi; dan 3) alur uang. Dan aktivitas terjadi di atas tulang

panggung infrastruktur digital. Jika dilihat dari kondisi tersebut maka kesiapan SDM dapat diartikan bagaimana masyarakat dapat menganggap bahwa ketiga alur tadi sebagai hal biasa atau lumrah dan sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari dan tidak lagi menganggap sebagai teknologi.

Kenyataan pada saat ini e-Business di Indonesia dapat digambarkan masih sebagai topi, artinya dari sisi tingkat kedewasaan (*maturity*), kepedulian (*awareness*), dan penggunaan masih beragam. Langkah yang wajar dan masuk akal adalah tidak menggunakan langkah yang linier. Artinya tidak menyiapkan kesiapan orang dengan suatu kerangka pikir dari tidak mengetahui dan peduli (*aware*) kemudian dari *aware* menjadi menggunakan dan selanjutnya menjadi kebiasaan yang pada akhirnya menjadi bagian dari gaya hidup (*life style*). Penyiapan SDM ini tidak demikian, karena kenyataan di lapangan, kondisi di Indonesia mensyaratkan untuk melihat daerah secara berbeda dan melihat transaksi e-Business secara berbeda-beda pula, karena pendekatan e-Business sifatnya tidak monolitik atau tidak tunggal tetapi sifatnya tersebar. Jadi tantangan dalam penyiapan SDM adalah untuk pemahaman terlebih dahulu terhadap peta dari kondisi e-Business.

### 3. Identifikasi Stakeholder

Terdapat beberapa stakeholder atau pemangku kepentingan utama yaitu yang bertindak sebagai regulator. Disini harus dilihat bagaimana peran regulator untuk menjadi siap dalam e-Business. Stakeholder yang kedua adalah pelaku bisnis itu sendiri. Disini harus dilihat bagaimana pelaku bisnis ini siap untuk menjalankan e-Business. Stakeholder yang ketiga adalah masyarakat atau komunitas. Juga harus dilihat kesiapan masyarakat dalam menjalankan e-Business. Namun pada stakeholder yang ketiga ini perlu dipetakan lagi mengingat masing-masing komponen masyarakat memiliki perannya sendiri yang lebih khusus.

Pemerintah tidak hanya berperan sebagai regulator namun juga berperan sebagai inisiator, koordinator dan fasilitator, sehingga bagaimana mendidik dan menyiapkan SDM untuk inisiator, regulator dan fasilitator. Kesiapan SDM dari sisi ini dapat dilihat dari bagaimana di dalam pemerintah ada kelompok yang selalu siap sebagai inisiator dan fasilitator pekerjaan-pekerjaan e-Business, dan bagaimana pemerintah menyiapkan kelompok yang akan menjadi koordinator. Dalam hal ini perlu ada kebijakan khusus tentang peningkatan SDM disisi pemerintah, berdasarkan empat peran tersebut.

Dari pelaku bisnis, diperlukan kepastian, baik kepastian produk barang atau jasa, kepastian perlindungan terhadap kepentingan bisnisnya baik dari transaksi dan *delivery* produknya. Dalam hal ini yang paling penting adalah mengenai transaksi elektroniknya, yaitu bagaimana mempersiapkan transaksi ini dapat berlangsung. Kuncinya ada pada kepercayaan. Diperlukan SDM yang memang bekerja untuk membangun dan mengembangkan kepercayaan.

Kepercayaan di dalam e-Business itu adalah suatu masalah yang tidak mudah dengan bisnis biasa. Diketahui bahwa di dalam bisnis biasa berlaku kaidah pasar dan istilah "*buyer beware*" atau "teliti sebelum membeli". Teliti sebelum membeli menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang harus disepakati dulu. Dalam sistem bisnis internasional sudah ada mekanisme *trust* yakni mekanisme menggunakan kartu kredit. Kartu kredit ini dapat dipakai sebagai indikator *trust*. Dimana kalau orang bepergian kemana-mana di seluruh dunia, maka kartu kredit dapat digunakan untuk melakukan transaksi. Kartu kredit ini menunjukkan *worthiness* apakah seseorang itu layak untuk memperoleh hutang atau tidak. Jadi dalam kartu kredit tersebut sudah berlaku garansi dengan sebuah institusi yang sangat besar. Kartu kredit ini memberikan arti bahwa kalau seseorang memegang kartu kredit maka dengan sendirinya layak hutang. Dan data di kartu kredit tersebut sangat sederhana, ada nama, kemudian ada bank yang

mengeluarkan kartu kredit tersebut, kemudian ada tanggal berlaku dan terakhir adalah kredit limit. Disini ada pola pikir yang terbentuk yaitu mengenai kepercayaan yang perlu dibangun dan disiapkan. Untuk keperluan tersebut perlu dilihat kesiapan SDM secara berkesinambungan melakukan agar kredit *worthiness* Indonesia terlindungi.

Pada kenyataannya kartu kredit Indonesia tidak berlaku untuk melakukan transaksi e-Business, walaupun berlaku sangat terbatas sekali. Dan ini menjadi masalah yang sangat riil didepan mata bahwa ini kembali pada penyiapan SDM yaitu orang-orang yang dapat melakukan pendekatan bisnis untuk mengembangkan *trust* ini. Orang-orang ini akan menjadi garantor atau *assurance* dan hal ini adalah yang paling pokok dibanding yang lain-lain. Ada perbedaan pokok bisnis tradisional dan bisnis elektronik. Bisnis elektronik tidak lagi mengenal batas-batas geografis atau batas-batas negara. Karena itu salah satu strategi dalam e-Business adalah menyiapkan orang-orang yang dapat membuat Indonesia menjadi salah satu *respect countries*. Dari sisi pelaku bisnis yang lain adalah penyiapan SDM yang siap menjalankan e-Business *Supply Chain*. Yang dimaksud dengan e-Business *Supply Chain* adalah seluruh mata rantai nilai, bagaimana produk atau jasa itu berpindah dari satu tempat ke tempat lain dan bagaimana ini dapat diikuti dari kerangka e-Business.

Kemudian SDM lain yang perlu dipersiapkan adalah komunitas-komunitas e-Business dalam pengertian sebagai konsumennya. Hal berkaitan sekali dengan kegiatan SDM yang dapat membantu menyiapkan perilaku. Pengertian menyiapkan perilaku adalah menyiapkan sosial ekosistem untuk e-Business secara intensif. Karena sebetulnya kalau bicara e-Business, apa yang dilakukan adalah membuat rekayasa sosial, dimana *life style* atau gaya hidup itu diubah, dengan memanfaatkan kantong-kantong atau *hot spot* yang cocok untuk persiapan *life style* ini. *Life style* e-Business ini akan mudah dilakukan untuk tempat-tempat yang memang bisnis intensif. Karena itu perlu kesiapan SDM untuk mengetahui konservasi gaya hidup dari *business to business*, *business to consumer*, dan *consumer to consumer*.

Pada prinsipnya penyiapan SDM dilakukan dengan dua kelompok aktivitas, yaitu bersifat reaktif dan proaktif. Reaktif artinya e-Business sudah terjadi kemudian masyarakatnya baru disiapkan. Proaktif artinya sambil e-Business disiapkan masyarakatnya juga disiapkan. Hal tersebut tentu berkaitan dengan masalah usaha dan biaya. Pendekatan reaktif memerlukan platform teknologi dan *offering*-nya dilakukan terlebih dahulu baru kemudian masyarakat didesain untuk itu.

### **Pendekatan Melalui Peningkatan Knowledge**

Sesuai dengan perannya maka pemerintah perlu menyiapkan SDM untuk berperan sebagai inisiator, fasilitator, koordinator, dan regulator. Dalam hal ini untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) perlu memanfaatkan komunitas-komunitas yang telah ada dan dapat merepresentasikan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menjalankan e-Business, dengan menerapkan *Knowledge Management* (selanjutnya disebut sebagai KM). KM adalah suatu proses yang sistematis dari menemukan, menyeleksi, mengorganisir, memilah, serta mempresentasikan informasi, untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman secara komprehensif pada area yang spesifik. Aktifitas KM yang spesifik terdiri dari bagaimana mengorganisasikan cara mendapatkan, menyimpan, menggunakan *knowledge* untuk memecahkan masalah, pembelajaran yang dinamis, perencanaan strategik dan pengambilan keputusan.

Menentukan solusi KM dari perspektif strategi bisnis adalah salah satu pilihan pendekatan yang sangat mungkin dilakukan. Ini dapat dilihat sebagai pendekatan dari atas ke bawah terhadap inisiatif-inisiatif *knowledge*. Ada beberapa organisasi yang telah memulai inisiatif-inisiatif *knowledge* di wilayah yang kelihatannya

sebagai pilihan yang tepat dan jelas. Pemilihan wilayah yang tepat ini dapat menghasilkan manfaat yang jelas dari kemampuan untuk melakukan proyek KM dengan keberhasilan yang nyata tanpa banyak tenggang waktu. Sebaliknya, hasil yang tidak begitu jelas dan pasti biasanya disebabkan oleh kesulitan dalam mengidentifikasi proyek-proyek serupa, memilih prioritas dan memastikan proyek-proyek tersebut dapat dicocokkan kembali ke dalam semacam *knowledge strategy* di masa depan. Namun demikian umpan balik dari masalah-masalah yang timbul di lapangan dapat menjadi masukan-masukan yang bernilai untuk memperbaiki strategi bisnis.

Solusi *knowledge* yang pertama biasa disebut sebagai model solusi *knowledge* mandiri. Model solusi *knowledge* ini dapat dibuat tanpa semua lapisan informasi yang menjadi dasar diotomasikan. Sistem informasi sama sekali tidak dipergunakan. Tetapi banyak perusahaan atau organisasi dengan sukses berhasil menerapkan solusi KM melalui dasar sistem informasi yang kuat, yang secara efisien membangun sistem teknologi informasi yang mengotomasi rantai proses hasil akhir dalam aktifitas organisasi, seperti mekanisme penerimaan data dan informasi yang sering digunakan dalam menyimpan *knowledge*. Solusi ini disebut model transformasi informasi ke *knowledge*.

### **Pendekatan Kultural dalam e-Business**

E-Business merupakan bentuk budaya dagang yang sarat dengan teknologi sehingga melewati batas-batas negara dan dapat dilakukan secara *real time* dengan tidak perlu bertemu langsung. Sementara budaya lokal di Indonesia memiliki mekanisme dagang yang cukup beragam dan sarat dengan relasi antar manusia yang begitu intensif dan keseimbangan alam. Oleh karena itu kedua budaya ini tidak perlu diperdebatkan dan yang lebih penting adalah menemukan sinergi antar kedua budaya ini. Budaya lokal dalam cara berdagang tidak perlu diubah menjadi cara berdagang melalui e-Business.

Pemerintah dapat menjadi inisiator untuk melakukan studi lebih mendalam bagaimana kekayaan budaya yang begitu beragam menjadi potensi bisnis bagi masyarakat di daerah tersebut tanpa harus mengeliminasi budaya lokal. Mengingat bahwa e-Business sendiri adalah budaya baru yang melewati batas-batas negara, suku bangsa, dan bahasa, maka sebenarnya e-Business dapat masuk ke wilayah mana saja. E-Business memiliki standar-standar yang bersifat independen dan "open" sehingga mudah diterima oleh siapa saja.

### **Peran Serta Pemerintah dalam Training SDM**

Training e-Business ditujukan kepada pelaku-pelaku e-Business terutama dari UKM mengingat jangkauan wilayah operasinya menjangkau sampai ke pelosok-pelosok dimana infrastruktur TIK dapat jadi kurang memadai. Oleh karena itu peran pemerintah menjadi penting karena proses pembentukan "*e-business awareness*" tidak dapat diserahkan kepada para pelaku tetapi memerlukan inisiatif dari pemerintah dalam hal ini pemerintah untuk melakukan akselerasi. Adapun sasaran training e-Business antara lain:

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan SDM dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif terutama bagaimana menggunakan teknologi tersebut untuk membantu kegiatan usahanya.
2. SDM memiliki kemampuan untuk secara mandiri menggunakan aplikasi-aplikasi mulai dari yang sederhana untuk membantu kegiatan usahanya misalnya sistem akuntansi, sistem pengelolaan aset dan inventori, dan basis data pelanggan atau pembeli.
3. Menanamkan pemahaman baru cara berbisnis dengan menggunakan TIK dan bagaimana memanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan kualitas dan volume usahanya.

Dalam mencapai sasaran tersebut pemerintah perlu menegaskan peran sertanya dalam pengembangan e-Business di Indonesia sebagai inisiator dan fasilitator dengan cara :

1. Melakukan sosialisasi secara terus menerus dengan menggunakan media komunikasi yang efektif seperti : leaflet, brosur, seminar, serta penyuluhan agar masyarakat pengguna dan pelaku semakin terbiasa dengan e-Business.
2. Menyiapkan media komunikasi yang efektif misalnya : buku-buku panduan, berita berkala, CD interaktif cara menggunakan sistem/aplikasi dan mengetahui manfaatnya, serta membuat video training sehingga dapat menerapkan TOT (*Training of Trainer*).
3. Secara berkala dilakukan observasi dan evaluasi untuk mengukur hasil training yang sudah dilakukan sehingga pemerintah secara dinamis dapat melakukan perbaikan-perbaikan metoda training agar dapat dicapai hasil yang maksimal.
4. Membuat "success story model" dan menerapkan pengalaman sukses tersebut sebagai metoda training acuan agar kemungkinan untuk berhasil menjadi lebih tinggi.
5. Menyiapkan materi training yang mudah dipahami dan diikuti dengan mempertimbangkan kondisi latar belakang pendidikan dan pengetahuan yang berbeda-beda.
6. Menyiapkan alat bantu training dan akomodasi untuk mengurangi kendala-kendala dalam pelaksanaan training.

#### **Peran Serta Pemerintah dalam Pendampingan SDM**

Keberhasilan training tidak dapat dilihat dalam jangka pendek. Oleh karena itu program edukasi para pelaku e-Business merupakan kegiatan jangka panjang yang berkelanjutan yang terus menerus dievaluasi sampai terbentuk strata sosial baru yang siap menjadi pelaku e-Business dengan kompetensi yang siap bersaing di pasar global.

Salah satu metode edukasi yang terbukti efektif adalah melalui training dan *coaching* atau pendampingan. Dengan model pendampingan pihak yang diberi training dengan pendamping merupakan interaksi timbal balik yang secara eskalatif akan meningkatkan kemampuan kedua belah pihak. Dari sisi pendamping akan belajar mendapatkan cara yang lebih efektif dalam memberikan edukasi, sedangkan dari sisi yang diberi training akan mendapatkan proses koreksi dan konfirmasi tentang bagaimana melakukan yang benar.

Pemerintah adalah pihak yang berkepentingan untuk menyiapkan konsep pelaksanaan dan materi pendampingan. Sedangkan dari sisi implementasi pemerintah dapat bekerja sama dengan LSM atau pihak-pihak yang berpengalaman melakukan pendampingan dalam program-program pemberdayaan masyarakat. Untuk program pendampingan, peran serta pemerintah adalah :

1. Menentukan *key success factor* program pendampingan dengan kriteria yang terukur.
2. Menyiapkan strategi pendampingan jangka panjang yang menjamin tingkat keberhasilan setinggi mungkin.
3. Memetakan profil peserta program pendampingan untuk menentukan metode pendampingan yang tepat agar dapat didapatkan hasil yang maksimal.
4. Menyiapkan detail rencana program pendampingan lengkap dengan jadwal dan jumlah pendamping yang terlibat.
5. Karena pendamping merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan maka pihak pemerintah perlu melakukan seleksi agar dapat diperoleh pendamping yang memiliki pengalaman mensukseskan program serupa.

6. Membuat laporan evaluasi secara berkala untuk mengetahui hasil pendampingan dan melakukan revisi rencana implementasi agar sasaran program pendampingan dapat tetap tercapai.
7. Mengingat bahwa ada lembaga pemerintah yang lain atau pihak swasta yang melakukan hal serupa maka supaya tidak terjadi tumpang tindih maka perlu ada koordinasi atau kerjasama agar pelaksanaan program ini menjadi lebih efektif baik dari sisi pelaksanaan di lapangan maupun dari sisi pembiayaan.
8. Dalam pendampingan yang perlu diperhatikan adalah bahwa pihak yang didampingi bukan objek yang harus menguasai materi pendampingan tetapi pihak pendamping harus secara persuasif mendorong pihak yang didampingi untuk secara aktif belajar, berlatih, bertanya, dan merasakan manfaatnya.

Beberapa pendekatan yang disebut di atas diharapkan dapat menjadi masukan, khususnya bagi pemerintah dalam usahanya meningkatkan kesiapan SDM dalam membangun strategi e-Business di Indonesia. Mengingat bahwa SDM ini menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan implementasi e-Business, disamping faktor-faktor kunci lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Laudon, Kenneth dan Carol Traver. 2002. *E-Commerce : Business, Technology, Society*. Prentice Hall.
- Groff, Todd R. dan Jones, Thomas P. 2003. *Introduction to Knowledge Management : KM in Business*. Butterworth-Heinemann.
- Depkominfo. 2003. *Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government* (Inpres No. 3 Tahun 2003). Depkominfo.
- Drucker, Peter Ferdinand, dkk. 1998. *Harvard Business Review on Knowledge Management*. Harvard Business School Press.
- Weill, Peter dan Michael R. Vitale. 2001. *The E-Business Revolution*. Harvard Business School Press.
- Dessler, Gary. 1997. *Human Resource Management*. Prentice Hall Inc., USA.