

## KARAKTERISTIK PERBEDAAN ANTARA E-COMMERCE (EC) DENGAN E-GOVERNMENT (EG), DAN PENERAPAN PARADIGMA EC PADA EG DENGAN PENDEKATAN EMPIRIS

<sup>1</sup>Aris Puji Widodo, <sup>2</sup>Jazi Eko Istiyanto

<sup>1</sup>Universitas Diponegoro, <sup>2</sup>Universitas Gajah Mada,

<sup>1</sup>[arispw@undip.ac.id](mailto:arispw@undip.ac.id), <sup>1</sup>[jazi@ugm.ac.id](mailto:jazi@ugm.ac.id)

**ABSTRAKS**---Lebih dari satu dekade bahwa aplikasi EC dan EG telah memberikan dampak besar pada beberapa sektor, baik sektor swasta maupun masyarakat. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada EC lebih berhasil dibandingkan dengan pemanfaatan TIK pada pemerintahan dalam hal ini EG. Keberhasilan EC inilah yang akan digunakan oleh pemerintahan untuk menerapkan paradig EC ke dalam EG, dengan mengadopsi konsep, proses, dan teknologi yang diterapkan pada bisnis. Kajian ini dilakukan secara komperatif terhadap dua fenomena EC dan EG. Pada makalah ini dibahas secara empiris mengenai karakteristik persamaan dan perbedaan antara EC dan EG, serta paradigma kekuatan dan kelemahan pada EC untuk diterapkan pada EG. Fenomena antara EC dan EG memiliki banyak persamaan, tetapi pada prinsipnya memiliki perbedaan secara mendasar terkait mengenai peran bisnis dengan pemerintah.

**Kata Kunci** : E-Commerce, E-Government, Paradigma, Bisnis, dan Pemerintah

### PENDAHULUAN

*E-Commerce* (EC) dan *E-Government* (EG) memiliki perbedaan pada area *drivers*, prioritas, dan *governing principles*. Sektor swasta menargetkan penggunaan aplikasi EC pada penyederhanaan proses, kualitas layanan perangkat tambahan untuk penghematan biaya dan tenaga kerja. Sedangkan, sektor publik menargetkan penggunaan aplikasi EG sebagai instrumen untuk membangun arsitektur Teknologi Informasi (TI), mendorong perubahan budaya, dan dengan mempekerjakan tenaga ahli [6].

Karakteristik persamaan dan perbedaan yang terdapat EC dan EG adalah meliputi : (1) Manajemen proses, (2) Manajemen informasi, (3) *Stakeholder relations*, (4) *Focus customer* atau warga negara, dan (5) *Digital divide* [1]. Secara umum perbedaan ini diidentifikasi pada 3 area, yaitu: *driver* dan batasannya, organisasi dan lingkup, proses internal, kompleksitas, dan insentif. Untuk perbedaan model bisnis pada

EC adalah bertujuan untuk menciptakan *customer value* dan menghasilkan pendapatan, sedangkan bisnis model pada EG adalah berdasarkan pada undang-undang, statuta, dan peraturan yang disediakan antara masyarakat dan pemerintah untuk melakukan akses terhadap informasi dan menyediakan pelayanan [1]. Persamaan secara umum yang terdapat antara EC dan EG adalah terletak pada : proses perbaikan, proses integrasi, penghematan biaya, *informations sharing*, integrasi sistem secara *horizontal* dan *vertical*, meningkatkan *responsibility* dan kualitas layanan serta dukungan dari pimpinan [1].

Inisiatif pemerintah untuk mempromosikan penggunaan TIK untuk kepentingan pemerintah dan administrasi mencoba untuk mentransfer ide-ide dari bidang EC untuk bidang EG, sebagai contoh terkait mengenai ide *citizen-centeredness* pada EG adalah diadopsi dari ide *customer-centeredness* pada EC. Inisiatif ini dilakukan oleh

pemerintah untuk mendapatkan keuntungan dari kekuatan EC untuk meningkatkan inisiatif EG. Untuk *citizen-centeredness* pada EG adalah sebagai bagian kecil yang diadopsi oleh pemerintah dari EC, tetapi sebenarnya secara keseluruhan yang akan di capai oleh pemerintah adalah terkait mengenai efisiensi, optimalisasi, dan *cost-benefit analysis* yang ditekankan pada konsep, proses, dan teknologi.

Pada makalah ini dibahas mengenai fenomena EC dan EG, karakteristik persamaan dan perbedaan, serta penerapan paradigma EC ke dalam EG.

### **Paradigma EC**

EC merupakan proses pembelian dan penjualan produk, pelayanan, atau komoditi-komoditi lainnya dengan pemanfaatan TIK. Penggunaan internet untuk melakukan proses penjualan dan pembelian produk-produk barang adalah merupakan bentuk kompetisi dalam pemasaran. Penggunaan internet sebagai sarana pemasaran adalah untuk memberikan fasilitas akses informasi dan mengurangi keterbatasan akses [5]. Pemasaran dengan menggunakan internet akan memberikan kemudahan bagi kustomer untuk melakukan *overview* terhadap pasar jika dibandingkan dengan pemasaran secara tradisional. Sebagai contoh : misal dalam pembelian buku, kustomer dapat memilih banyak tempat yang menawarkan buku di seluruh dunia, sehingga kustomer dapat membandingkan harga, memperhitungkan kondisi, dan pada akhirnya untuk membuat suatu keputusan, dan bandingkan dengan pembelian buku secara tradisional. Dengan demikian dapat di artikan bahwa EC adalah untuk mewujudkan pasar ekonomi dengan menyediakan pelayanan secara baik kepada kustomer. Internet dan EC diciptakan untuk berkonsentrasi pada ekonomi, dimana terkait mengenai penyediaan ketersediaan barang, pemberi pelayanan, dan akses informasi [9].

Aspek positif yang paling penting dari EC adalah terkait mengenai peningkatan ekonomi dengan memanfaatkan fasilitas internet untuk menyimpan biaya. Terdapat beberapa alasan mengapa EC memberikan biaya yang lebih kecil dibandingkan dengan

pemasaran secara tradisional, yaitu : pemanfaatan TIK menurunkan biaya pemrosesan informasi, menurunkan biaya pemilihan produk, dan menurunkan biaya inventori, sehingga dapat memberikan pendapatan yang lebih besar [4], dengan kata lain konsentrasi biaya pada EC adalah terletak pada biaya transaksi yang dilakukan. Biaya-biaya yang muncul pada saat transaksi meliputi *search costs, information costs, bargaining costs, decision costs, policing costs, and enforcement costs* [8].

### **Paradigma EG**

EG pada makalah ini adalah dipahami sebagai aspek administrasi publik yang terkait mengenai tugas-tugas dari eksekutif. Ketika tugas eksekutif dikaitkan dengan bantuan TIK, maka disebut dengan EG [7], yang pada umumnya meliputi tugas-tugas administrasi, pemberian layanan, dan tugas eksekutif lainnya yang dikaitkan dengan penafsiran dan penyelenggaraan hukum. EG dalam kasus ini adalah menyangkut internal proses, yang dapat diartikan bahwa pemanfaatan TIK untuk optimalisasi internal proses dan dapat diperluas secara internasional proses untuk berkolaborasi dengan negara lain. Secara final, bahwa aspek untuk memperjelas EG ditekankan pada interaksi administrasi antara pemerintah dengan warga negara dengan memanfaatkan teknologi. Dengan kata lain keberadaan teknologi akan memberikan pengaruh pada *policies*, dan pemberian pelayanan oleh pemerintah terhadap warga negaranya.

### **Manajemen Proses**

Manajemen proses dalam hal ini adalah terkait mengenai proses yang bersifat *streamlining* dan *integration*. Pada sektor EC dan EG manajemen proses bertujuan untuk meningkatkan kualitas *services* baik internal maupun eksternal, meningkatkan kecepatan proses, dan konsistensi kinerja pemrosesan transaksi untuk menuju proses *redesign* dan penciptaan *workflow* baru. Selain itu, juga untuk meningkatkan proses *integration* dan *alignment* secara *vertical* dan *horizontal* yang mendorong *interoperation* sistem informasi

dengan institusi mitra. Pada EG pelayanan secara cepat masih mengalami kendala, karena sistem dan proses tidak berjalan dengan baik, serta tidak semua transaksi dapat sepenuhnya dilakukan secara elektronik karena terkait dengan hukum. EC dan EG memiliki volume data dalam jumlah besar untuk dilakukan proses transaksi secara elektronik, dimana ditekankan pada efisiensi biaya, dan kecepatan. Pada EG transaksi yang dilakukan masih terkait mengenai transaksi internal pemerintah, tetapi transaksi yang melibatkan warga negara masih terbatas. EC volume transaksi yang terjadi lebih tinggi dibandingkan dengan yang terjadi pada EG. Transaksi yang terjadi pada EC dilakukan monitoring secara real time, dilakukan penyesuaian dengan jumlah stok yang tersedia, dan digunakan untuk perencanaan kapasitas. Histori record transaksi pada EC digunakan untuk riset pasar, pengembangan merk, dan strategi umum untuk pengembangan EC. Secara keseluruhan proses transaksi elektronik pada EC jauh lebih baik dilakukan pengelolaan untuk memberikan tindakan pengembangan lebih lanjut, jika dibandingkan dengan pada EG.

### **Manajemen Informasi**

Manajemen informasi ditekankan pada kualitas informasi sebagai faktor kunci, yang meliputi dimensi : *accuracy, comprehensiveness, currency, cognitive authority, assurance/reliability, relevance/precision/recall, timeliness, and perceived value* [3]. Antara EC dan EG menggunakan dimensi tersebut untuk mengukur kualitas informasi yang digunakan. Untuk EC informasi sebagian besar berasal dari data sumber transaksi, sehingga data yang digunakan bersifat lebih *refined* dan *ready mining* dibandingkan dengan EG. Pada EG tampak lebih banyak memiliki informasi dibandingkan dengan EC, tetapi lebih tidak efisien, tidak *reliable*, tidak *compatible*, dan sangat kurang terkait mengenai *information integration* yang digunakan untuk *sharing informations*. Untuk kaitannya dengan *content management*, pada EG kurang dilakukan pengelolaan untuk *update* informasi yang

disampaikan ke warga negara, *update* informasi yang dilakukan relatif terlambat dan kurang mengikuti alur perubahan yang terjadi. Sedangkan untuk EC, *contents management* pengelolaan yang dilakukan relatif lebih baik, meliputi *update* informasi yang disampaikan ke customer mengikuti alur perubahan yang sedang terjadi, karena pada EC *contents management* adalah merupakan bagian utama untuk melakukan identifikasi peluang pemasaran dan mempertahankan *Customer Relationship Management (CRM)* untuk dapat dijalankan dengan tepat.

### **Stakeholder Relations**

*Stakeholder relations* ditekankan pada hubungan kerjasama dengan beberapa pihak. EG kerjasama dengan pihak lain sangat tergantung pada kerjasama antar *stakeholder* dan dukungan yang diberikan oleh *top leadership*, tetapi pada EC kurang menekankan pada *top leadership* tetapi lebih berkonsentrasi pada *juggling* antara *stakeholder* dan penyeimbangan untuk pemenuhan berbagai kebutuhan.

### **Customer/Citizen Focus**

*Customer/Citizen Focus* ditekankan pada *Customer/Citizen needs* adalah didefinisikan sebagai *processes and deliverables* dari teknologi yang di desain untuk EC dan EG. Pada EC terkait mengenai *Business to Customer (B2C)* diimplementasikan pada produk dan penyediaan layanan. Pemahaman *Customer needs* dilakukan melalui proses *survey* dan *tracking behavior*, pengumpulan informasi yang memungkinkan untuk fokus pada *high value customer, segment* sasaran customer berdasarkan karakteristik, dan menciptakan *brand* dan penyedia layanan yang disesuaikan dengan *segment* populasi customers. Konsep B2C bersifat *bottom up*, sehingga produk dan layanan yang disediakan menyesuaikan dengan kebutuhan customer. Sedangkan pada EG, dalam hal ini menggunakan konsep *Government to Customer (G2C)* yang pada implementasinya berdasarkan kebutuhan pemerintah untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada warga negara

yang bersifat *top down*. Untuk partisipasi warga negara G2C lebih baik dibandingkan dengan B2C, hal ini dikarenakan pada B2G adalah digunakan oleh pemerintah untuk mendorong warga negara dalam pengambilan keputusan dengan memisahkan batasan antara kontrol dan partisipasi, sedangkan pada B2C partisipasi kustomer diabaikan.

### **Digital Devide**

Untuk *digital devide* baik EC dan EG ditekankan pada kurangnya ketersediaan infrastruktur yang digunakan untuk akses informasi yang dipandang dari sisi teknologi dan kurangnya keahlian serta kesadaran tentang bagaimana menggunakan informasi dan teknologi komunikasi secara efektif dan efisien. Pada sektor pemerintah lebih di fokuskan pada *content* yang dapat di akses oleh masyarakat, sedangkan pada sektor swasta tidak secara penuh difokuskan pada *content* hal ini dikarenakan pada EC pemenuhan *content* dilakukan berdasarkan pada pasar dan adanya permintaan dari konsumen, karena pada EC lebih difokuskan pada proses transaksi dan interaksi dengan konsumen.

### **Paradigma EC pada EG**

Alasan EG ingin menggunakan ide dan konsep dari EC adalah untuk mengabdopsi efektifitas dan efisiensi aktifitas yang memberikan sejumlah keuntungan pada EC. Pada dasarnya keuntungan yang diperoleh pada EC adalah pasar ekonomi kapitalis dan keuntungan ini harus dapat ditransfer untuk aktifitas-aktifitas yang dijalankan pada EG, dalam hal ini terkait mengenai pelayanan yang cepat dengan biaya yang rendah. Secara tradisional birokrasi pada pemerintahan sangat tidak efisien dan sulit untuk dilakukan perubahan, sedangkan paradigma EC adalah bertujuan pada struktur-struktur motivasional, yang pada kenyataannya lebih fleksibel dibandingkan dengan perusahaan tradisional. Kondisi ini dapat diabdopsi oleh pemerintah dengan mempersingkat birokrasi untuk menerapkan paradigma EC pada EG, sehingga memberikan tingkat fleksibel yang lebih baik. Pada EC pelayanan efisien yang diberikan bertujuan

untuk mendapatkan *profit* secara maksimum, sedangkan pada EG memiliki perbedaan justifikasi, sehingga paradigma EC memiliki keterbatasan jika diterapkan pada EG. Untuk melihat keterbatasan ini, dimulai dengan melihat perbedaan antara kustomer pada bisnis dengan warga negara pada pemerintahan. Konsep *customer-centeredness* pada EC sangat menarik untuk diterapkan pada proses administrasi untuk publik, seperti halnya sebuah bisnis, yaitu pemerintah juga harus dapat menerima *order*, dan *survive* untuk memenuhi kebutuhan warga negaranya dengan layanan dan proses yang lebih cepat. Namun analogi kosep ini tidak dapat secara penuh diberlakukan pada warga negara, tetapi miliki batasa-batasan karena peran warga negara dalam pemerintahan memiliki perbedaan mendasar dengan peran kustomer pada bisnis. Bisnis secara keseluruhan keberadaannya ditentukan oleh pemilik bisnis itu sendiri, termasuk keuntungan yang diperoleh, serta perangkat tambahan yang digunakan di kuasai oleh pemilik bisnis itu sendiri. Keberadaan kustomer penting dalam konsep bisnis yang digunakan sebagai alat ukur pencapaian tujuan akhir, tetapi tidak memiliki nilai-nilai intrinsik. Hal ini berbeda dengan warga negara, pemerintah harus menyediakan ketersediaan bagi warga negara, warga negara sebagai pemilik keputusan dalam pemeritahan, dan warga negara juga sebagai pemegang saham dalam pemerintahan. Warga negara memiliki kedaulatan penuh dalam pengambilan keputusan, hal ini terjadi pula pada beberapa perusahaan untuk melibatkan kustomer dalam pengambilan keputusan, tetapi memiliki semangat yang berbeda. Pemerintah melibatkan warga negara dalam arti ontologikal, sedangkan perusahaan hanya berdasarkan kebutuhannya. Dari sisi pasar bisnis mengatur berjalannya pasar dengan ketentuan untuk dirinya sendiri, tetapi pasar pada pemerintahan dijalankan dengan kerangka aturan, peraturan, dan penegak hukum yang diberikan oleh entitas politik. Sebagai contoh adalah semangat kompetisi yang merupakan kunci sukses EC, dalam sistem kompetisi akan menghasilkan pihak yang menang dan kalah untuk bersaing

dalam pasar. Konsep kompetisi ini tidaklah tepat untuk EG, karena pemerintah berkewajiban memberikan perlindungan dan mempertahankan status warga negaranya dengan hak yang dimiliki sama.

Paradigma yang ditekankan pada EC adalah masalah efisiensi, yaitu terkait efisiensi untuk proses pertukaran produk antara agen satu dengan yang lain dengan definisi yang saling menguntungkan. Sedangkan pada pemerintah proses pertukaran tidak dipandang sebagai pertukaran barang antar agen dengan prinsip yang menguntungkan, tetapi merupakan bentuk tanggung jawab dan kewajiban pemerintah untuk menyediakan barang-barang yang dapat diakses publik tanpa memikirkan keuntungan, sehingga kondisi ini sangat bertentangan dengan konsep komersial.

Dari uraian di atas, maka secara keseluruhan banyak aspek dari paradigm EC yang memberikan dampak aspek perubahan secara positif yang didasarkan pada ide-ide pasar bebas yang dapat dikaitkan dengan isu neoliberalisme, sebenarnya ide ini awalnya dikembangkan pada bidang ekonomi, yang sekaligus memiliki konsekuensi pada sistem politik. Untuk mengabdopsi paradigm EC yang diterapkan pada EG adalah perlu adanya penyesuaian dengan ideologi, sistem politik, peraturan, jalur birokrasi yang berlaku, dan kekuatan aspek hukum, tidak hanya cukup dengan melihat dari sudut pandang bidang ekonomi saja.

#### **SIMPULAN**

Kekuatan dan keberhasilan paradigma EC pada bisnis dapat diterapkan untuk EG pada administrasi pemerintahan terkait mengenai administrasi publik untuk penyebaran informasi, pemberian layanan dengan tetap memperhatikan ideologi, sistem politik, peraturan, jalur birokrasi dan aspek hukum yang berlaku, karena antara peran bisnis dan pemerintahan memiliki perbedaan yang mendasar. Peran bisnis lebih ditekankan pada aspek bidang ekonomi untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan pemberian layanan secara efisien untuk mereduksi biaya secara berkompetisi, sedangkan peran

pemerintah adalah merupakan bentuk tanggung jawab dan kewajiban untuk memberikan ketersediaan akses informasi kepada warga negara secara efisien tanpa adanya sistem kompetisi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

1. Barzilai N. K., Scholl H. J., "Similarities and Differences of e-Commerce and e-Government: Insights from a Pilot Study," in 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS40), R. Sprague, Ed. Waikoloa/Big Island, HI: IEEE, pp. 92c(1-10), 2007.
2. Janssen M., Kuk G., and Wagenaar R. W., "A Survey of Web-Based Business Models for E-Government in the Netherlands," *Government Information Quarterly*, vol. 25, pp. 202, 2008.
3. Klischewski R., Scholl H. J., "Information Quality as the Capstone of E-Government Integration, Interoperation, and Information Sharing," *Electronic Government, an International Journal*, vol. 5, pp. 203-285, 2008.
4. Shin, Namchul, "Creating Business Value with Information Technology: Challenges and Solutions", Hershey PA, London: Idea Group Publishing: 125 – 145, 2003.
5. Spinello, Richard, "Cyberethics: Morality and Law in Cyberspace", London: Jones and Bartlett, 2000.
6. Ward M., Mitchell S., "A Comparison of the Strategic Priorities of Public and Private Sector Information Resource Executives," *Government Information Quarterly*, vol. 21, pp. 284-304, 2004.
7. Wastell, David G., "Organizational Discourse as a Social Defense: Taming the Tiger of Electronic Government", Working Conference on Global and Organizational Discourse About Information Technology, December 12-14, 2002, Barcelona, Spain. Dordrecht:

Kluwer Academic Publishers: 179 – 195, 2003.

8. Welty, et.al, “Managing Trust and Commitment in Collaborative Supply Chain Relationships”, Communications of the ACM (44:6): 67 – 73, 2001.

9. Zerdick, Axel et al. , “European Communication Council Report: Die Internet-Ökonomie: Strategien für die digitale Wirtschaft”, 3rd edition Berlin, Heidelberg: Springer, 2001.
- 
-