



HASIL SURVEI PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DI SEKTOR BISNIS INDONESIA 2011



PUSAT DATA DAN SARANA INFORMATIKA  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

## HASIL SURVEI PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DI SEKTOR BISNIS INDONESIA 2011



PUSAT DATA DAN SARANA INFORMATIKA  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA INDONESIA  
2011



Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta 10110  
Telp. (62-21) 3500488, 3846189, 38449931  
Fax. (62-21) 3811113, 3865154  
[www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id)

PUSAT DATA DAN SARANA INFORMATIKA  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA



ISBN 978-602-98261-3-5  
9786029826135

## Kata Pengantar

Buku ini merupakan laporan survei pemanfaatan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di sektor bisnis. Dewasa ini telah diketahui bahwa penggunaan TIK sangat penting bagi perusahaan. Terutama dalam era globalisasi, dimana perusahaan dituntut untuk semakin kompetitif dan berdaya saing. Oleh karena itu menjadi penting untuk memotret kondisi atau tingkat pemanfaatan dan penggunaan TIK di perusahaan. Survei pemanfaatan dan penggunaan TIK ini dilakukan dengan mengacu pada indikator inti TIK 2010 (*Core ICT Indikator 2010*) yang diterbitkan oleh ITU (*International Telecommunication Union*). Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dapat diperbandingkan secara internasional. Sehingga dapat diketahui posisi pemanfaatan dan penggunaan TIK oleh perusahaan di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara lain. Gambaran penggunaan TIK di sektor bisnis yang disajikan dalam buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan dalam pengembangan kebijakan yang baik dan tepat sasaran.

Laporan ini terdiri dari 4 bagian. Bagian pertama berisi pendahuluan yang menjelaskan latar belakang dari kegiatan yang dilakukan, lingkup kegiatan, serta metode yang digunakan dalam pengumpulan, pengolahan dan analisis data. Pada bagian kedua menguraikan tentang karakteristik perusahaan yang menjadi responden dalam survei ini meliputi lokasi perusahaan, bidang usaha, status kepemilikan modal, dan skala usaha yang diukur dari jumlah tenaga kerja dan omset perusahaan.

Selanjutnya pada bagian ketiga berisi tentang penggunaan TIK di sektor bisnis yang terbagi atas penggunaan komputer, tenaga kerja pengguna

komputer, penggunaan internet, tenaga kerja pengguna internet, koneksi internet, penggunaan *web*, pemanfaatan internet untuk pemesanan barang atau jasa, pemanfaatan internet untuk penawaran barang atau jasa, penggunaan *Local Area Network* (LAN), penggunaan intranet, penggunaan ekstranet, dan aktifitas penggunaan internet. Penggambaran dari poin-poin tersebut dirinci kembali berdasarkan lokasi, bidang usaha, status kepemilikan modal, dan skala usaha (jumlah tenaga kerja dan omset).

Pada bagian akhir dari buku ini adalah bab penutup yang memuat kesimpulan mengenai keseluruhan gambaran tentang penggunaan TIK di sektor bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan berbagai pihak yaitu para peneliti dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia yang membantu dalam analisis penggunaan TIK di sektor bisnis, pihak-pihak lain yang telah membantu dalam memberikan masukan, arahan, saran dan kritik serta memberikan data dan informasi.

Kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dan telah membantu kami dalam kegiatan ini. Tanpa bantuan dari semua pihak maka sangat sulit untuk menyelesaikan laporan ini sesuai dengan yang diharapkan.

Jakarta, Oktober 2011

Sekretaris Jenderal,



**Dr. Ir. Basuki Yusuf Iskandar, MA**

## Daftar Isi

<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RINGKASAN EKSEKUTIF.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Lingkup Kegiatan.....	4
1.3 Metode Pengumpulan, Pengolahan dan Analisis Data.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II PROFIL RESPONDEN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Lokasi Perusahaan.....	11
2.2 Bidang Usaha.....	12
2.3 Status Kepemilikan Modal .....	13
2.4 Skala Usaha.....	15
<b>BAB III PENGGUNAAN TIK SEKTOR BISNIS.....</b>	<b>20</b>
3.1 Penggunaan komputer .....	20
3.2 Tenaga Kerja Pengguna Komputer .....	25
3.3 Penggunaan Internet .....	30

3.4 Tenaga Kerja Pengguna Internet.....	35
3.5 Koneksi Internet .....	39
3.6 Penggunaan <i>Web</i> .....	45
3.7 Pemesanan Barang Atau Jasa Melalui Internet.....	48
3.8 Penawaran Barang atau Jasa Melalui Internet .....	53
3.9 Penggunaan LAN ( <i>Local Area Network</i> ) .....	57
3.10 Penggunaan Intranet .....	60
3.11 Penggunaan Extranet .....	64
3.12 Aktifitas dalam Menggunakan Internet .....	68
<b>BAB 4. KESIMPULAN.....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1.3.1 Perbandingan distribusi perusahaan pada sampel dan pada populasi pada 4 pulau besar Indonesia.....	6
Gambar 1.3.2 Proses pengendalian mutu dalam keseluruhan kegiatan survei .....	8
Gambar 1.3.3 Diagram alur proses pengendalian mutu data pada saat kegiatan lapangan sedang berjalan.....	9
Gambar 2.1.1 Persentase perusahaan berdasarkan lokasi .....	11
Gambar 2.2.1 Persentase perusahaan berdasarkan bidang usaha .....	12
Gambar 2.2.2 Persentase perusahaan berdasarkan lokasi dan bidang usaha.....	13
Gambar 2.3.1 Persentase perusahaan berdasarkan status kepemilikan modal.....	14
Gambar 2.3.2 Perusahaan berdasarkan status kepemilikan modal dan bidang usaha .....	15
Gambar 2.4.1 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	16
Gambar 2.4.2 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) dan bidang usaha .....	17
Gambar 2.4.3 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (Omset) .....	18
Gambar 2.4.4 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (Omset) dan bidang usaha.....	19

Gambar 3.1.1 Persentase perusahaan pengguna komputer .....	20
Gambar 3.1.2 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan status kepemilikan modal .....	21
Gambar 3.1.3 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	22
Gambar 3.1.4 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan skala usaha (omset) .....	23
Gambar 3.1.5 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan bidang usaha .....	24
Gambar 3.1.6 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan lokasi .....	25
Gambar 3.2.1 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan status kepemilikan modal .....	26
Gambar 3.2.2 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	27
Gambar 3.2.3 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan skala usaha (omset) .....	28
Gambar 3.2.4 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan bidang usaha .....	29
Gambar 3.2.5 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan lokasi .....	30
Gambar 3.3.1 Persentase perusahaan pengguna internet .....	31
Gambar 3.3.2 Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan bidang usaha .....	32

Gambar 3.3.3	Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan lokasi perusahaan .....	33
Gambar 3.3.4	Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal .....	33
Gambar 3.3.5	Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	34
Gambar 3.3.6	Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan skala usaha (omset) .....	35
Gambar 3.4.1	Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan bidang usaha .....	36
Gambar 3.4.2	Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan lokasi perusahaan .....	36
Gambar 3.4.3	Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal .....	37
Gambar 3.4.4	Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	38
Gambar 3.4.5	Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan skala usaha (omset) .....	39
Gambar 3.5.1	Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet .....	41
Gambar 3.5.2	Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan lokasi .....	41
Gambar 3.5.3	Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan bidang usaha .....	42
Gambar 3.5.4	Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan status kepemilikan modal .....	42



Gambar 3.5.5 Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	43
Gambar 3.5.6 Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan skala usaha (omset) .....	44
Gambar 3.6.1 Persentase perusahaan pengguna web.....	45
Gambar 3.6.2 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan status kepemilikan modal .....	45
Gambar 3.6.3 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	46
Gambar 3.6.4 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan bidang usaha.....	47
Gambar 3.6.5 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan lokasi .....	47
Gambar 3.6.6 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan skala usaha (omset) .....	48
Gambar 3.7.1 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa .....	49
Gambar 3.7.2 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan bidang usaha .....	50
Gambar 3.7.3 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan lokasi .....	50
Gambar 3.7.4 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan status kepemilikan modal .....	51

Gambar 3.7.5 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	52
Gambar 3.7.6 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (omset) .....	52
Gambar 3.8.1 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa .....	53
Gambar 3.8.2 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan bidang usaha ...	54
Gambar 3.8.3 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan lokasi .....	54
Gambar 3.8.4 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan status kepemilikan modal .....	55
Gambar 3.8.5 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	56
Gambar 3.8.6 Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (omset) .....	56
Gambar 3.9.1 Persentase perusahaan pengguna LAN .....	57
Gambar 3.9.2 Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan status kepemilikan modal .....	57

Gambar 3.9.3 Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	58
Gambar 3.9.4 Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan bidang usaha .....	59
Gambar 3.9.5 Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan lokasi....	60
Gambar 3.10.1 Persentase perusahaan pengguna intranet .....	60
Gambar 3.10.2 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan status kepemilikan modal .....	61
Gambar 3.10.3 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	62
Gambar 3.10.4 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan skala usaha (omset) .....	62
Gambar 3.10.5 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan bidang usaha .....	63
Gambar 3.10.6 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan lokasi .....	64
Gambar 3.11.1 Persentase perusahaan pengguna extranet.....	64
Gambar 3.11.2 Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan status kepemilikan modal .....	65
Gambar 3.11.3 Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	66
Gambar 3.11.4 Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan skala usaha (omset) .....	67

Gambar 3.11.5 Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan bidang usaha .....	67
Gambar 3.11.6 Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan lokasi .....	68
Gambar 3.12.1 Persentase perusahaan pengguna Internet berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan.....	69
Gambar 3.12.2 Persentase perusahaan berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan dan bidang usaha .....	70
Gambar 3.12.3 Persentase perusahaan dengan aktifitas internet yang dilakukan dan skala usaha (jumlah tenaga kerja) .....	71
Gambar 3.12.4 Persentase perusahaan dengan aktifitas internet yang dilakukan dan skala usaha (omset) .....	72
Gambar 3.12.5 Persentase perusahaan berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan dan status kepemilikan modal .....	73

## Daftar Tabel

Tabel 1.1.1 Indeks Perkembangan TIK dan Rangking untuk Indonesia dan Negara Lainnya .....	3
Tabel 1.3.1 Jumlah Perusahaan yang Dijaring dalam Survei .....	7
Tabel 1.3.2 Data Valid Berdasarkan Kota.....	9

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada tahun 2011 Pusat Data - Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah menyelenggarakan survei akses dan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sektor bisnis. Survei menggunakan metode kluster sampling acak dengan menetapkan delapan kota besar sebagai kluster. Metode sampling tersebut didasarkan pada data sensus ekonomi (2006) yang menyatakan bahwa sebaran usaha terkonsentrasi pada Kawasan Barat Indonesia (83%) dengan 63.83% berlokasi di Pulau Jawa. Sementara itu, sebaran usaha di Kawasan Timur Indonesia adalah 16%, dan terkonsentrasi pada Pulau Sulawesi (6.98%). Berdasarkan hal tersebut, dilakukan survei terhadap 803 perusahaan yang dipilih yang secara proporsional berdasarkan delapan kota besar, yaitu Batam, Medan, DKI Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali dan Makasar. Informasi yang diidentifikasi dalam survei ini adalah mengenai (1) penggunaan komputer; (2) tenaga kerja pengguna komputer; (3) penggunaan internet; (4) tenaga kerja pengguna internet; (5) koneksi internet; (6) penggunaan *web presence*; (7) pemanfaatan internet untuk pemesanan barang atau jasa; (8) pemanfaatan internet untuk penawaran barang atau jasa; (9) penggunaan LAN; (10) penggunaan intranet; (11) penggunaan extranet; dan (12) aktifitas penggunaan internet.

Beberapa hal penting mengenai survei akses dan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sektor bisnis dapat disimpulkan sebagai berikut:

## A. Profil Perusahaan sampel

Perusahaan yang menjadi responden dalam survei ini diambil secara proporsional pada delapan kota besar di Indonesia. DKI Jakarta merupakan kota dengan perusahaan sampel terbanyak yaitu 38,73%. Sedangkan perusahaan yang berlokasi di Batam adalah yang paling sedikit masuk dalam sampel survei ini (3,86%). Sebagian besar perusahaan sampel bergerak di bidang jasa, baik jasa perdagangan, perhotelan dan restoran maupun jasa lainnya (87%), kemudian sisanya adalah perusahaan manufaktur (13%).

Survei ini mengidentifikasi perusahaan responden berdasarkan tiga kriteria status kepemilikan usaha yaitu perusahaan dengan modal dalam negeri (PMDN), modal asing (PMA), dan modal patungan antara dalam dan luar negeri (*joint venture*). Berdasarkan kategori tersebut diketahui bahwa sebagian besar perusahaan responden berstatus PMDN (95%). Sementara itu, 4% merupakan perusahaan PMA dan 1% adalah perusahaan *joint venture*.

Berdasarkan skala usaha yang diukur dari jumlah tenaga kerjanya, responden dikategorikan menjadi lima, yaitu perusahaan berskala besar (jumlah tenaga kerja: >100), perusahaan berskala menengah (jumlah tenaga kerja: 20 - 100), perusahaan berskala kecil (jumlah tenaga kerja antara: 5 - 19), dan perusahaan berskala mikro (jumlah tenaga kerja: <5). Berdasarkan kriteria tersebut diketahui bahwa perusahaan responden sebagian besar merupakan perusahaan berskala kecil (44%). Sedangkan, perusahaan berskala besar proporsinya paling sedikit yaitu hanya 11% dari total responden. Dalam survei ini, skala usaha juga dikategorikan berdasarkan omset perusahaan, yaitu perusahaan dengan omset kurang dari Rp. 500 juta; perusahaan dengan omset antara Rp. 500 juta- Rp. 999 juta; dan perusahaan dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan oleh perusahaan yang memiliki omset kurang dari Rp. 500 (36%). Kemudian, disusul oleh perusahaan dengan

omset lebih dari Rp. 1 miliar (34%) dan sisanya adalah perusahaan dengan omset Rp. 500 juta – Rp. 999 juta (30%).

## **B. Penggunaan Komputer di Sektor Bisnis**

Hasil survei menunjukkan bahwa 92% perusahaan yang disurvei telah menggunakan komputer untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Bahkan, seluruh perusahaan PMA dan *Joint Venture* telah menggunakan komputer untuk menunjang kelancaran usaha atau bisnis mereka. Kondisi ini mengindikasikan tingginya penggunaan komputer di sektor bisnis.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha perusahaan (baik berdasarkan jumlah tenaga kerja maupun omset) maka semakin besar pula tingkat penggunaan komputernya. Hasil survei memperlihatkan semakin banyak tenaga kerja perusahaan, semakin besar pula proporsi perusahaan yang menggunakan komputer. Demikian juga halnya jika penggunaan komputer dilihat berdasarkan omset perusahaan. Hasil survei menunjukkan bahwa semakin besar omset perusahaan, semakin tinggi pula proporsi perusahaan yang telah menggunakan komputer.

Berdasarkan bidang usahanya, survei ini mengkategorikan perusahaan menjadi tiga yaitu perusahaan bidang industri manufaktur, bidang perdagangan, hotel, dan restoran, serta bidang jasa lainnya. Walaupun sebagian besar perusahaan pada tiga bidang usaha tersebut telah menggunakan komputer, namun perusahaan pengguna komputer di bidang usaha perdagangan, perhotelan dan restoran memiliki persentase terkecil dibandingkan dengan bidang usaha lainnya, akan tetapi persentasenya telah mencapai 86,14% . Sedangkan pada kelompok perusahaan industri manufaktur dan jasa lainnya persentase perusahaan pengguna komputer masing-masing mencapai 93,20% dan 97,28%.



Penggunaan komputer di sektor bisnis hampir merata di delapan kota besar yang menjadi objek survei. Lebih dari 80% perusahaan dari delapan kota tersebut telah menggunakan komputer sebagai alat bantu bisnis mereka, bahkan di kota Batam dan Makassar persentase perusahaan pengguna komputer telah mencapai 100%. Sementara itu, Bandung merupakan kota yang memiliki tingkat penggunaan komputer terendah dibandingkan kota lain.

### **C. Tenaga Kerja Pengguna Komputer**

Rasio tenaga kerja perusahaan yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas pekerjaannya berkisar angka 0,19. Hasil survei juga menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kelompok perusahaan PMDN memiliki rasio 0,26. Adapun pada kelompok perusahaan PMA dan *Joint Venture* rasionya masing-masing sebesar 0,54 dan 0,02.

Rasio tenaga kerja pengguna komputer juga menunjukkan perbedaan berdasarkan besarnya skala usaha baik yang diukur dari tenaga kerja maupun omset. Semakin besar skala usaha maka semakin kecil rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas bisnis perusahaan. Bila dilihat berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja), maka perusahaan dengan skala mikro (tenaga kerja kurang dari lima orang) memiliki rasio tenaga kerja pengguna komputer tertinggi yaitu 0,58. Sementara itu, perusahaan berskala besar (tenaga kerja lebih dari 100) memiliki rasio tenaga kerja pengguna komputer terendah yaitu 0,15. Demikian pula bila dipilah berdasarkan omset. Perusahaan dengan omset di bawah Rp 500 juta memiliki rasio sebesar 0,36. Sedangkan rasio kelompok perusahaan dengan omset Rp. 500 juta – Rp.999 juta dan Rp. 1 milyar ke atas masing-masing sebesar 0,26.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa besarnya rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas perusahaan terhadap total tenaga kerja berbeda menurut bidang usaha. Perusahaan industri manufaktur memiliki rasio paling kecil diantara bidang usaha lainnya yaitu 0,09. Sedangkan pada kelompok perusahaan dengan bidang usaha jasa perdagangan, perhotelan dan restoran serta perusahaan jasa lainnya mempunyai rasio masing-masing sebesar 0,32 dan 0,28. Sementara itu, bila dikategorikan berdasarkan lokasi, Medan merupakan kota sampel yang memiliki rasio tenaga kerja pengguna komputer tertinggi dibandingkan daerah lain yaitu 0,48. Sebaliknya, Surabaya adalah kota dengan rasio tenaga kerja pengguna komputer terendah yaitu 0,06.

#### **D. Penggunaan Internet**

Dalam hal penggunaan internet, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah menggunakan internet (86%) untuk mendukung kegiatan bisnis mereka. Khususnya perusahaan PMA dan Joint Venture yang seluruhnya telah menggunakan internet. Kondisi ini mengindikasikan tingginya penggunaan internet di sektor bisnis.

Berdasarkan bidang usaha, hasil survei menunjukkan bahwa persentase perusahaan pengguna internet paling besar adalah perusahaan pada bidang usaha jasa lainnya (93,75%), diikuti oleh perusahaan industri manufaktur (87,38%). Persentase perusahaan pengguna internet yang paling rendah adalah perusahaan pada bidang usaha dagang, hotel dan restoran (78,01%).

Hasil survei juga menunjukkan adanya perbedaan persentase pengguna internet berdasarkan skala usaha baik yang diukur melalui jumlah tenaga kerja maupun dari omset perusahaan. Semakin besar skala usaha maka semakin besar persentase perusahaan yang menggunakan internet

untuk kepentingan bisnisnya. Hasil survei menunjukkan bahwa seluruh perusahaan dengan skala usaha besar (tenaga kerja > 100 orang) telah memanfaatkan internet untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Sementara itu, sebagian perusahaan skala menengah (9%) dan skala kecil (11,73%) belum memanfaatkan internet, dan hanya sebanyak 59,22% perusahaan dengan skala mikro yang sudah menggunakan internet pada perusahaannya. Demikian pula yang terjadi bila perusahaan dikategorikan berdasarkan omset perusahaan. Hasil survei menunjukkan bahwa semakin besar omset perusahaan maka semakin besar persentase perusahaan pengguna internet.

Sementara itu, jika dipilah berdasarkan kota lokasi perusahaan, maka seluruh perusahaan di Batam menggunakan internet dalam menjalankan bisnisnya. Setelah itu adalah Makassar sebagai kota sampel kedua yang paling banyak menggunakan internet. Perusahaan yang berlokasi di Bandung adalah perusahaan yang paling sedikit menggunakan internet.

### **E. Tenaga kerja pengguna internet**

Hasil survei menunjukkan bahwa rasio tenaga kerja pengguna internet adalah 0,13. Hal ini berarti setiap seratus tenaga kerja perusahaan hanya 13 orang yang menggunakan internet secara rutin<sup>1</sup>.

Bila dilihat berdasarkan bidang usaha, hasil survei menunjukkan bahwa rasio tenaga kerja dengan internet pada perusahaan bidang jasa lainnya sebesar 0,18, sedangkan rasio pada bidang usaha perdagangan, hotel dan restoran adalah 0,24 dan rasio untuk perusahaan pada bidang industri manufaktur adalah 0,06. Sementara itu, jika dilihat berdasarkan status kepemilikan modal, hasil survei menunjukkan bahwa perusahaan dengan status PMA memiliki rasio tenaga kerja pengguna internet sebesar 0,44 sedangkan perusahaan PMDN sebesar 0,17 dan perusahaan *Joint Venture* adalah sebesar 0,02.

Bila dilihat berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja), hasil survei menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala mikro (tenaga kerja kurang dari 5 orang) memiliki rasio tenaga kerja pengguna internet sebesar 0,52, dan perusahaan dengan skala besar yang mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih memiliki rasio sebesar 0,1. Sedangkan untuk perusahaan skala menengah dengan jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,27. Sementara itu, perusahaan skala kecil memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,35. Rasio tenaga kerja pengguna internet berdasarkan omset perusahaan menunjukkan pola yang serupa jika dilihat berdasarkan jumlah tenaga kerja. Hasil survei menunjukkan bahwa perusahaan dengan omset kurang dari Rp.500 juta memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,28, untuk perusahaan dengan omset antara Rp.500 juta hingga Rp.999 juta memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,23, sedangkan perusahaan dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar memiliki rasio tenaga kerja sebesar 0,16 dibandingkan dengan perusahaan dengan omset kurang dari Rp. 1 miliar.

## **F. Koneksitas Internet**

Sebanyak 83,00% dari seluruh perusahaan menggunakan fixed broadband sebagai koneksi internet. Teknologi *narrowband*<sup>1</sup> merupakan teknologi yang paling sedikit digunakan oleh perusahaan untuk koneksitas internet. *Fixed broadband*<sup>2</sup> merupakan koneksi yang paling banyak digunakan oleh seluruh perusahaan di delapan lokasi survei. Perusahaan

---

<sup>1</sup> *Narrowband* adalah jaringan internet yang memiliki kecepatan transfer rendah karena saluran yang digunakan cukup sempit. Istilah ini biasa diasosiasikan dengan dial-up.

<sup>2</sup> *Fixed broadband* adalah jaringan internet yang menggunakan teknologi xDSL (*Digital Subscriber Lines*) / kabel tembaga, *FTTH (Fiber to The Home)* / serat optik, *leased line*, satelit, *Wireless Local Area Network*, dan WiMAX. Jaringan ini memiliki kecepatan transfer lebih tinggi karena lebar jalur data yang besar.

yang berlokasi di Batam merupakan pengguna *fixed broadband* dengan proporsi terbesar dibandingkan dengan lokasi lain.

Bila dilihat berdasarkan bidang usaha, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan pada ketiga bidang usaha (industri manufaktur; perdagangan, perhotelan dan restoran; serta jasa lainnya) menggunakan *fixed broadband* sebagai koneksi internet di perusahaannya. Hasil survei juga menunjukkan bahwa perusahaan PMA memiliki persentase pengguna *fixed broadband* yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan status kepemilikan modal lainnya.

Jika dilihat berdasarkan skala usaha, hasil survei menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula persentase penggunaan *fixed broadband* sebagai alat koneksitas internet. Terlihat pula pola pemilihan koneksi internet yang berbeda antara perusahaan skala mikro dan kecil dengan perusahaan skala menengah dan besar, yaitu penggunaan *mobile broadband*<sup>3</sup> yang semakin kecil seiring dengan semakin besarnya skala usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja perusahaan. Demikian juga halnya yang terjadi bila koneksitas internet dilihat berdasarkan omset perusahaan. Hasil survei menunjukkan bahwa memperlihatkan semakin besar omset perusahaan, maka semakin besar persentase perusahaan yang menggunakan *fixed broadband*.

## **G. Penggunaan Web**

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan belum memiliki *web*. Hanya sekitar 40% perusahaan saja yang sudah memiliki media *web* guna mendukung kegiatan bisnisnya. Perusahaan yang memiliki *web* terbanyak memiliki karakteristik sebagai berikut: (a) perusahaan PMA (90,2%) dan *Joint venture* (91,67%), (b) perusahaan dengan skala besar

---

<sup>3</sup> *Mobile broadband* adalah jaringan internet berkecepatan tinggi yang menggunakan teknologi CDMA, HSDPA, EVDO. Umumnya diakses melalui perangkat *portable* (mudah dibawa) seperti laptop, HP dan sebagainya.

(78,16%) dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar (57,44%), dan (c) perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa lainnya (48,75%). Perusahaan tersebut paling banyak berlokasi di Batam (61,29%) Denpasar (51,52%) dan DKI Jakarta (42,27%).

## **H. Penggunaan LAN (*Local Area Network*)**

Hasil survei menunjukkan bahwa 49.56% perusahaan telah memiliki LAN sebagai infrastruktur jaringan komputer. Perusahaan pemilik LAN dengan proporsi terbesar memiliki karakteristik sebagai berikut: (a) perusahaan PMA (83,87%) dan *Joint Venture* (91,67%); (b) perusahaan dengan skala besar dengan memiliki tenaga kerja lebih dari 99 orang (93,10%) serta omset lebih dari Rp. 1 miliar (57,44%); dan (c) perusahaan jasa (59,50%). Penggunaan LAN tertinggi terdapat di Jakarta dan sekitarnya dengan proporsi pengguna mencapai 72,63%, disusul Makassar dan Batam. Sementara itu, tingkat penggunaan terendah terdapat di kota Surabaya dan Bandung.

## **I. Penggunaan Intranet<sup>4</sup>**

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan tidak menggunakan intranet (72,03%). Hanya 27,97% perusahaan yang menggunakan intranet. Perusahaan pengguna intranet terbanyak memiliki karakteristik sebagai berikut: (a) perusahaan PMA (lebih dari 60%); (b) perusahaan skala besar dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 99 orang (64,37%) dan omset lebih dari Rp. 1 miliar (38,82%); (c) perusahaan yang bergerak di bidang jasa lainnya (32,96%); dan (d) perusahaan yang berlokasi di Jakarta (39,65%) dan Semarang (38,10%).

---

<sup>4</sup> Intranet mengacu pada jaringan komunikasi internal yang menggunakan internet protokol tertentu dan memungkinkan komunikasi dalam suatu organisasi. Hal ini biasa digunakan di dalam *firewall* untuk mengontrol akses penggunaanya.

## J. Penggunaan Extranet<sup>5</sup>

Dalam hal penggunaan extranet, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan tidak menggunakan extranet untuk menjalankan bisnisnya. Hanya 9,86% perusahaan yang menggunakan extranet sebagai fasilitas untuk berbagi informasi bisnis secara aman dengan para pemasok, vendor, pelanggan atau dengan partner bisnis lainnya. Perusahaan pengguna extranet terbanyak memiliki ciri sebagai berikut: (a) perusahaan PMA (25,81%), (b) perusahaan dengan skala besar dengan tenaga kerja 100 orang atau lebih (19,54%) dan omset lebih dari Rp. 1 miliar (15,61%); (c) perusahaan dengan bidang usaha jasa; serta (d) perusahaan yang berlokasi di Denpasar (14,75%) dan DKI Jakarta (11,93%).

## K. Aktivitas yang dilakukan dengan menggunakan internet

### a) Penerimaan pesanan barang dan jasa

Walaupun internet telah digunakan sebagian besar perusahaan (86%), namun masih sedikit perusahaan (40% dari total perusahaan pengguna internet) yang memanfaatkannya untuk menerima pesanan (menjual) barang dan jasa. Perusahaan PMA yang paling banyak melakukan aktivitas penjualan melalui internet (48,39%) dibandingkan dengan perusahaan PMDN dan *Joint Venture*. Perusahaan skala kecil merupakan perusahaan yang memiliki proporsi terbesar diantara perusahaan dengan skala usaha lainnya dalam memanfaatkan internet untuk menerima pesanan barang atau jasa (50,32%).

---

<sup>5</sup> Ekstranet adalah sebuah jaringan tertutup yang menggunakan internet protokol tertentu untuk berbagi informasi bisnis dengan aman antara pemasok, *vendor*, pelanggan dan mitra bisnis lainnya. Hal ini dapat merupakan bagian *private* dari sebuah *website* bisnis dimana mitra bisnis dapat mengakses setelah disahkan di dalam login.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa lebih dari 57% perusahaan manufaktur menjual barang dan jasa melalui internet. Selanjutnya, kurang lebih 45% perusahaan jasa lainnya memanfaatkan internet untuk kegiatan tersebut, sedangkan perusahaan jasa perdagangan, perhotelan dan restoran hanya 42,47%. Bila dipilah berdasarkan lokasi atau lokasi, maka perusahaan yang berlokasi di Surabaya yang paling banyak memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa (61,59%), menyusul Batam (58,06%) dan Denpasar (54,39%). Sedangkan kota Medan (31,37%) dan Semarang (30%) adalah kota dengan perusahaan yang paling sedikit menggunakan internet untuk melakukan penjualan barang atau jasa.

b) Penawaran barang atau jasa melalui internet

Hasil survei menunjukkan bahwa 52,31% perusahaan pengguna internet telah memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Sebagian besar (lebih dari 50%) perusahaan PMA dan PMDN telah menggunakan internet sebagai media penawaran. Bila dipilah berdasarkan skala usaha baik berdasarkan tenaga kerja maupun omset, maka lebih dari 50% perusahaan skala kecil dan besar memanfaatkan internet sebagai alat penawaran produk mereka.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling banyak menawarkan barang atau jasa melalui media internet (56,67%), kemudian menyusul perusahaan jasa dan jasa perdagangan, perhotelan dan restoran. Selanjutnya, Surabaya merupakan kota dengan proporsi perusahaan terbesar (69,57%) dalam memanfaatkan internet untuk melakukan penawaran terhadap barang atau jasa, kemudian menyusul Denpasar, Batam dan Jakarta. Selanjutnya, kota Medan adalah kota dengan perusahaan yang paling sedikit proporsinya



## c) Aktifitas lainnya

Hasil survei menunjukkan bahwa aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas pemanfaat internet yang dilakukan oleh hampir semua perusahaan yang terjaring dalam survei (97,69%). Selain itu perusahaan sektor bisnis Indonesia paling banyak menggunakan internet untuk aktifitas mencari informasi mengenai barang dan jasa (80,69%), menyediakan pelayanan bagi pelanggan (51,44%) dan internet banking (51,01%). Sedangkan masih sangat sedikit perusahaan bisnis di Indonesia yang memanfaatkan internet untuk aktivitas memberikan pelatihan bagi karyawan (17%), delivering produk secara online (16,43%) dan melakukan *teleconference* melalui VoIP (13,54%).

Bila dipilah berdasarkan bidang usaha, maka tidak terdapat perbedaan aktifitas pemanfaatan internet yang cukup signifikan diantara ketiga bidang usaha, baik jasa perdagangan, perhotelan dan restoran, jasa lainnya maupun manufaktur. Gambaran yang sama juga terjadi bila perusahaan dipilah berdasarkan skala usaha. Hasil survei menunjukkan bahwa aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas yang dilakukan oleh hampir seluruh perusahaan dengan tingkat skala usaha (jumlah tenaga kerja) manapun. Sebanyak 56,31% perusahaan skala mikro, 86,03% perusahaan skala kecil, 100% perusahaan skala menengah dan 97,70% perusahaan skala besar mengaku melakukan aktifitas mengirim dan menerima email dalam aktifitas internet perusahaan mereka. Selain itu, hasil survei juga menunjukkan adanya hubungan antara pemanfaatan internet dengan skala usaha (jumlah tenaga kerja), hal ini dilihat dari semakin tingginya persentase perusahaan yang melakukan setiap aktifitas internet dengan semakin tingginya tingkatan skala usaha perusahaan (berdasarkan jumlah tenaga kerja).

Jika dilihat berdasarkan status kepemilikan modal, hasil survei menunjukkan bahwa aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas yang dilakukan oleh hampir semua perusahaan baik pada perusahaan PMDN, PMA maupun *Joint Venture*. Perusahaan PMA memiliki tingkat pemanfaatan internet yang paling tinggi dibandingkan perusahaan dengan kepemilikan modal lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase perusahaan PMA pada setiap aktifitas pemanfaatan internet. Selain itu, terlihat pula adanya perbedaan pada pola pemanfaatan internet yang dilakukan oleh perusahaan PMA, seperti *internet banking* (80,65%), merekrut pegawai baru (64,52%), berkomunikasi dengan organisasi pemerintahan (51,61%), memberikan pelatihan kepada pegawai (51,61%) serta melakukan *teleconference* dengan VoIP. Sedangkan pada aktifitas pemanfaatan internet tersebut hanya sedikit dilakukan oleh perusahaan PMDN dan *Joint Venture* (intensitas rata-rata 20%).



# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sebuah negara telah diyakini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan secara tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Lebih konkritnya, pembangunan TIK menghasilkan efek berantai pada angka pertumbuhan ekonomi, walaupun angka korelasi tersebut berbeda di tiap negara. Efek berantai pembangunan TIK pada pertumbuhan ekonomi dapat terjadi melalui tiga hal yaitu: (1) pembangunan infrastruktur; (2) peningkatan keterampilan dan (3) peningkatan penggunaan berbagai aplikasi TIK dalam kehidupan (Kalamullah.et.al. 2010).

Pada dasarnya, pembangunan infrastruktur memerlukan investasi yang tinggi. Hal ini tentu saja akan berimplikasi pada terjadinya peningkatan skala produksi, kebutuhan tenaga kerja serta membaiknya produktivitas dan sejalan dengan menguatnya infrastruktur. Peningkatan produksi dan produktivitas ini dapat membangun kekuatan ekonomi sebagai dampak peningkatan keterampilan. Dengan alur yang sama, peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM) di bidang TIK akan memperkuat intelektual, sedangkan peningkatan berbagai aplikasi TIK dalam kehidupan baik dalam komunitas *online* maupun dalam kerangka keterbukaan informasi membawa kepada terbangunnya kekuatan sosial.

Untuk itu, pemerintah Indonesia telah meletakkan pembangunan TIK sebagai salah satu elemen penting pembangunan nasional secara keseluruhan. Beberapa kebijakan dan strategi pembangunan telah ditetapkan dalam rangka tercapainya infrastruktur TIK yang lebih baik dan lebih cepat

serta layanan yang berkualitas. Walaupun pemerintah meyakini bahwa pembangunan TIK yang dilakukan saat ini berada pada jalur yang benar tetapi tidak semua dapat terealisasi dengan baik. Beberapa hal yang menjadi kendala tidak terealisasinya pembangunan TIK dengan baik antara lain kondisi geografis Indonesia yang unik dan memiliki dimensi yang kompleks. Karenanya diperlukan usaha pembangunan TIK yang komprehensif, dan intensif. Salah satu caranya adalah dengan mengetahui gambaran akses dan penggunaan TIK secara nasional.

Pada dasarnya gambaran akses dan penggunaan TIK menjadi sangat diperlukan oleh suatu negara. Oleh karena itu, pada tahun 2003, dalam pertemuan “*World Summit on the Information Society (WSIS)*”, negara-negara dunia menyepakati pentingnya standard pengukuran TIK yang meliputi infrastruktur dan penggunaannya di masing-masing negara. Standard pengukuran TIK merupakan suatu alat analisis statistik yang disebut indikator TIK. Indikator TIK memiliki kemampuan untuk menggambarkan secara objektif keadaan dan perkembangan kemampuan TIK suatu negara. Indikator TIK di setiap negara diharapkan merupakan indikator TIK yang *reliable* dan relevan untuk kebijakan, sehingga dapat digunakan untuk (1) memetakan, mengukur dan membandingkan kondisi TIK dengan negara lain; (2) mengevaluasi kinerja TIK; dan 3) merencanakan pengembangan TIK ke depan. Hal tersebut memberi pemahaman kepada para pengambil keputusan terutama mengenai kondisi TIK nasional, sehingga terbangun suatu kebijakan yang tepat sasaran.

Walaupun Indonesia telah memasuki era informasi modern dengan beroperasinya SKSD PALAPA I dan menganggap TIK memegang peranan sebagai teknologi kunci (*enabler technology*), namun data ITU (*International Telecommunication Union*) menunjukkan bahwa perkembangan TIK Indonesia tidak cukup signifikan dibandingkan dengan negara-negara

lain di ASEAN. Pada tahun 2007 Indonesia berada pada peringkat 108 dunia, jauh di bawah peringkat negara-negara ASEAN, seperti Vietnam yang berada pada peringkat 92, Philippines (91) , Thailand (63) atau bahkan Singapura yang berada pada peringkat 15 (Tabel 1.1.1).

Kedadaan tersebut cukup memprihatinkan mengingat TIK berperan dalam meningkatkan daya saing industri. Untuk mengembangkan peran TIK dalam dunia bisnis diperlukan dukungan pemerintah melalui suatu perencanaan yang baik dan tepat sasaran, di samping tetap melakukan evaluasi dari setiap kebijakan yang telah diimplementasi. Pengembangan kebijakan yang baik dan tepat sasaran membutuhkan data dan informasi yang akurat, terutama untuk mengetahui gambaran sejauh mana peran TIK dalam Industri. Untuk mengetahui gambaran penggunaan TIK di sektor bisnis secara akurat dan komprehensif, maka diperlukan suatu kegiatan survei di sektor bisnis.

**Tabel 1.1.1** **Rangking indeks perkembangan TIK Indonesia dibandingkan negara Asia lainnya**

Negara	Rank 2007
Korea	2
Japan	12
Singapore	15
Brunei Darussalam	41
Malaysia	52
Thailand	63
Philippines	91
VietNam	92
Indonesia	108
Lao P.D.R	117
Myanmar	119
Cambodia	121

Sumber: *The ICT Development Index 2009; International Telecommunication Union*

Kegiatan survei akses dan penggunaan TIK di sektor bisnis ini diharapkan dapat lebih memberikan gambaran riil tentang penggunaan TIK di sektor bisnis di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan tujuan kegiatan survei ini yaitu:

1. Terkumpulnya secara sistematis data penggunaan TIK di sektor bisnis.
2. terbangunnya analisa awal tentang implikasi data penggunaan TIK di sektor bisnis yang dapat digunakan untuk perencanaan dan evaluasi terhadap peranan TIK di Indonesia.

Sementara itu, sasaran dari kegiatan ini adalah tersusunnya data yang komprehensif dan mampu memberikan gambaran riil tentang penggunaan TIK di sektor bisnis.

## **1.2 Lingkup Kegiatan**

Lingkup kegiatan survei ini meliputi tiga kegiatan yang disesuaikan dengan standar operasional prosedur pelaksanaan, yaitu a) pengumpulan data terkini tentang penggunaan TIK di sektor bisnis yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden yang dipilih berdasarkan metode survei kluster sampel acak; (b) pengolahan data yang diawali dengan melakukan validasi data, entri dan olah data. Data yang sah (valid) kemudian dimasukkan ke dalam basis data (database); (c) analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan atau menggambarkan hasil olahan data berbentuk tabulasi dan grafik.

## **1.3 Metode Pengumpulan, Pengolahan dan Analisis Data**

### **1.3.1 Pengumpulan data**

#### **1.3.1.1 Metode**

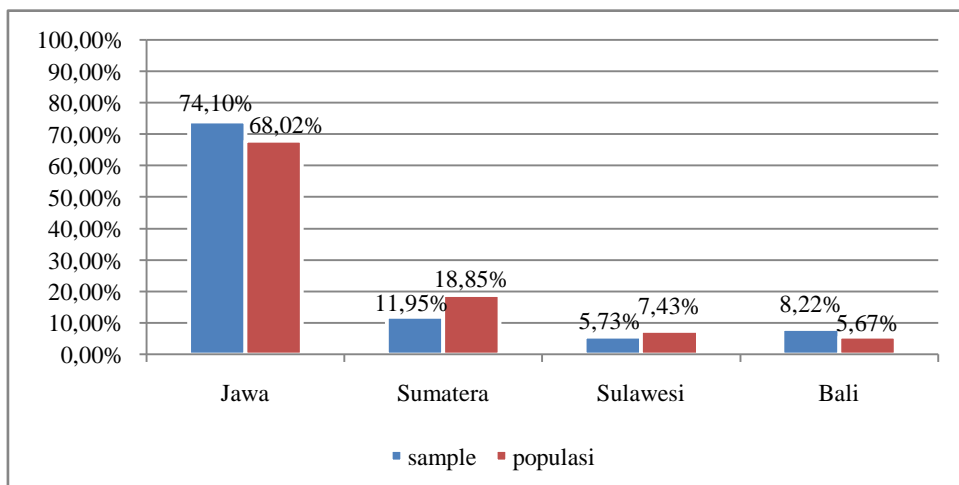
Survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan tentang penggunaan TIK di sektor bisnis. Pertanyaan dalam survei ini mengacu pada panduan *Core ICT Indicators 2010* yang diterbitkan oleh ITU yang meliputi: (1) penggunaan TIK oleh perusahaan yang termasuk dalam sampel; (2) tenaga kerja pengguna TIK; serta (3) pemanfaatan TIK. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh petugas survei pada masing-masing wilayah survei dengan mengunjungi serta melakukan wawancara pada masing-masing perusahaan yang menjadi responden.

#### **1.3.1.2 Rancangan Sampel**

Rancangan sampel dibangun secara bertahap, dimulai dengan menetapkan tujuan survei. Untuk memperoleh data dan informasi penggunaan TIK di sektor bisnis Indonesia. Berdasarkan tujuan survei tersebut, maka ditetapkan populasi survei yakni usaha sektor bisnis di seluruh Indonesia. Populasi dari survei ini adalah seluruh pebisnis atau pengusaha yang terdaftar di “*Yellow Pages*” sebagai direktori sektor bisnis terlengkap di Indonesia yang memuat 470.000 data perusahaan, terbagi dalam 3.000 kategori usaha. Berdasarkan direktori tersebut diputuskan untuk menggunakan metode kluster sampel acak sebagai metode penarikan contoh pada survei ini. Delapan kota besar yang merupakan lokasi dari perusahaan ditetapkan sebagai kluster, yaitu Bali, Bandung, Batam, Jakarta, Makasar, Medan, Semarang, dan Surabaya. Sampel di setiap kota akan merepresentasikan proporsi usaha bisnis di kota tersebut, sehingga hasil survei ini bisa memberikan gambaran menyeluruh mengenai penggunaan

TIK sektor bisnis di seluruh Indonesia. Metode sampling ini didasarkan atas penelusuran terhadap data sensus ekonomi yang dilakukan BPS pada tahun 2006. Berdasarkan hasil pendaftaran (*listing*) perusahaan/usaha sensus ekonomi 2006, sebaran usaha di Indonesia terkonsentrasi pada Kawasan Barat Indonesia (83%), dengan 63.83% dari seluruh usaha di Indonesia berlokasi di Pulau Jawa, sedangkan Kawasan Timur Indonesia hanya sebanyak 16%, dan terkonsentrasi pada Pulau Sulawesi (6.98%). Selain itu, sebelumnya dilakukan penyaringan (*screening*) terhadap perusahaan yang akan dijadikan sebagai responden, yaitu perusahaan harus memiliki badan usaha resmi dan terdaftar di Indonesia (berbentuk PT, CV atau UD).

Gambar 1.3.1 memperlihatkan perbandingan distribusi sampel perusahaan dengan distribusi populasi perusahaan di 4 pulau besar Indonesia. Dari gambar tersebut terlihat bahwa secara umum distribusi sampling pada survei ini cukup merepresentasikan distribusi perusahaan secara nasional. Sehingga, gambaran hasil survei cukup relevan untuk menggambarkan kondisi di Indonesia.



**Gambar 1.3.1 Perbandingan distribusi perusahaan pada sampel dan pada populasi pada 4 pulau besar Indonesia**



### 1.3.1.3 Ukuran Sampel dan Daerah Survei

Survei ini menjangring 800 perusahaan yang secara proporsional dipilah berdasarkan kota yang akan disurvei (Tabel 1.3.1).

**Tabel 1.3.1 Jumlah perusahaan yang dijaring dalam survei**

No	Kota	Jumlah Perusahaan di Yellow Pages*	%	Sampel Buffer	Total Target
1	Bali	13302	8,79%	264	66
2	Bandung	16538	10,93%	304	76
3	Batam	4897	3,24%	124	31
4	Jakarta	48188	32,50%	1192	298
5	Makassar	10195	6,74%	180	45
6	Medan	14737	9,74%	268	67
7	Semarang	14320	9,46%	268	67
8	Surabaya	28152	18,70%	600	150
Grand Total		151329	100,00%	3200	800

\*Jumlah perusahaan setelah melalui proses *screening* yang memiliki badan usaha resmi

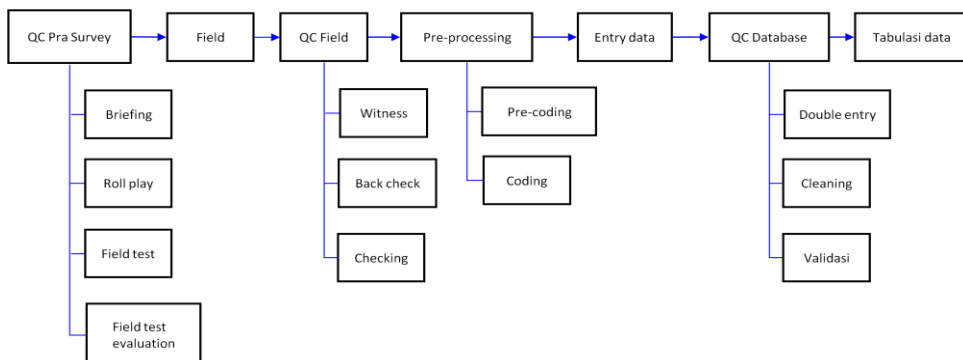
Sumber: data Yellow Pages diolah

### 1.3.1.4 Proses Pengendalian Mutu dan Pengolahan Data

Survei ini menggunakan suatu proses pengendalian mutu guna menghasilkan data yang tidak bias. Kegiatan tersebut dilakukan untuk memperkecil kesalahan yang terjadi pada proses survei atau yang biasa disebut sebagai *non-sampling error*. Proses pengendalian mutu data terdiri dari empat tahap, yaitu proses pengendalian mutu saat prasurei, proses pengendalian mutu saat survei sedang berjalan di lapangan, proses pengendalian data sebelum pengolahan data (*pre-processing*) serta proses pengendalian mutu setelah data di entry.

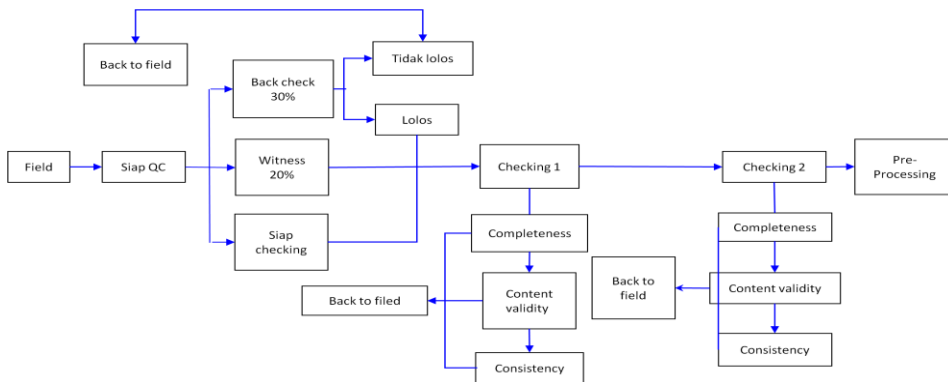
Gambar 1.3.1 menjelaskan proses pengendalian mutu pada seluruh tahapan kegiatan survei. Pada kegiatan prasurei dilakukan pelatihan

terhadap tenaga lapang (*surveior*) yang ditujukan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan yang cukup mengenai tujuan survei, istilah-istilah yang digunakan dalam survei, pemahaman terhadap masing-masing pertanyaan dalam kuesioner, serta logika dan konsistensi dari alur kuesioner. Selain itu, dilakukan pula uji *pretest* kuesioner (*field test*). Selanjutnya, saat kegiatan lapang sedang berlangsung dilakukan proses pengendalian mutu data yaitu *witness*, *back check* dan *checking*. Gambar 1.3.1 menjelaskan alur proses pengendalian mutu data saat kegiatan lapangan. Setelah kegiatan pengumpulan data di lapangan selesai dilakukan, tahapan kegiatan dilanjutkan ke *pre-processing data*. Pada tahap ini dilakukan *pre-coding* dan *coding* untuk masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Setelah itu, dilakukan proses entri data yang disimpan dalam *database* tertentu. Setelah data semua dientri, dilakukan proses pengendalian mutu data di *database* melalui pengecekan terhadap adanya *double entry*, proses pembersihan data, serta uji konsistensi data. Setelah data dinyatakan bersih terhadap error tersebut, kemudian dilakukan tahap pengolahan data. Sementara itu, Gambar 1.3.2 merupakan diagram alur proses pengendalian mutu data saat kegiatan lapangan sedang berjalan.



**Gambar 1.3.2 Proses pengendalian mutu dalam keseluruhan kegiatan survei**

Sumber: Adopsi dari Scheaffer, R. L; Mendenhall III, W, et al. (2012)



**Gambar 1.3.3 Diagram alur proses pengendalian mutu data pada saat kegiatan lapangan sedang berjalan**

Sumber: Adopsi dari Scheaffer, R. L; Mendenhall III, W, et al. (2012)

Setelah melalui berbagai proses pengendalian mutu data, diperoleh 803 data yang dinyatakan valid untuk dilakukan proses pengolahan data. Tabel 1.3.2 memperlihatkan data valid berdasarkan kota/lokasi perusahaan.

**Tabel 1.3.2 Data valid berdasarkan kota**

Kota	Jumlah Perusahaan
Bandung	67
Batam	31
Denpasar	66
Jakarta	311
Makassar	46
Medan	65
Semarang	68
Surabaya	149
<b>TOTAL</b>	<b>803</b>

### 1.3.1.5 Analisis Data

Guna menjawab tujuan kegiatan survei ini yaitu mengidentifikasi kondisi penggunaan TIK di sektor bisnis, maka data dianalisis melalui metode statistika deskriptif untuk melihat kondisi penggunaan TIK di sektor bisnis.

## 1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan buku laporan hasil survei penggunaan TIK sektor bisnis ini mencakup empat bab. Buku laporan diawali dengan Bab I sebagai bab pendahuluan, yang berisi latar belakang, lingkup kegiatan, metode pengumpulan, pengolahan dan analisis data. Selanjutnya Bab II menguraikan tentang karakteristik perusahaan yang menjadi responden dalam survei ini meliputi lokasi, bidang usaha, status kepemilikan modal, dan skala usaha. Bab III berisi penggunaan TIK di sektor bisnis yang terbagi atas penggunaan komputer, tenaga kerja pengguna komputer, penggunaan internet, tenaga kerja pengguna internet, koneksi internet, penggunaan *web*, pemanfaatan internet untuk pemesanan barang atau jasa, pemanfaatan internet untuk penawaran barang atau jasa, penggunaan *Local Area Network* (LAN), penggunaan intranet, penggunaan ekstranet, dan aktifitas penggunaan internet yang kemudian dirinci kembali berdasarkan lokasi, bidang usaha, status kepemilikan modal, dan skala usaha (jumlah tenaga kerja dan omset). Bab IV adalah bab penutup yang menguraikan tentang kesimpulan mengenai keseluruhan gambaran tentang penggunaan TIK di sektor bisnis.

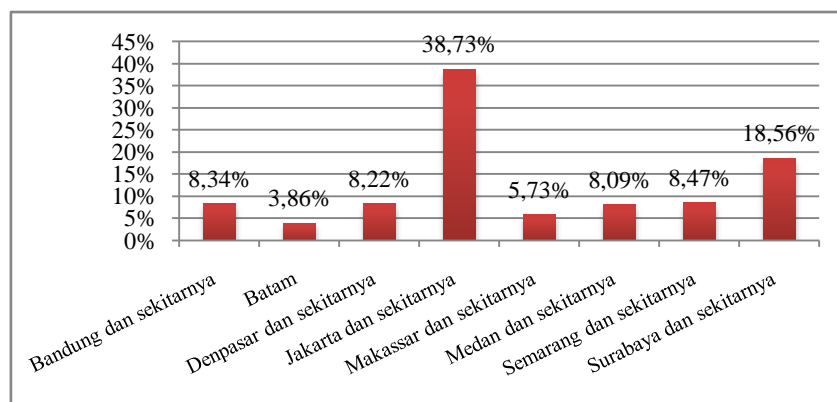
# II

## PROFIL RESPONDEN

Untuk mengetahui gambaran perusahaan yang terjaring dalam survei ini, bab ini menguraikan karakteristik perusahaan berdasarkan (1) lokasi perusahaan; (2) bidang usaha; (3) status kepemilikan modal; serta (3) skala usaha.

### 2.1 Lokasi Perusahaan

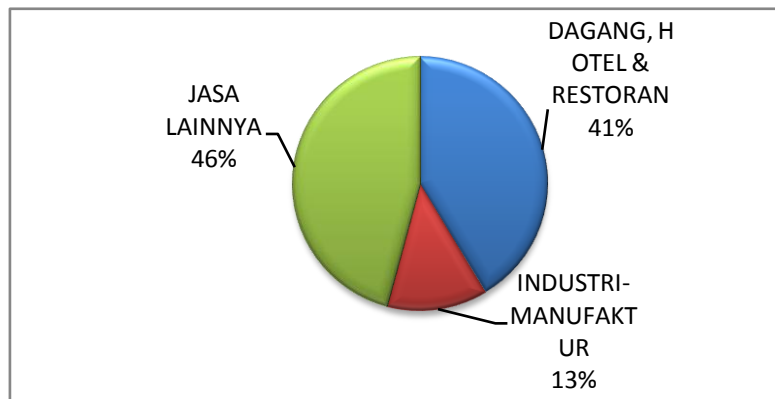
Seperti telah diuraikan pada bab sebelumnya bahwa survei ini menggunakan metode kluster sampel acak dengan mengelompokkan delapan kota besar di Indonesia. Kota tersebut adalah DKI Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Batam, Makassar dan Denpasar. Distribusi perusahaan menurut lokasi terlihat pada gambar 2.1.1. Sebagian besar perusahaan berlokasi di DKI Jakarta (38,73%), kemudian menyusul Surabaya (19%). Perusahaan yang berlokasi di Batam adalah yang paling sedikit masuk dalam sampel survei ini.



Gambar 2.1.1 Persentase perusahaan berdasarkan lokasi

## 2.2 Bidang Usaha

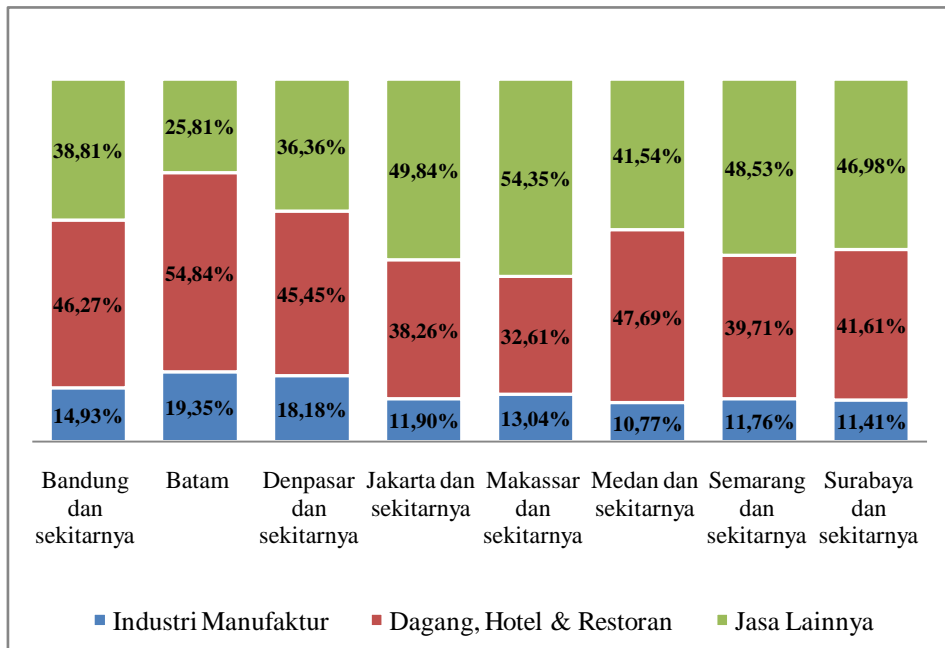
Pada survei ini, bidang usaha bisnis dikategorikan menjadi dua kategori besar yaitu bidang industri manufaktur dan bidang jasa. Kemudian, bidang jasa dibagi menjadi dua yaitu jasa perdagangan, hotel dan restoran, serta jasa lainnya. Berdasarkan kategori tersebut, Gambar 2.2.1 memperlihatkan proporsi perusahaan yang menjadi responden menurut bidang usaha. Gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan bergerak di bidang jasa yaitu sebesar 87% dari total perusahaan yang disurvei. Perusahaan jasa tersebut terdiri dari perusahaan jasa perdagangan, perhotelan dan restoran (41%) dan perusahaan jasa lainnya (46%). Sementara itu, sisanya sebesar 13% merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur.



**Gambar 2.2.1** Persentase perusahaan berdasarkan bidang usaha

Selanjutnya, Gambar 2.2.2 memperlihatkan persentase perusahaan sample berdasarkan bidang usaha dan lokasi perusahaan. Gambar tersebut menunjukkan bahwa terdapat empat kota besar yang perusahaannya didominasi oleh bidang perdagangan, perhotelan, restoran serta jasa lainnya, yaitu Bandung, Batam, Denpasar, dan Medan. Bahkan, lebih dari separuh perusahaan yang ada di Batam (54,84%) merupakan perusahaan perdagangan, perhotelan dan restoran. Sementara itu, perusahaan di empat kota lainnya yaitu Jakarta, Makasar, Semarang, dan Surabaya didominasi

oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa lainnya. Gambar 2.2.2 juga menunjukkan bahwa lebih dari separuh perusahaan yang ada di kota Makassar (54,35%) merupakan perusahaan jasa lainnya. Selain itu, persentase perusahaan industri manufaktur di seluruh kota menunjukkan angka yang paling rendah dibandingkan dengan kedua bidang usaha lainnya yaitu kurang dari 20%.

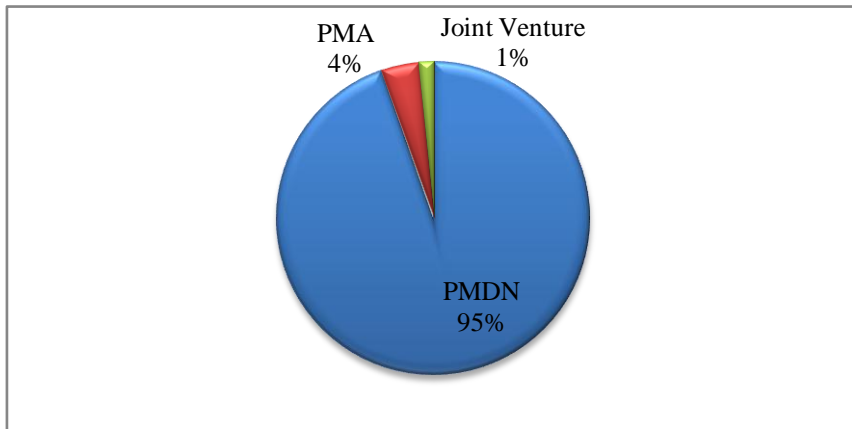


**Gambar 2.2.2** Persentase perusahaan berdasarkan lokasi dan bidang usaha

### 2.3 Status Kepemilikan Modal

Berdasarkan status kepemilikan modalnya, survei ini mengkategorikan perusahaan menjadi tiga jenis, yaitu perusahaan dengan status penanaman modal dalam negeri (PMDN), penanaman modal asing (PMA) dan perusahaan-perusahaan patungan antara modal dalam negeri dan modal asing (*Joint venture*). Berdasarkan kategori tersebut, Gambar 2.3.1 menunjukkan bahwa 95% perusahaan yang menjadi responden merupakan perusahaan PMDN. Sementara itu, Gambar 2.3.1 juga menunjukkan bahwa sebesar 4%

dari perusahaan yang menjadi responden merupakan PMA dan dengan persentase sebesar 1 % merupakan perusahaan *Joint Venture*.

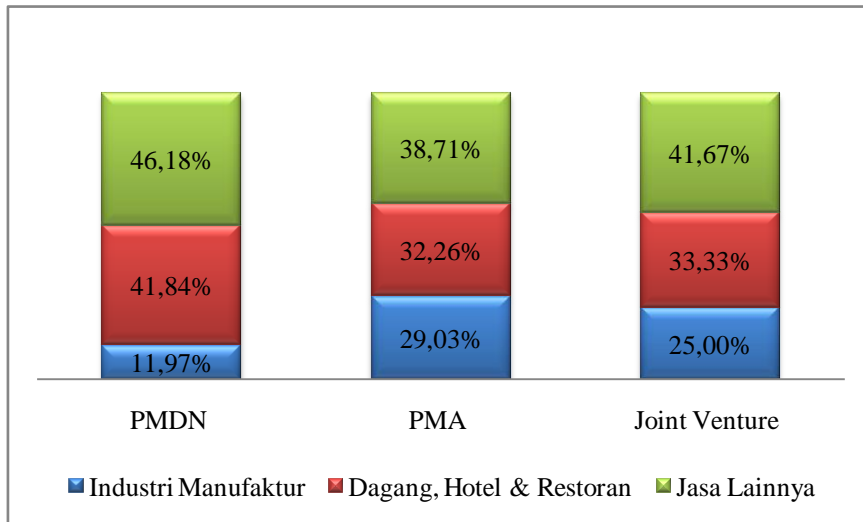


**Gambar 2.3.1 Persentase perusahaan berdasarkan status kepemilikan modal**

Selanjutnya, Gambar 2.3.2 memperlihatkan komposisi perusahaan yang menjadi sample berdasarkan status kepemilikan modal dan bidang usahanya. Gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan di semua tipe status kepemilikan bergerak di bidang jasa lainnya. Sementara itu, persentase perusahaan di bidang industri manufaktur paling rendah di ketiga jenis status kepemilikan. Meskipun demikian, Gambar 2.3.2 menunjukkan hal yang menarik yaitu adanya perbedaan proporsi bidang usaha di ketiga jenis status kepemilikan. Pada perusahaan PMDN terlihat perbedaan yang mencolok pada proporsi antara bidang jasa dan industri manufaktur. Perusahaan PMDN yang bergerak pada bidang industri manufaktur hanya sebesar 11,97%, sedangkan sisanya bergerak pada bidang jasa yaitu 46,18% bidang jasa lainnya dan 41,84% bidang perdagangan, hotel, dan restoran. Kondisi ini berbeda dengan perusahaan PMA yang terdiri dari tiga bidang usaha dengan proporsi yang hampir sama. Perusahaan PMA yang menjadi responden terdiri dari 38,71% perusahaan bidang jasa lainnya, 32,26% perusahaan dagang, hotel dan restoran, serta 29,03% perusahaan bidang industri manufaktur. Sementara itu, perusahaan *joint venture* terdiri



dari 41,67% perusahaan bidang jasa lainnya, 33,33% perusahaan dagang, hotel dan restoran, serta 25,00% perusahaan bidang industri manufaktur.



**Gambar 2.3.2 Perusahaan berdasarkan status kepemilikan modal dan bidang usaha**

## 2.4 Skala Usaha

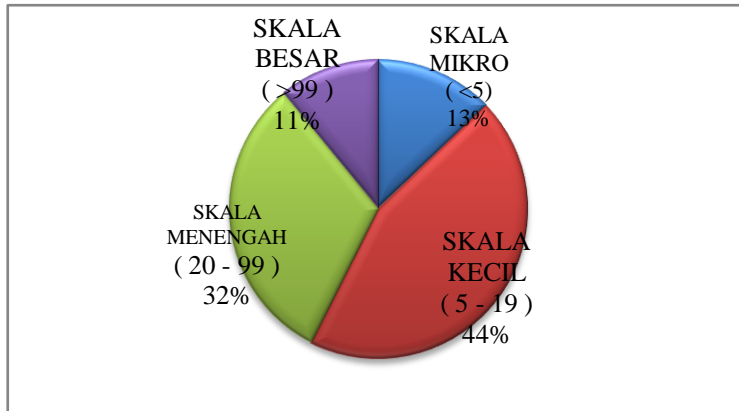
Guna memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penggunaan TIK di sektor bisnis, dilakukan analisa berdasarkan skala usaha perusahaan. Pada survei ini, skala usaha perusahaan dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan omset perusahaan.

### 2.4.1 Skala Usaha: Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Badan Pusat Statistik (BPS) mengategorikan skala usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan skala usaha besar adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih. Perusahaan dengan skala usaha menengah adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang. Perusahaan dengan kategori kecil adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja antara 5 hingga 19

orang. Sementara itu, perusahaan dengan kategori mikro adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang.

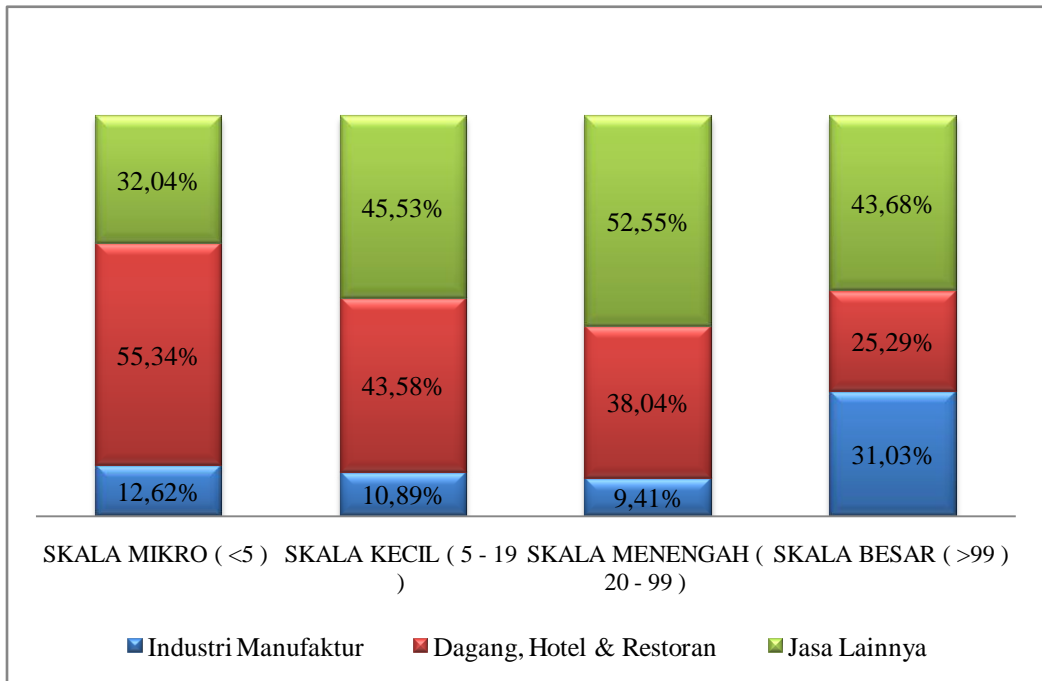
Gambar 2.4.1 yang memperlihatkan persentase perusahaan yang disurvei berdasarkan jumlah tenaga kerja menunjukkan bahwa perusahaan didominasi oleh perusahaan berskala kecil (44%).



**Gambar 2.4.1 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

Selanjutnya, Gambar 2.4.2 memperlihatkan persentase perusahaan berdasarkan skala usaha dan bidang usaha. Gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan skala mikro bergerak pada bidang usaha jasa perdagangan, perhotelan dan restoran (55,34%), menyusul bidang jasa lainnya dan industri manufaktur. Sementara itu, perusahaan skala kecil dan skala menengah memiliki komposisi yang hampir sama yaitu didominasi oleh perusahaan pada bidang jasa lainnya, kemudian disusul oleh bidang usaha perdagangan, hotel, dan restoran serta industri manufaktur. Berbeda dengan jenis perusahaan yang lain, perusahaan skala besar memiliki komposisi yang agak berbeda yaitu bidang industri manufaktur menduduki posisi kedua dalam jumlah perusahaan dengan nilai persentase yang tinggi yaitu 31,03% (paling tinggi dibandingkan dengan perusahaan berskala mikro, kecil, dan menengah). Perusahaan berskala besar didominasi oleh

perusahaan yang bergerak pada bidang usaha jasa lainnya (43,68%). Sementara itu, perusahaan besar yang bergerak pada bidang hanya sebesar 25,29%.



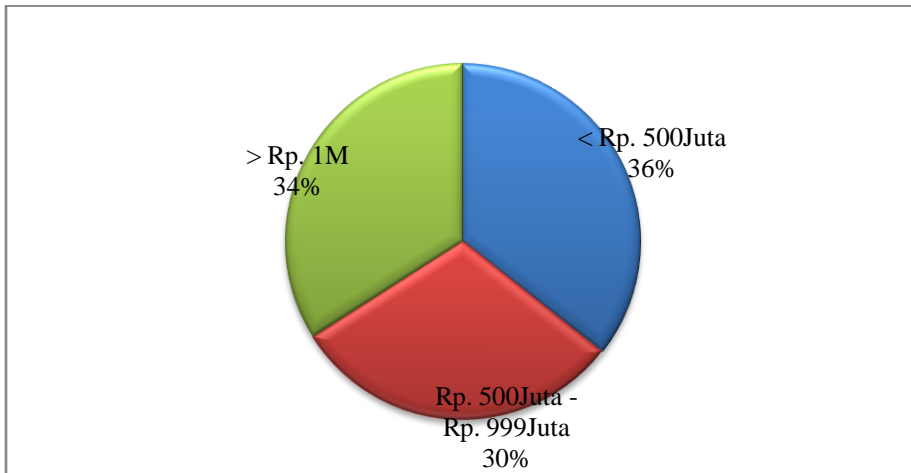
**Gambar 2.4.2 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja) dan bidang usaha**

#### 2.4.2 Skala Usaha: Berdasarkan Omset Perusahaan

Survei ini membagi omset perusahaan dalam tiga kategori. Kategori pertama adalah perusahaan dengan omset kurang dari Rp. 500 juta. Kategori kedua adalah perusahaan dengan omset antara Rp. 500 juta- Rp. 999 juta. Kategori ketiga adalah perusahaan dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar.

Hasil survei yang diperlihatkan Gambar 2.4.3 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh perusahaan yang memiliki omset kurang dari Rp.

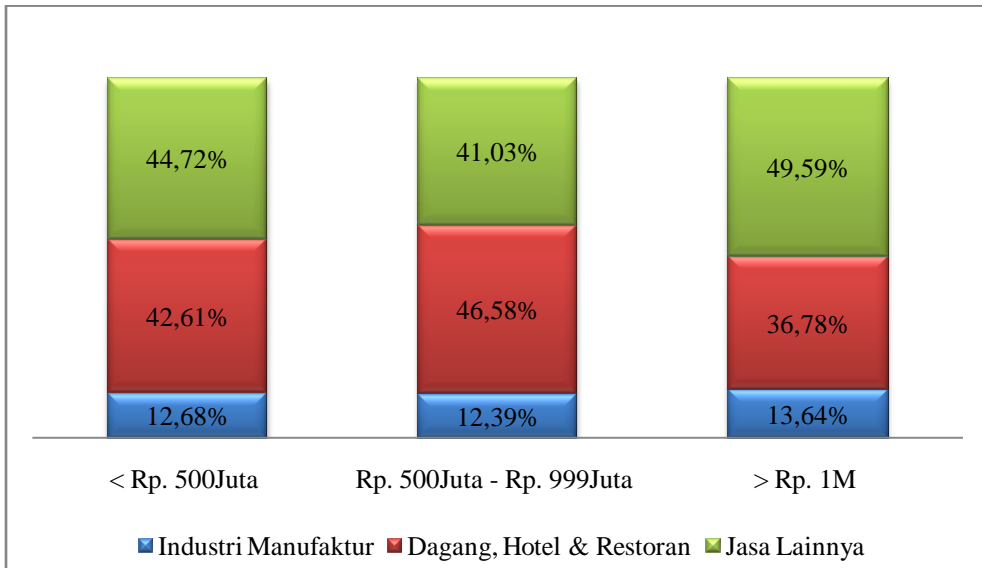
500 juta (36%). Kemudian, disusul oleh perusahaan dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar (34%) dan sisanya adalah perusahaan dengan omset Rp. 500 juta – Rp. 999 juta (30%).



**Gambar 2.4.3 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (Omset)**

Selanjutnya, Gambar 2.4.4 memperlihatkan komposisi responden berdasarkan omset dan bidang usaha. Gambar tersebut menunjukkan bahwa proporsi bidang usaha perusahaan di ketiga kategori omset hampir sama. Sebagian besar perusahaan di ketiga kategori omset merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Namun demikian, perusahaan dengan omset di atas Rp. 1 miliar didominasi oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa lainnya dengan persentase sebesar 49,59% lalu diikuti oleh perusahaan jasa perdagangan, perhotelan dan restoran dengan persentase sebesar 36,78%. Sementara itu, sebagian besar perusahaan dengan omset antara Rp. 500 juta hingga Rp. 999 juta merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perdagangan, perhotelan dan restoran dengan persentase sebesar 46,58% lalu diikuti oleh perusahaan jasa lainnya dengan persentase sebesar 41,03%. Untuk perusahaan dengan nilai omset di bawah 500 juta didominasi oleh

perusahaan jasa lainnya dengan persentase sebesar 44,72% lalu diikuti oleh perusahaan perdagangan, perhotelan dan restoran sebesar 42,61%.



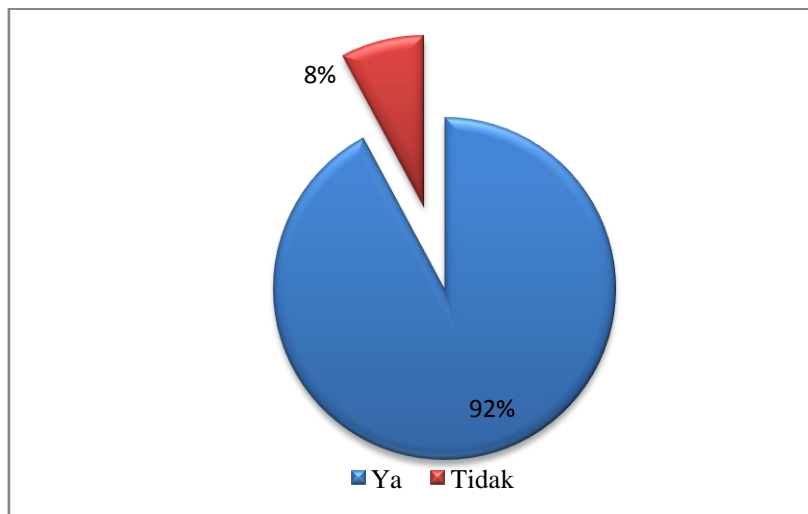
**Gambar 2.4.4 Persentase perusahaan berdasarkan skala usaha (Omset) dan bidang usaha**



## PENGUNAAN TIK SEKTOR BISNIS

### 3.1 Penggunaan komputer

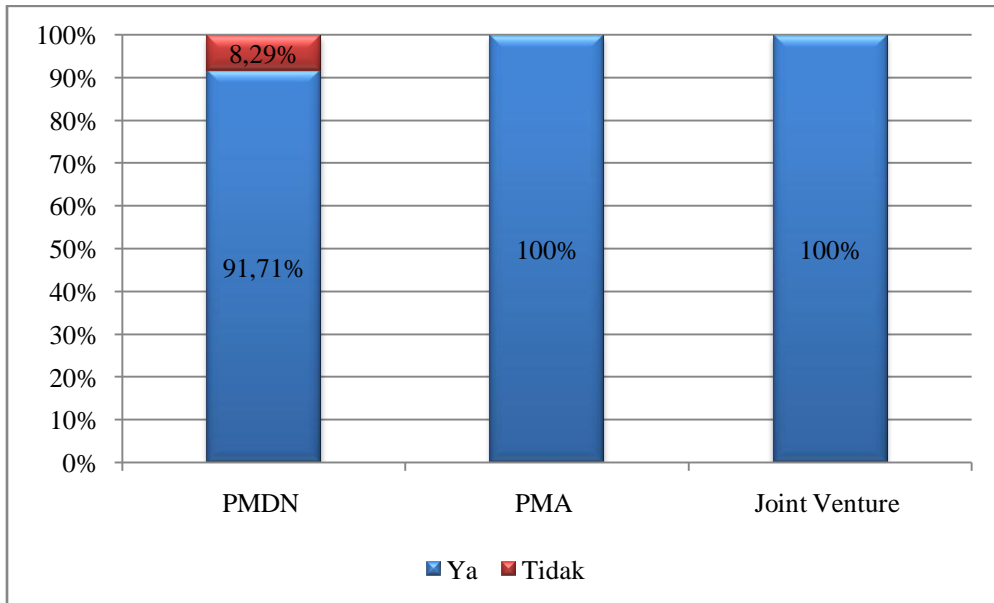
Komputer telah menjadi kebutuhan untuk menunjang kelancaran dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis. Bagi sekelompok perusahaan, komputer hanya digunakan sebagai alat untuk menulis dokumen. Akan tetapi bagi sebagian perusahaan lainnya komputer digunakan untuk mengelola setiap aspek operasi perusahaan. Hasil survei menunjukkan tingginya penggunaan komputer pada sektor bisnis di Indonesia sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya jumlah perusahaan yang telah menggunakan komputer mencapai persentase sebesar 92% (Gambar 3.1.1).



**Gambar 3.1.1** Persentase perusahaan pengguna komputer

Jika diteliti lebih dalam, terlihat bahwa tingkat penggunaan komputer di sektor bisnis tersebut di atas berbeda menurut status kepemilikan modal yang

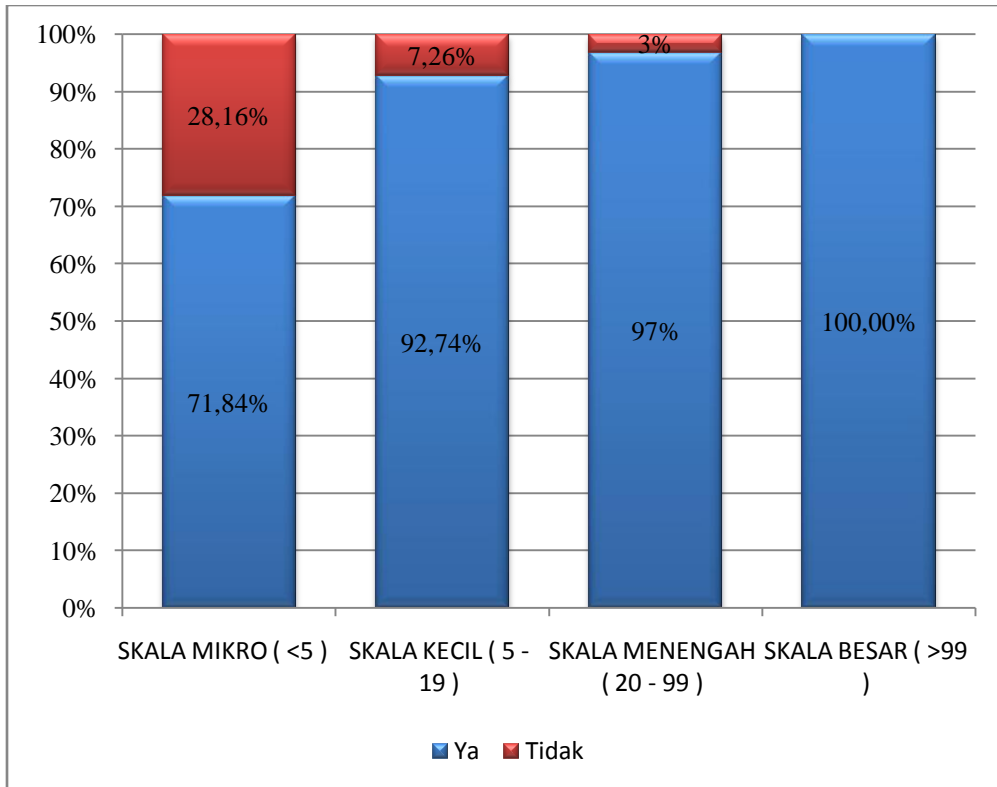
dimilikinya. Gambar 3.1.2. memperlihatkan bahwa semua perusahaan (100% perusahaan) pada kelompok usaha PMA dan *joint venture* telah menggunakan komputer pada perusahaannya. Sedangkan pada kelompok PMDN perusahaan yang telah menggunakan komputer jumlahnya lebih kecil, yaitu sebesar 91,17% perusahaan.



**Gambar 3.1.2 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan status kepemilikan modal**

Tingkat penggunaan komputer juga dipengaruhi oleh besarnya skala usaha. Semakin besar skala usahanya (baik berdasarkan jumlah tenaga kerja maupun omset) semakin besar pula tingkat penggunaan komputernya. Gambar 3.1.3 memperlihatkan penggunaan komputer berdasarkan perusahaan skala usaha yang diukur melalui jumlah tenaga kerja. Gambar tersebut menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha yang ditunjukkan oleh semakin banyaknya tenaga kerja, semakin besar pula proporsi perusahaan yang menggunakan komputer. Perusahaan berskala mikro yang telah menggunakan komputer sebanyak 71,84%. Sementara itu, persentase

perusahaan berskala kecil dan menengah yang telah menggunakan komputer nilainya lebih besar, yaitu masing-masing sebesar 92,74% dan 97%. Sedangkan seluruh perusahaan skala besar telah menggunakan komputer.

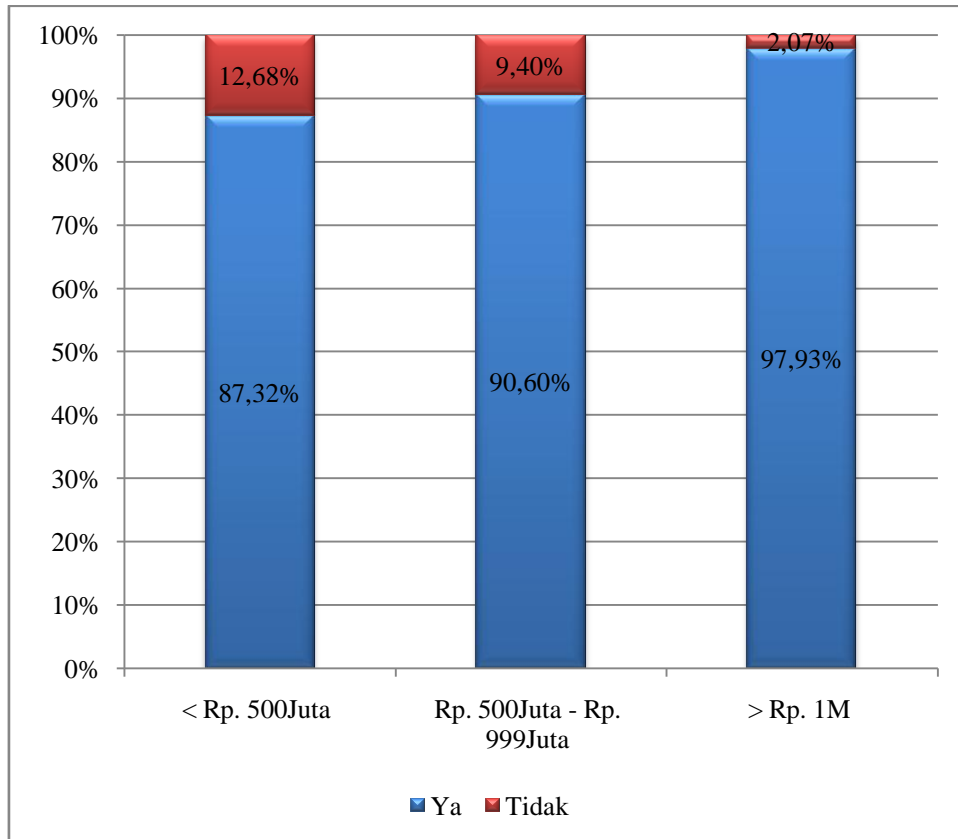


**Gambar 3.1.3 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

Tingkat penggunaan komputer juga dipengaruhi oleh skala usaha yang diukur melalui omset perusahaan. Semakin besar omset perusahaan semakin tinggi pula proporsi perusahaan yang menggunakan komputer. Gambar 3.1.4 menunjukkan persentase pengguna komputer pada kelompok perusahaan dengan omset di bawah Rp. 500 juta adalah sebesar 87,32%. Adapun pada kelompok perusahaan dengan omset Rp. 500 juta – Rp. 999 juta persentase



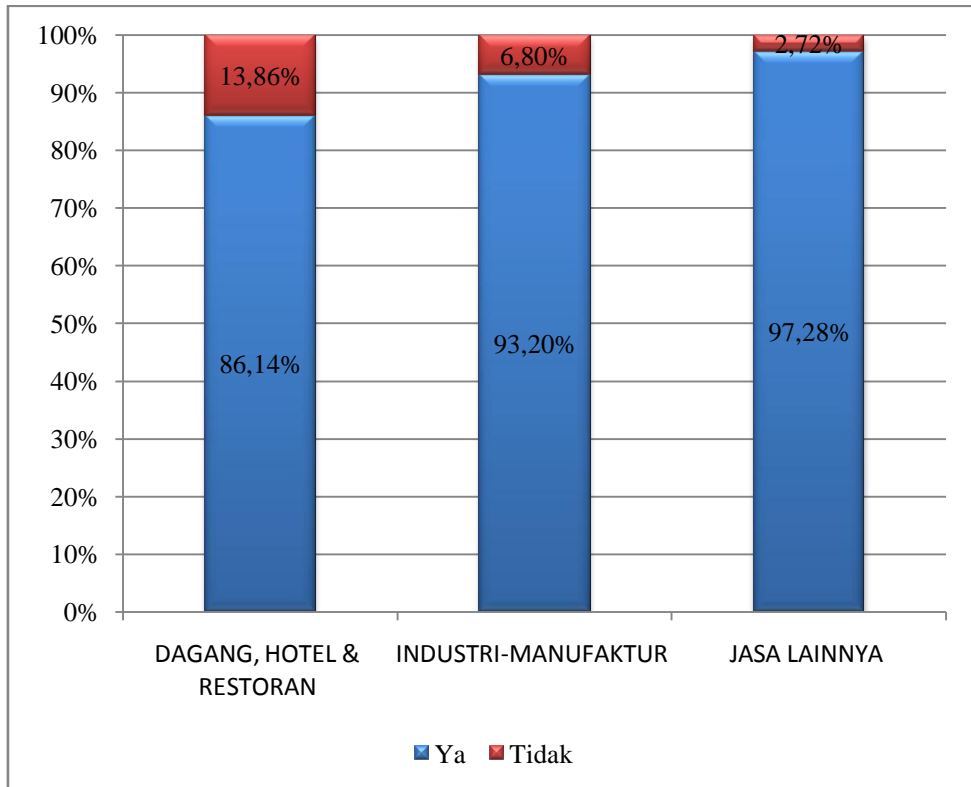
pengguna komputer mencapai 90,60% dan pada kelompok perusahaan dengan omset Rp. 1 milyar ke atas mencapai persentase 97,93% perusahaan.



**Gambar 3.1.4 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan skala usaha (omset)**

Hasil survei juga menunjukkan penggunaan komputer berbeda-beda menurut bidang usaha dan lokasi perusahaan. Gambar 3.1.5 menunjukkan bahwa perusahaan pengguna komputer pada bidang usaha perdagangan, perhotelan dan restoran memiliki persentase terkecil dibandingkan dengan bidang usaha lainnya, akan tetapi persentasenya telah mencapai 86,14%. Sedangkan pada kelompok perusahaan industri manufaktur dan jasa lainnya

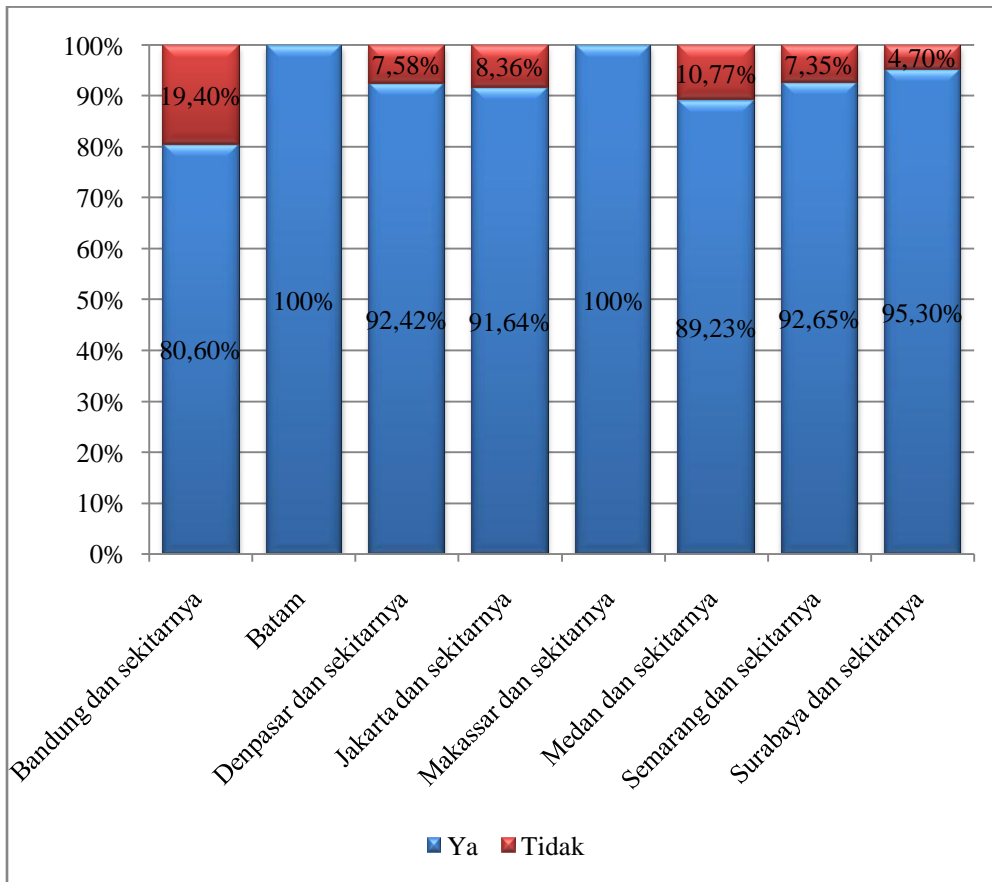
persentase perusahaan pengguna komputer masing-masing mencapai 93,20% dan 97,28%.



**Gambar 3.1.5 Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan bidang usaha**

Tingkat penggunaan komputer berbeda menurut lokasi. Gambar 3.1.6 menunjukkan bahwa semua perusahaan di dua lokasi telah menggunakan komputer. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase penggunaan komputer di dua lokasi tersebut yang sudah 100%. Kedua lokasi tersebut adalah Batam serta Makassar dan sekitarnya. Selanjutnya penggunaan komputer di Surabaya memiliki persentase sebesar 95,30%. Adapun tingkat penggunaan komputer yang paling rendah terdapat di Bandung serta Medan dan sekitarnya. Meskipun demikian, jumlah perusahaan yang telah menggunakan

komputer di kedua lokasi ini masing-masing telah mencapai 80,6% dan 89,25% perusahaan.

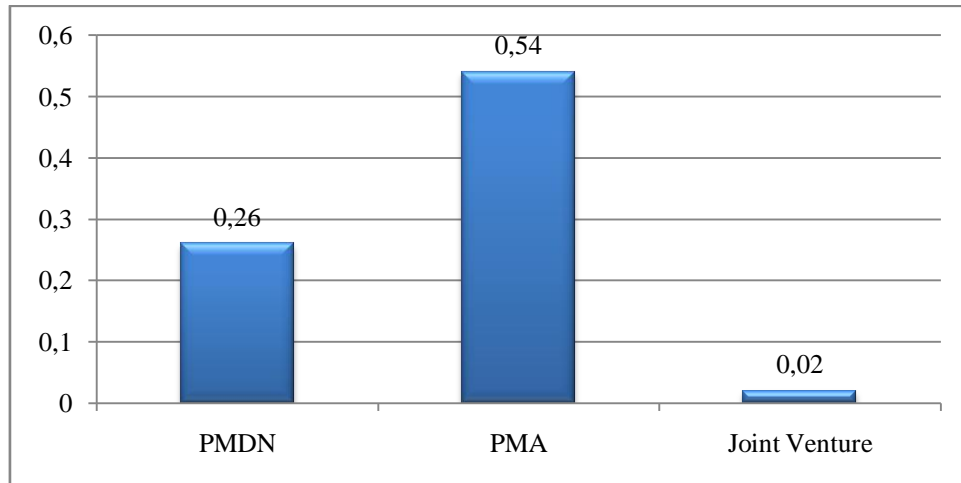


**Gambar 3.1.6** Persentase perusahaan pengguna komputer berdasarkan lokasi

### 3.2 Tenaga Kerja Pengguna Komputer

Hasil survei menunjukkan bahwa rata-rata rasio tenaga kerja perusahaan yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas pekerjaannya mencapai angka 0,19. Jika diteliti lebih dalam, rasio tersebut berbeda menurut status kepemilikan modal. Pada Gambar 3.2.1 menunjukkan bahwa kelompok perusahaan PMDN memiliki rasio 0,26.

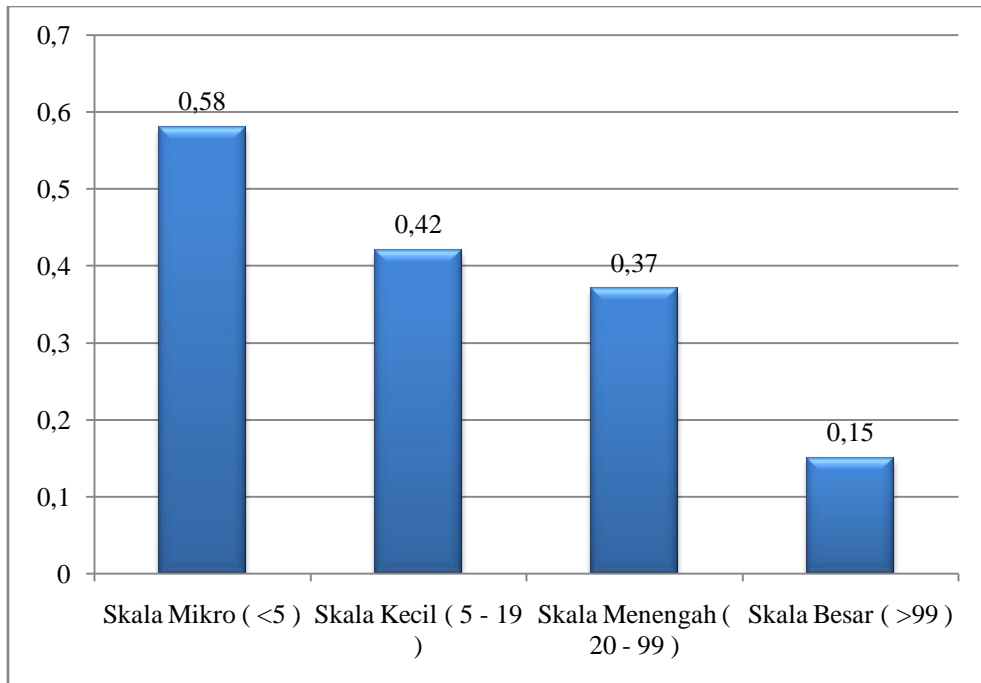
Adapun pada kelompok perusahaan PMA dan *Joint Venture* rasionya masing-masing sebesar 0,54 dan 0,02.



**Gambar 3.2.1 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan status kepemilikan modal**

Rasio tenaga kerja pengguna komputer juga menunjukkan perbedaan berdasarkan besarnya skala usaha baik yang diukur dari tenaga kerja maupun omset. Semakin besar jumlah tenaganya semakin kecil rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas bisnis perusahaan. Gambar 3.2.2 menunjukkan besarnya rasio tenaga kerja pengguna komputer untuk perusahaan skala mikro mencapai angka 0,58. Adapun, rasio kelompok perusahaan skala kecil adalah sebesar 0,42. Dengan tenaga kerja antara lima sampai dua puluh orang, berarti minimal dua orang tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas perusahaan. Pada kelompok perusahaan skala menengah rasionya adalah sebesar 0,37 atau dalam setiap perusahaan skala menengah (dengan total tenaga kerja antara 20-99 orang) rata-rata minimal memiliki tujuh orang tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer. Pada kelompok

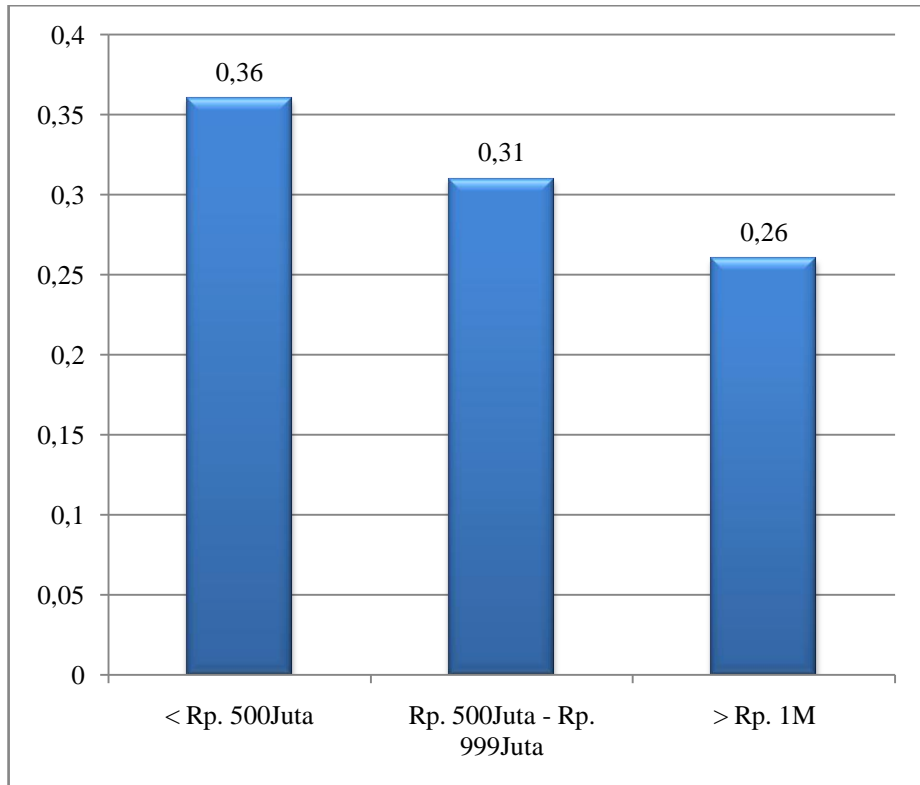
perusahaan skala besar dengan tenaga kerja 100 orang atau lebih, memiliki rasio tenaga kerja pengguna komputer sebesar 0,15 atau rata-rata minimal terdapat 15 orang tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas perusahaan.



**Gambar 3.2.2 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

Jika dilihat berdasarkan omset perusahaan, rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer menunjukkan proporsi yang berbeda. Gambar 3.2.3 menunjukkan bahwa semakin besar omset perusahaan, rasio tenaga kerja pengguna komputer terhadap total tenaga semakin kecil nilainya. Perusahaan dengan omset di bawah Rp. 500 juta memiliki rasio sebesar 0,36. Sedangkan rasio kelompok perusahaan dengan omset Rp. 500 juta – Rp.999 juta dan Rp. 1 milyar ke atas masing-masing sebesar 0,31 dan 0,26. Berbanding terbalikny hubungan antara skala usaha dan rasio tenaga

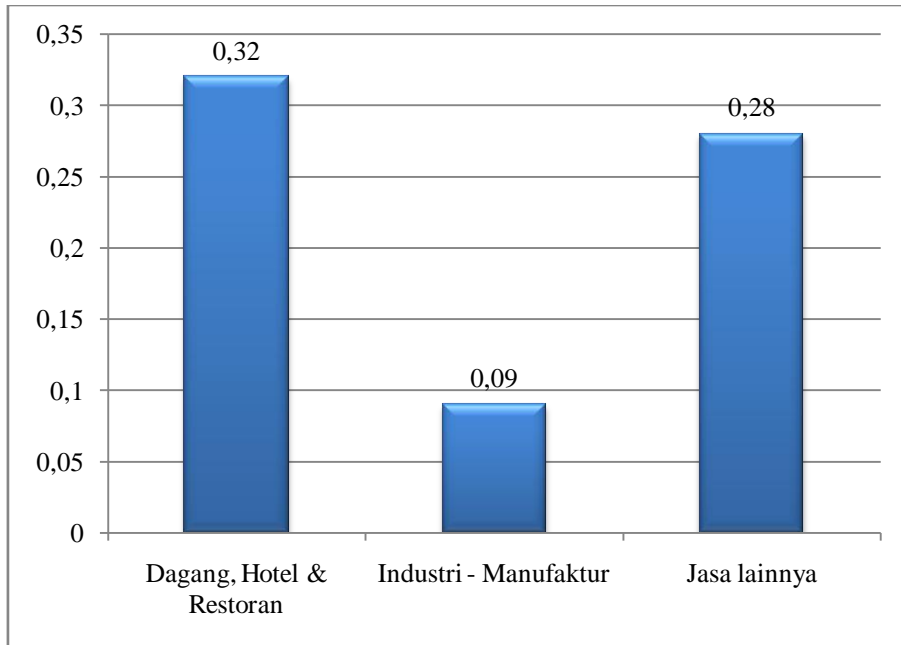
kerja pengguna komputer ini mengindikasikan masih rendahnya jumlah tenaga kerja di sektor bisnis yang secara rutin menggunakan komputer.



**Gambar 3.2.3 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan skala usaha (omset)**

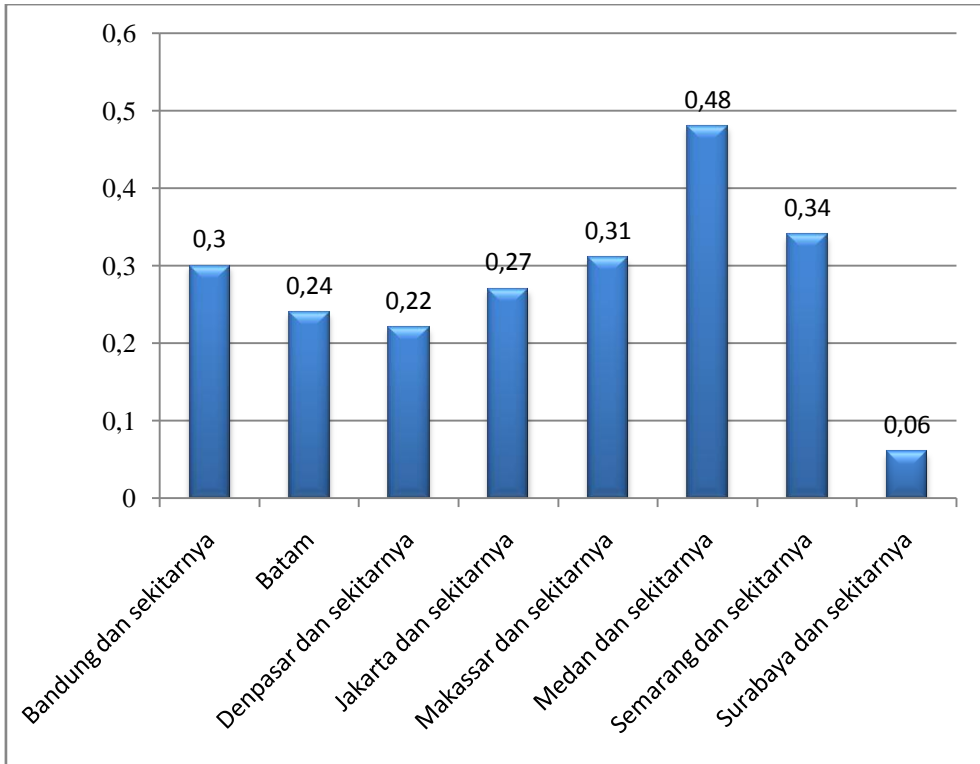
Hasil survei juga menunjukkan besarnya rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam melakukan aktivitas perusahaan terhadap total tenaga kerja berbeda menurut bidang usaha dan lokasi. Gambar 3.2.4 menunjukkan bahwa kelompok perusahaan industri manufaktur memiliki rasio paling kecil diantara bidang usaha lainnya yaitu 0,09.

Adapun pada kelompok perusahaan dengan bidang usaha jasa perdagangan, perhotelan dan restoran serta perusahaan jasa lainnya mempunyai rasio masing-masing sebesar 0,32 dan 0,28.



**Gambar 3.2.4 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan bidang usaha**

Rasio tenaga kerja yang secara rutin menggunakan komputer dalam pekerjaannya berbeda-beda untuk setiap lokasi. Rasio terbesar terdapat di Kota Medan dan sekitarnya, yaitu sebesar 0,48 diikuti Semarang dan sekitarnya, serta Makassar dan sekitarnya masing-masing sebesar 0,34 dan 0,31. Sedangkan porsi terkecil terdapat di Kota Surabaya dan sekitarnya, yaitu sebesar 0,06.



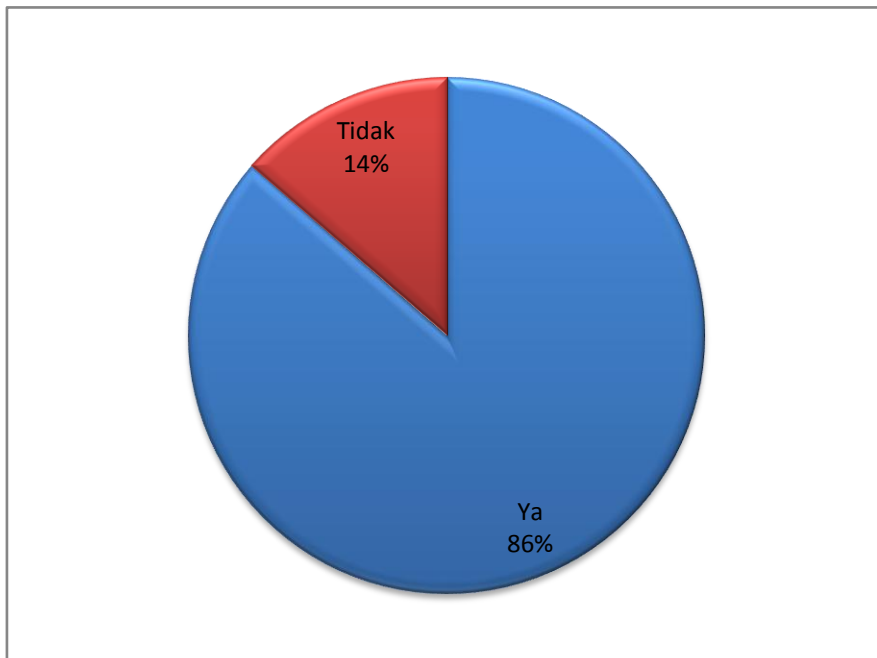
**Gambar 3.2.5 Proporsi tenaga kerja pengguna komputer berdasarkan lokasi**

### 3.3 Penggunaan Internet

Perusahaan menggunakan internet untuk beberapa kegiatan antara lain untuk mempertukarkan informasi, menyebarkan katalog produk, media promosi, surat elektronik, dll. Internet juga digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara *on-line*, sehingga pengusaha dapat secara langsung melibatkan konsumen secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pengembangan, pemasaran dan penjualan produk. Banyaknya manfaat internet menyebabkan perlunya diketahui seberapa besar perusahaan mempergunakan media ini untuk mendukung kegiatan bisnisnya.



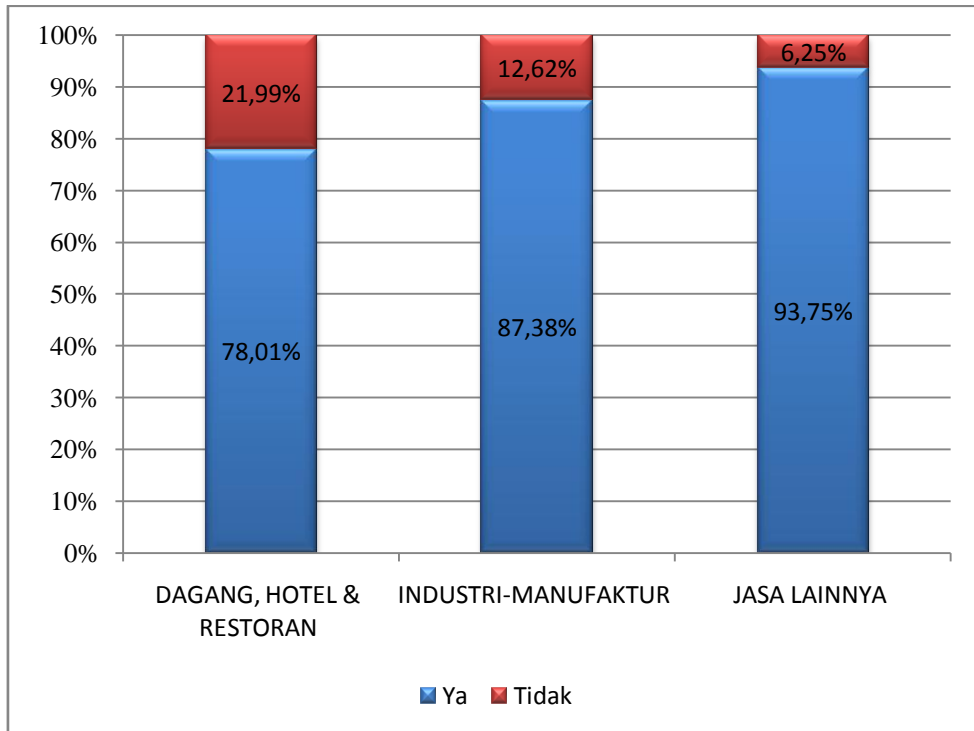
Hasil survei yang diperlihatkan Gambar 3.3.1 menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan (86%) telah menggunakan internet untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Gambaran tersebut memberi makna bahwa sebagian besar perusahaan telah menyadari manfaat internet bagi kepentingan usaha mereka.



**Gambar 3.3.1** Persentase perusahaan pengguna internet

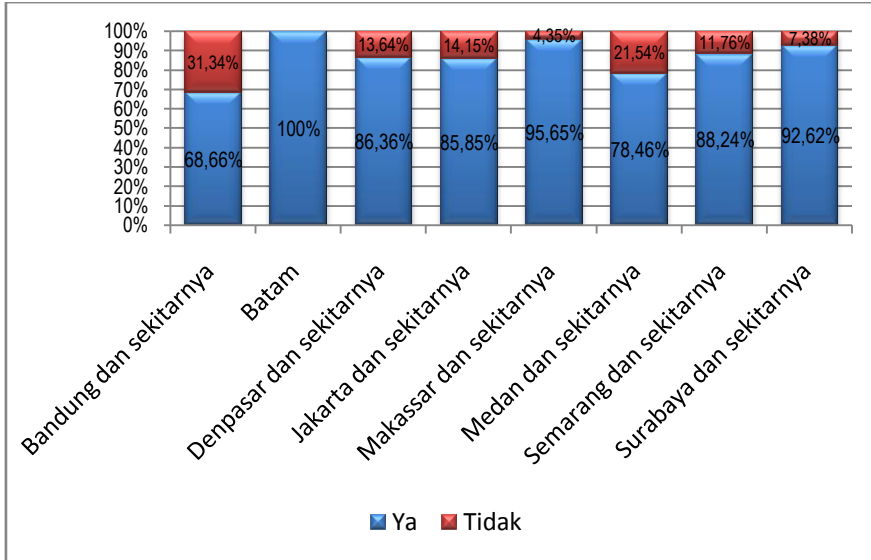
Gambar 3.3.2 memperlihatkan persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan bidang usaha. Terlihat bahwa persentase perusahaan pengguna internet paling besar adalah perusahaan pada bidang usaha jasa lainnya. Gambar 3.3.2 menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan bidang usaha lainnya (93,75%) menggunakan internet untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Persentase perusahaan pengguna internet terbesar selanjutnya ada pada bidang industri manufaktur (87,38%). Persentase

perusahaan pengguna internet yang paling rendah adalah perusahaan pada bidang usaha dagang, hotel dan restoran (78,01%).



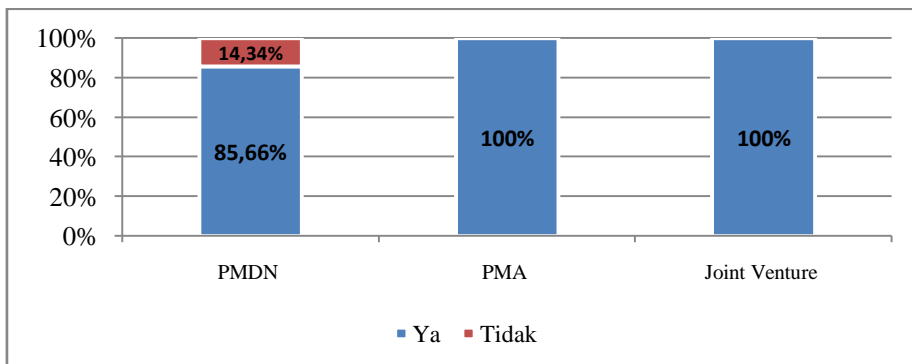
**Gambar 3.3.2 Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan bidang usaha**

Bila dilihat dari lokasi atau domisili perusahaan, maka seluruh perusahaan sampel yang berlokasi di Batam menggunakan internet dalam menjalankan bisnisnya. Makassar merupakan kota sampel kedua dengan persentase terbesar dalam penggunaan internet, menyusul Surabaya, Semarang, Jakarta, Denpasar, Medan dan terakhir adalah Bandung (Gambar 3.3.3).



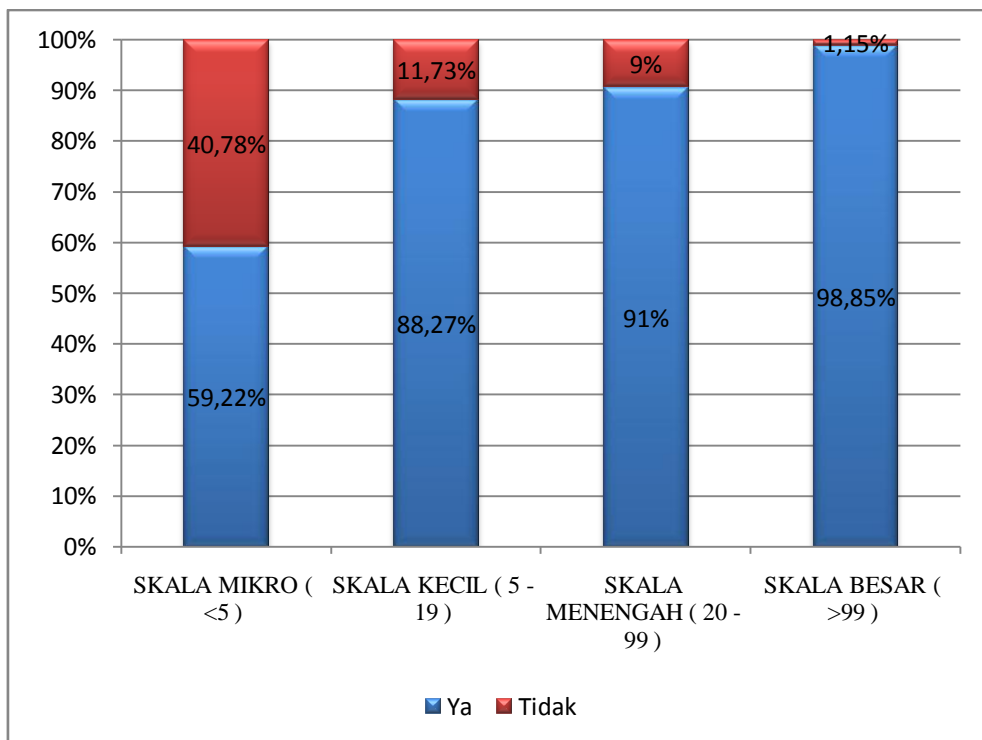
**Gambar 3.3.3** Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan lokasi perusahaan

Selanjutnya, Gambar 3.3.4 memperlihatkan persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal. Gambar tersebut menunjukkan hal yang cukup menarik yaitu seluruh perusahaan dengan status kepemilikan modal asing dan perusahaan *joint venture* telah menggunakan internet. Sementara itu, pada perusahaan PMDN terdapat 14,34% perusahaan yang tidak menggunakan internet untuk mendukung kegiatan bisnisnya.



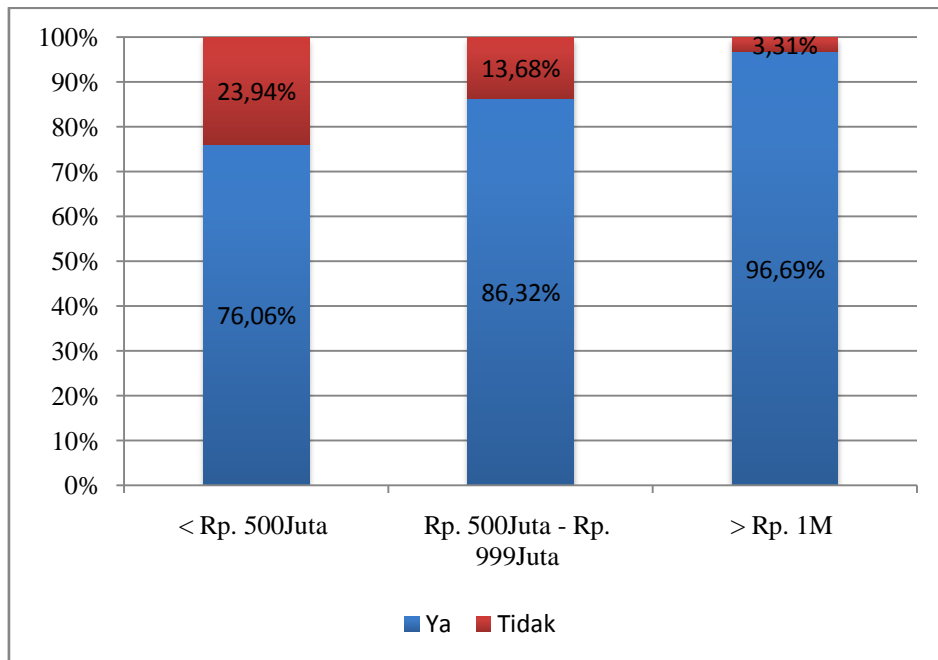
**Gambar 3.3.4** Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal

Hasil survei yang diperlihatkan Gambar 3.3.5 dan Gambar 3.3.6 juga menunjukkan adanya perbedaan persentase pengguna internet berdasarkan skala usaha baik yang diukur melalui jumlah tenaga kerja maupun dari omset perusahaan. Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha maka semakin besar persentase perusahaan yang menggunakan internet untuk kepentingan bisnisnya. Gambar 3.3.5 memperlihatkan bahwa seluruh perusahaan dengan skala usaha besar (tenaga kerja > 100 orang) telah memanfaatkan internet untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Sementara itu sebagian perusahaan skala menengah (9%) dan skala kecil (11,73%) belum memanfaatkan internet, dan hanya sebanyak 59,22% perusahaan dengan skala mikro yang sudah menggunakan internet pada perusahaannya.



**Gambar 3.3.5** Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)

Demikian pula yang terlihat pada Gambar 3.3.6. yaitu persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan omset. Gambar tersebut menunjukkan bahwa semakin besar omset perusahaan semakin besar persentase perusahaan pengguna internet.

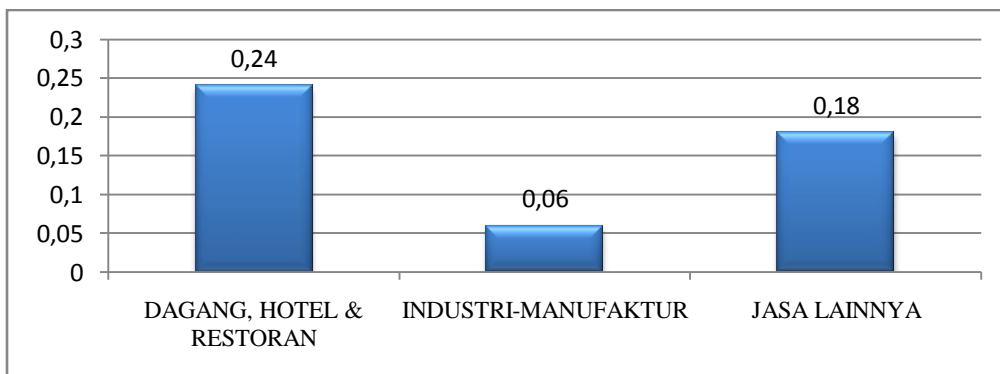


**Gambar 3.3.6** Persentase perusahaan pengguna internet berdasarkan skala usaha (omset)

### 3.4 Tenaga Kerja Pengguna Internet

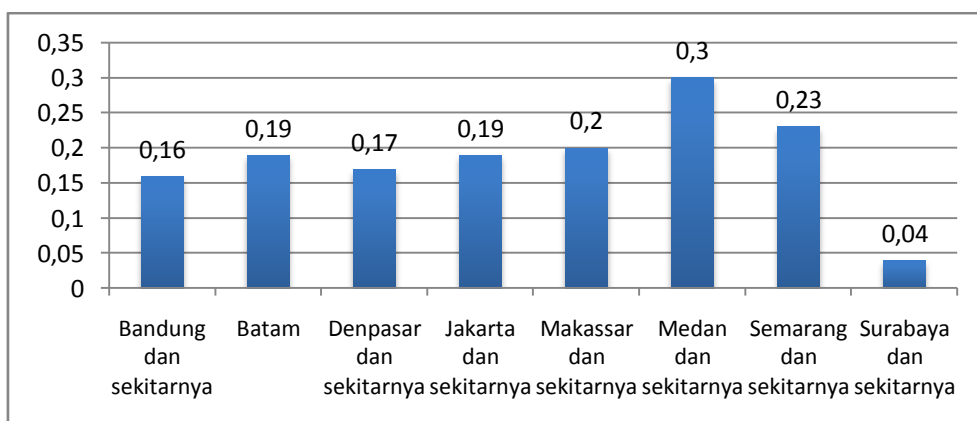
Hasil survei menunjukkan bahwa rasio tenaga kerja pengguna internet terhadap seluruh tenaga kerja perusahaan adalah 0,13. Hal ini berarti setiap 100 tenaga kerja perusahaan terdapat 13 orang tenaga kerja yang menggunakan internet secara rutin. Bila dilihat berdasarkan bidang usaha, Gambar 3.4.1 menunjukkan bahwa rasio tenaga kerja dengan internet pada perusahaan bidang jasa lainnya sebesar 0,18 sedangkan rasio pada bidang

usaha perdagangan, hotel dan restoran adalah 0,24 dan rasio untuk perusahaan pada bidang industri manufaktur adalah 0,18.



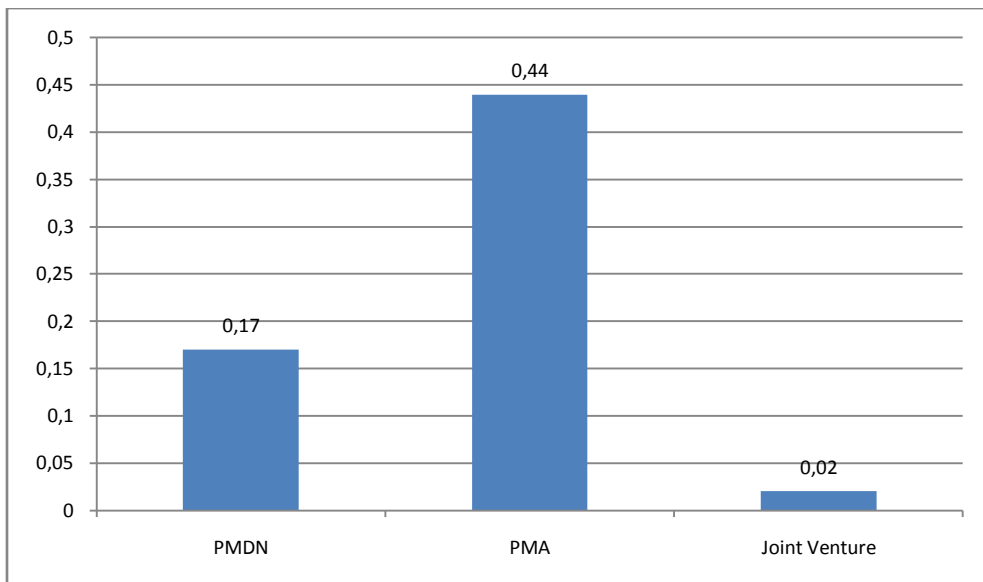
**Gambar 3.4.1 Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan bidang usaha**

Gambar 3.4.2 menunjukkan sebaran rasio tenaga kerja dengan internet berdasarkan lokasi perusahaan. Perusahaan dengan lokasi di Medan memiliki rasio tenaga kerja pengguna internet terbesar yaitu 0,3, kemudian menyusul Semarang (0,23) dan Makassar (0,2). Sementara itu, perusahaan yang berlokasi di Surabaya (0,04) memiliki rasio paling rendah di antara perusahaan di delapan kota lainnya (Gambar 3.4.2).



**Gambar 3.4.2 Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan lokasi perusahaan**

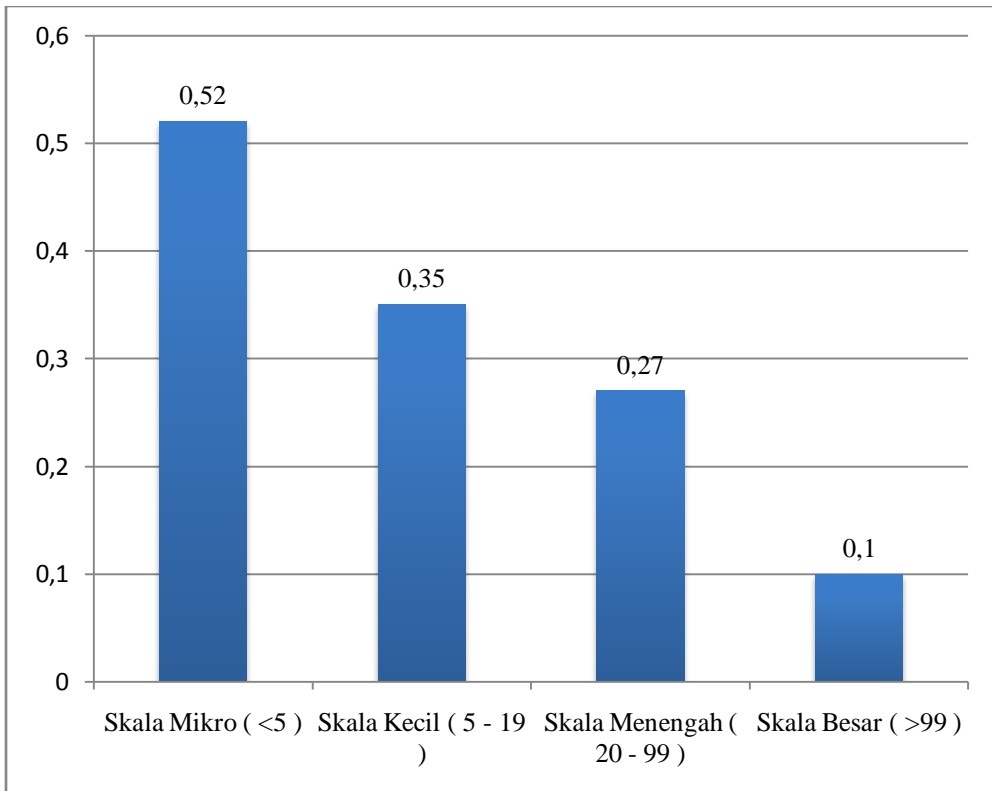
Gambar 3.4.3 menunjukkan proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan dengan status PMA memiliki rasio tenaga kerja pengguna internet sebesar 0,44 sedangkan perusahaan PMDN sebesar 0,17 dan perusahaan Joint Venture adalah sebesar 0,02.



**Gambar 3.4.3 Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan status kepemilikan modal**

Selanjutnya, Gambar 3.4.4 menunjukkan rasio tenaga kerja pengguna internet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja). Gambar tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan dengan skala mikro memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang. Dengan rasio sebesar 0,53, maka lebih dari separuh tenaganya (3 orang) menggunakan internet. Kemudian perusahaan dengan skala besar yang memiliki tenaga kerja lebih dari 99 orang dengan rasio tenaga kerja pengguna internet adalah 0,1, atau paling sedikit 10 pekerja yang menggunakan internet. Sedangkan untuk perusahaan

skala menengah dengan jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,27. Dan perusahaan skala kecil memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,35.

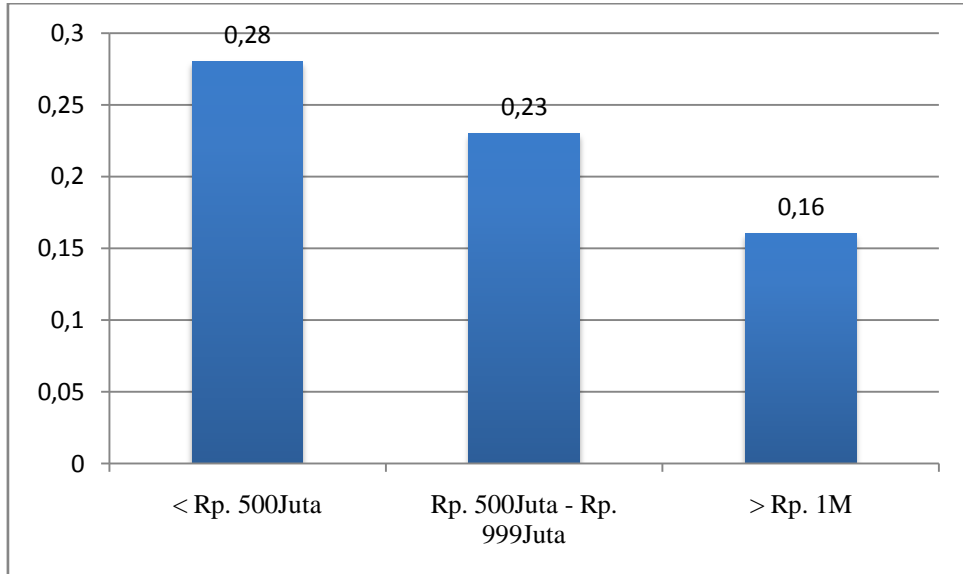


**Gambar 3.4.4 Proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

Rasio tenaga kerja pengguna internet berdasarkan omset perusahaan menunjukkan pola yang serupa jika dilihat berdasarkan jumlah tenaga kerja. Gambar 3.4.5 menunjukkan bahwa perusahaan dengan omset kurang dari Rp.500 juta memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,28, untuk perusahaan dengan omset antara Rp.500 juta hingga Rp.999 juta memiliki rasio tenaga kerja dengan internet sebesar 0,23, sedangkan perusahaan



dengan omset lebih dari Rp. 1 miliar memiliki rasio tenaga kerja sebesar 0,16 dibandingkan dengan perusahaan dengan omset kurang dari Rp. 1 miliar.



**Gambar 3.4.5** proporsi tenaga kerja pengguna internet berdasarkan skala usaha (omset)

### 3.5 Koneksi Internet

Setiap pengguna internet memakai koneksi internet yang berbeda-beda sesuai dengan spesifikasi masing-masing koneksi. Koneksi internet terbagi atas dua bagian yaitu (1) koneksi kabel seperti *dial-up* (koneksi internet yang memanfaatkan jalur telepon) dan ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*)<sup>1</sup> (koneksi internet dengan mempergunakan pita lebar); (2) koneksi internet nirkabel (*wireless*) atau melakukan hubungan

<sup>1</sup> ADSL adalah suatu teknologi komunikasi data yang memungkinkan transmisi data menjadi lebih cepat melalui kabel telepon biasa dibandingkan dengan modem konvensional yang ada.

Sesuai dengan namanya, ADSL mentransmisikan data secara asimetrik yaitu kapasitas transmisinya berbeda antara downstream (download) dan upstream (upload). Kapasitas downstream lebih tinggi daripada upstream dengan kecepatan pengiriman data bisa mencapai 8 Mbps untuk downstream dan 1 Mbps untuk upstream.

telekomunikasi dengan menggunakan gelombang elektromagnetik sebagai pengganti kabel.

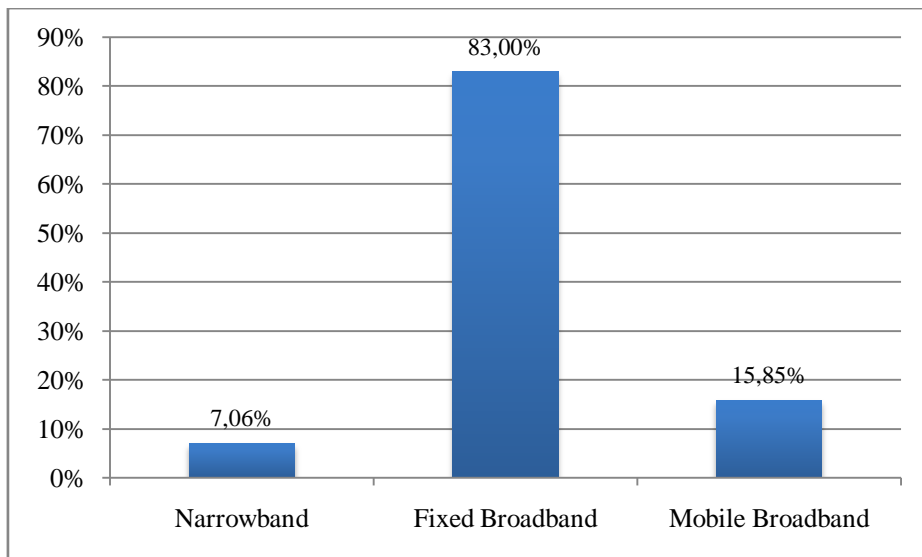
Dalam survei ini, pemilihan koneksi internet dibagi menjadi 2, yaitu *narrowband* dan *broadband*. Untuk koneksi *broadband* dipilah kembali menjadi *fixed broadband* dan *mobile broadband*. *Narrowband* adalah jaringan internet yang memiliki kecepatan transfer rendah karena saluran yang digunakan cukup sempit. Istilah ini biasa diasosiasikan dengan koneksi *dial-up*, dalam kasus ini *narrowband* merupakan penggunaan telkomet instant sebagai koneksi internet. Sedangkan *fixed broadband* adalah jaringan internet yang menggunakan teknologi *xDSL (Digital Subscriber Lines)* / kabel tembaga, *FTTH (Fiber To The Home)* / serat optik, *leased line*, satelit, *Wireless Local Area Network*, dan *WiMAX*. Jaringan ini memiliki kecepatan transfer lebih tinggi karena lebar jalur data yang besar. Dan yang dimaksud dengan *mobile broadband* adalah jaringan internet berkecepatan tinggi yang menggunakan teknologi *CDMA*, *HSDPA*, *EVDO*. Umumnya diakses melalui perangkat portable (mudah dibawa), seperti laptop, HP, dan sebagainya.

Hasil survei menunjukkan bahwa sekitar 83,00%<sup>2</sup> dari seluruh perusahaan menggunakan *fixed broadband* sebagai koneksi internet. Teknologi *narrowband* merupakan teknologi yang paling sedikit digunakan oleh perusahaan untuk koneksitas internet. Hal ini menunjukkan bahwa koneksi internet dengan mempergunakan teknologi analog<sup>3</sup> jaringan telepon tidak banyak diminati oleh perusahaan.

---

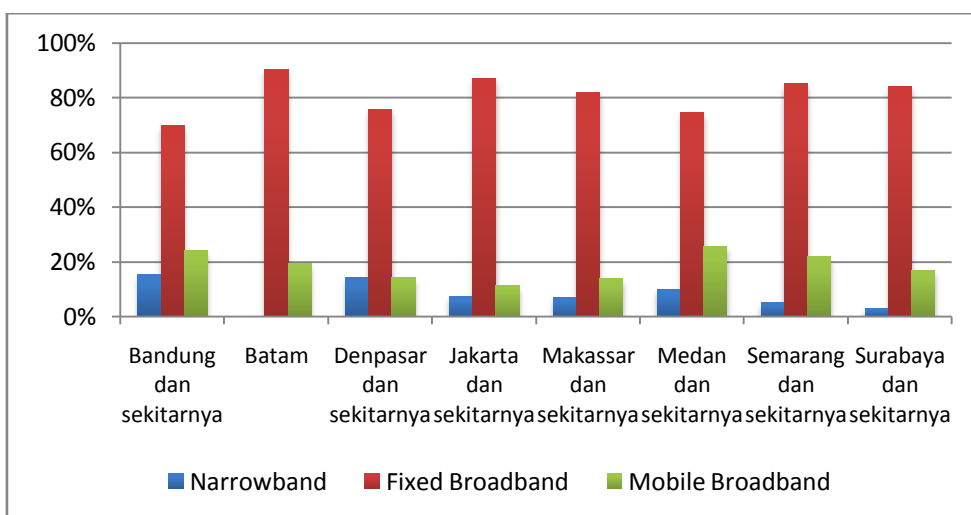
<sup>2</sup> Sebanyak 69,31% dari pengguna *fixed broadband* adalah pengguna Paket Speedy dan 17% merupakan pengguna ISP.

<sup>3</sup> Teknologi analog adalah koneksi yang menggunakan standar koneksi *dial-up* telpon dan modem analog. Modem ini akan mengubah sinyal analog ke digital dan begitu pula sebaliknya. Kecepatan yang ditawarkan hanya terbatas sampai 56Kbps



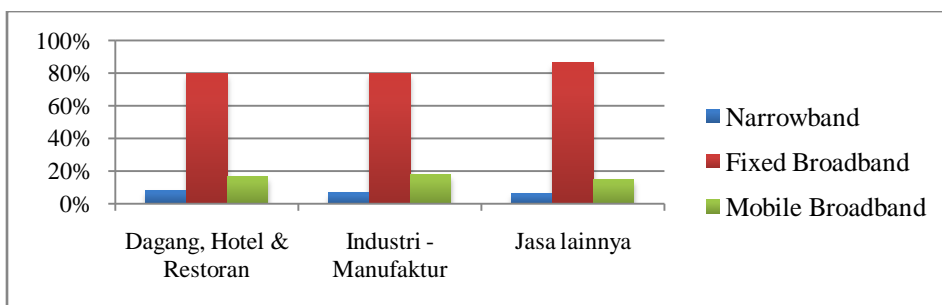
**Gambar 3.5.1 Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet**

Mayoritas perusahaan disetiap lokasi telah menggunakan fixed broadband sebagai pilihan koneksitas internet di perusahaannya. Persentase perusahaan pengguna fixed broadband terbanyak adalah yang berlokasi di Batam. Dibandingkan dengan lokasi lain persentase perusahaan pengguna mobile broadband di Jakarta dan sekitarnya, lebih kecil dibandingkan daerah lainnya (Gambar 3.5.2).



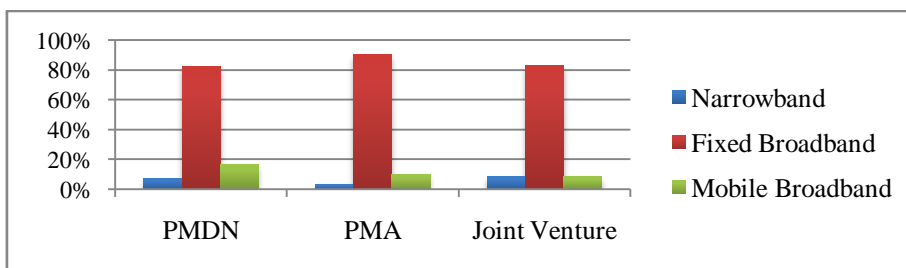
**Gambar 3.5.2 Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan lokasi**

Mayoritas perusahaan pada ketiga bidang usaha menggunakan fixed broadband sebagai koneksi internet di perusahaannya. Sebanyak 86,38% perusahaan dengan bidang usaha jasa lainnya menggunakan fixed broadband sebagai koneksi internet, sedangkan 80% perusahaan industri manufaktur pengguna fixed broadband dan 79,54% perusahaan usaha dagang, hotel dan restoran pengguna fixed broadband.



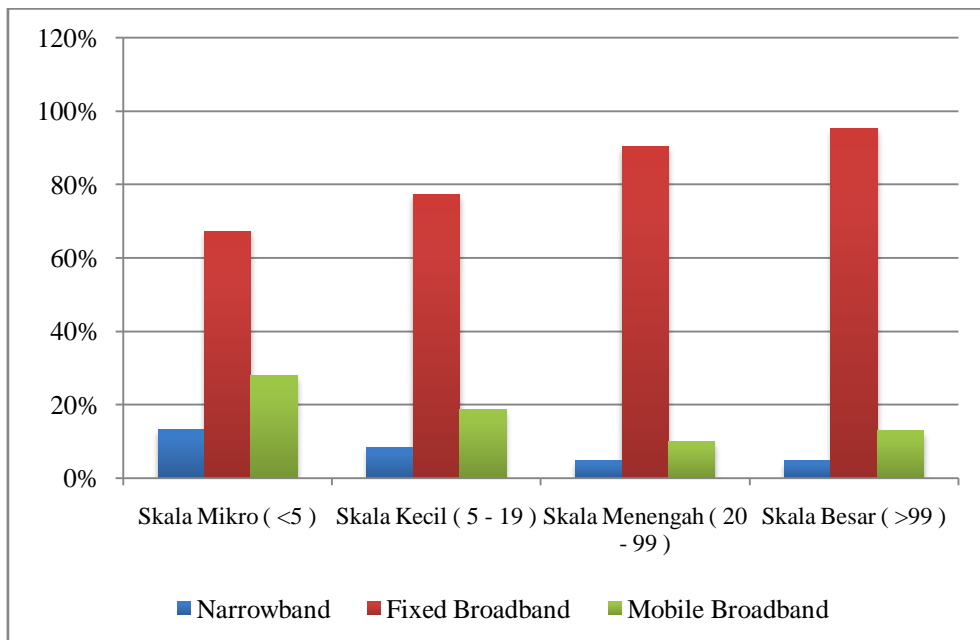
**Gambar 3.5.3** Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan bidang usaha

Gambaran pemilihan koneksi internet di perusahaan berdasarkan status kepemilikan modal terlihat pada gambar 3.5.4. Sebanyak 90,32% perusahaan PMA menggunakan *fixed broadband* sedangkan hanya 3,23% menggunakan narrowband dan 9,68% menggunakan 9,86%. Kecenderungan yang sama terjadi pula pada perusahaan dengan status kepemilikan modal PMDN dan *Joint Venture*, 83,33% perusahaan *Joint Venture* dan 82,64% perusahaan PMDN menggunakan *fixed broadband*.



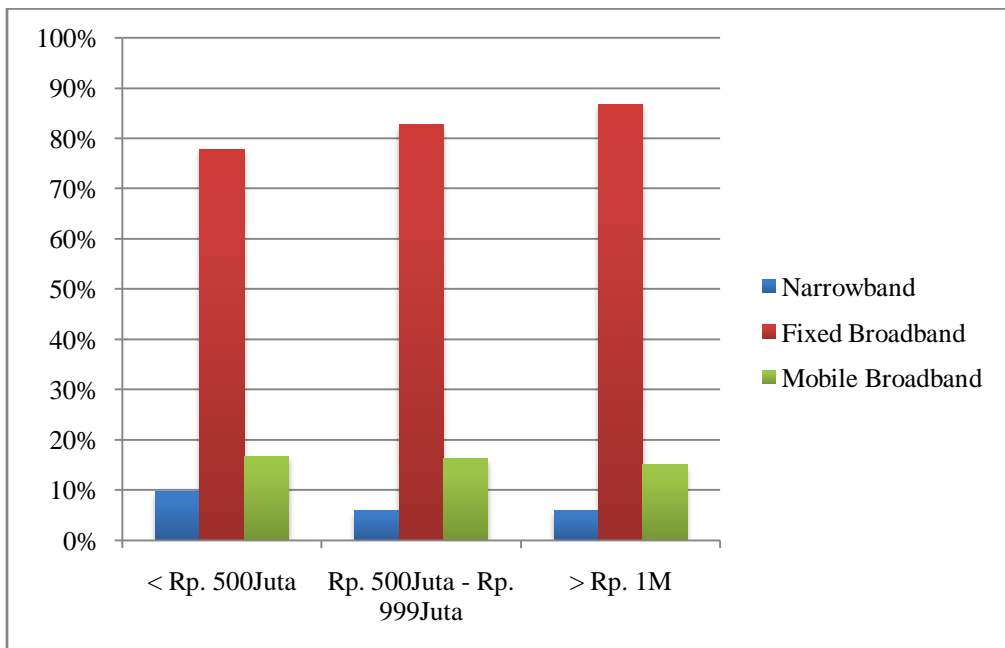
**Gambar 3.5.4** Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan status kepemilikan modal

Gambar 3.5.5 memperlihatkan persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan skala usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja. Hal yang menarik dari gambar tersebut adalah bahwa semakin besar skala usaha yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula persentase penggunaan fixed broadband sebagai pilihan koneksitas internet. Terlihat pula pola pemilihan koneksi internet yang berbeda antara perusahaan skala mikro dan kecil dengan perusahaan skala menengah dan besar. Persentase penggunaan *Mobile Broadband* pada perusahaan skala mikro adalah yang paling tinggi. Persentase penggunaan Mobile Broadband juga semakin kecil seiring dengan semakin besarnya skala usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan perusahaan dengan skala mikro dan skala kecil lebih banyak memanfaatkan *Mobile Broadband* sebagai koneksi internet di perusahaannya dibandingkan perusahaan skala menengah dan skala besar.



**Gambar 3.5.5 Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

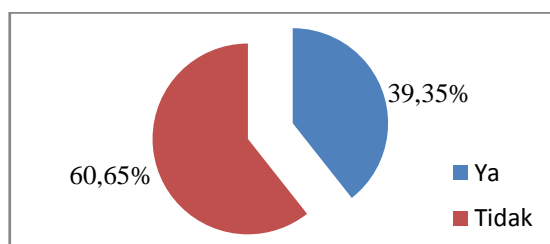
Skala usaha perusahaan berdasarkan omset memberikan pengaruh terhadap pemilihan provider dalam konektivitas internet di perusahaan. Gambar 3.7.6 memperlihatkan semakin besar omset perusahaan, maka semakin besar persentase perusahaan yang menggunakan fixed broadband. Sebanyak 86,75% perusahaan dengan omset >1M menggunakan fixed broadband, dan hanya sebanyak 82,67% dan 77,78% perusahaan pengguna ISP pada perusahaan dengan omset Rp.500 Juta-Rp.999 Juta dan perusahaan dengan omset <Rp. 500 Juta. Selain itu terlihat pula bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam persentase penggunaan *Mobile Broadband* pada perusahaan, 16,67% pada perusahaan dengan omset <Rp.500 Juta, 16,34% pada perusahaan dengan omset Rp.500 Juta-Rp.999 Juta dan 14,96% pada perusahaan dengan omset diatas Rp.1 M. Tetapi hal tersebut menngindikasikan adanya penurunan ketergantungan pada penggunaan *Mobile Broadband* dengan semakin besarnya skala usaha perusahaan berdasarkan omset.



**Gambar 3.5.6** Persentase perusahaan berdasarkan koneksi internet dan skala usaha (omset)

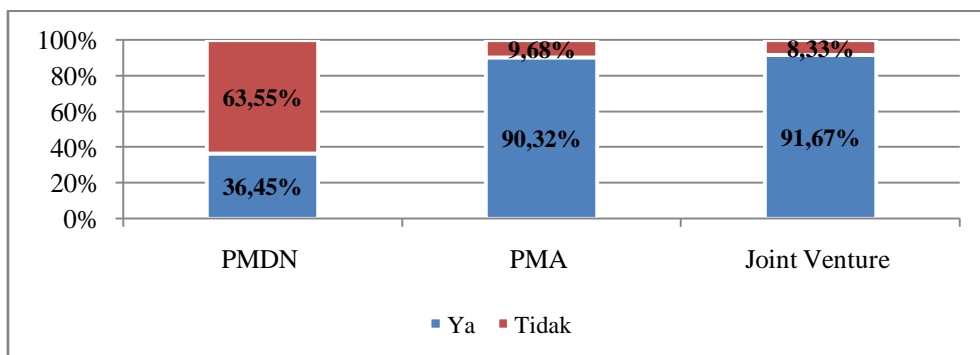
### 3.6 Penggunaan Web

*Web* sangat diperlukan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan masyarakat global terutama dengan para pemasok dan konsumen yang ada di seluruh dunia. Hasil survei sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.6.1 di bawah ini menunjukkan jumlah perusahaan di Indonesia yang sudah mempunyai *web* mencapai hampir 40%.



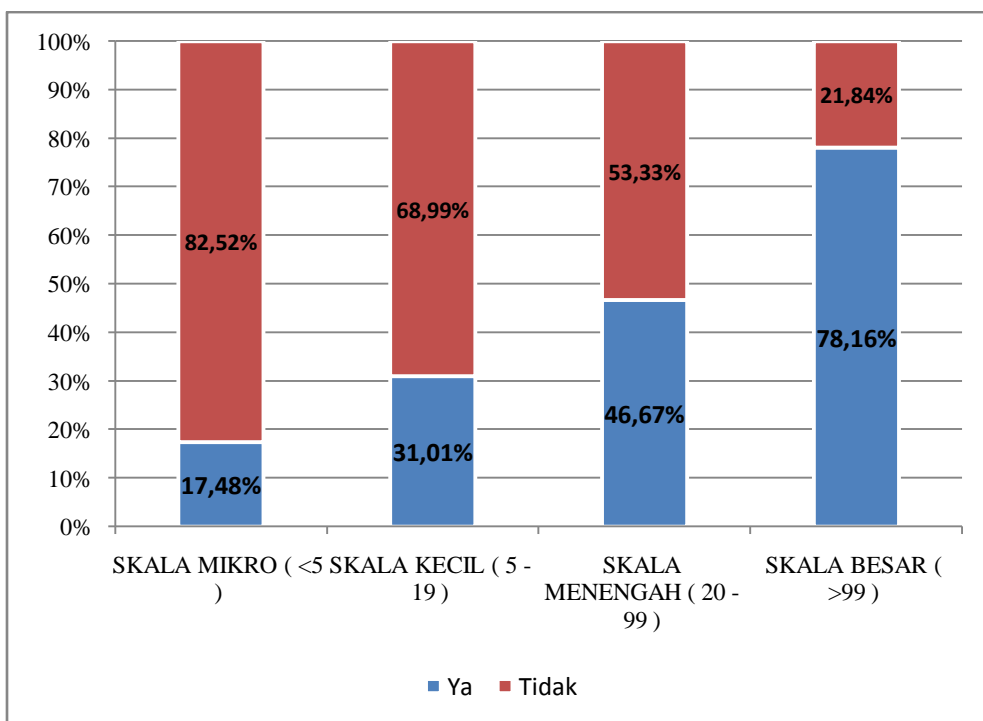
**Gambar 3.6.1** Persentase perusahaan pengguna web

Tingkat kepemilikan *web* tersebut berbeda-beda menurut status kepemilikan modal perusahaan. Gambar 3.6.2 menunjukkan sebagian besar perusahaan dengan status badan PMA dan *Joint venture* sudah mempunyai *web presence* dengan persentase masing-masing mencapai 90.2% dan 91.67% perusahaan. Sedangkan perusahaan PMDN yang sudah mempunyai web hanya mencapai 36.45% perusahaan.



**Gambar 3.6.2** Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan status kepemilikan modal

Tingkat kepemilikan *web* juga dipengaruhi oleh besarnya skala usaha. Semakin besar skalanya semakin besar pula persentase perusahaan yang telah memiliki *web*. Gambar 3.6.3 menunjukkan kecilnya persentase kepemilikan *web* pada kelompok perusahaan skala mikro dan skala kecil yaitu masing-masing adalah 17,48% dan 31,01%. Sedangkan kelompok perusahaan berskala menengah dan besar masing-masing telah mencapai 46,67% dan 78,16%.

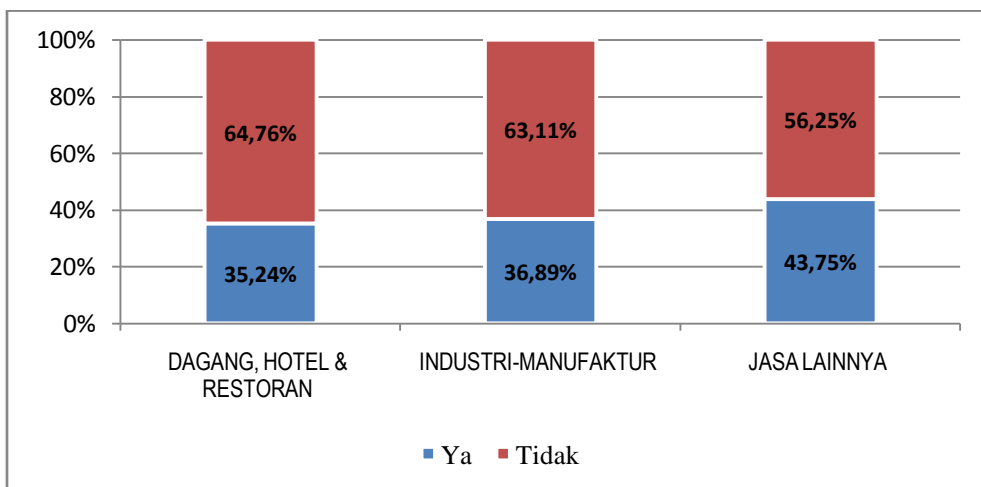


**Gambar 3.6.3** Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)

Hasil survei juga menunjukkan tingkat penggunaan *web* di perusahaan berbeda-beda menurut bidang usahanya. Gambar 3.6.4 menunjukkan pada kelompok perusahaan dagang, hotel dan restoran jumlahnya paling kecil, yaitu sebesar 35,24% perusahaan yang telah menggunakan web. Sedangkan

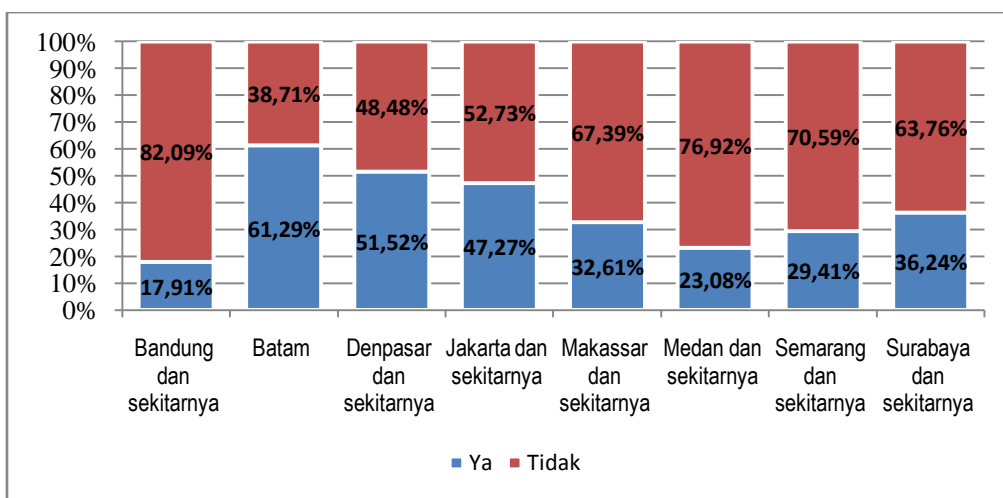


pada kelompok industri manufaktur dan jasa-jasa lainnya jumlahnya lebih besar, yaitu masing-masing sebesar 36,89% dan 43,75% perusahaan.



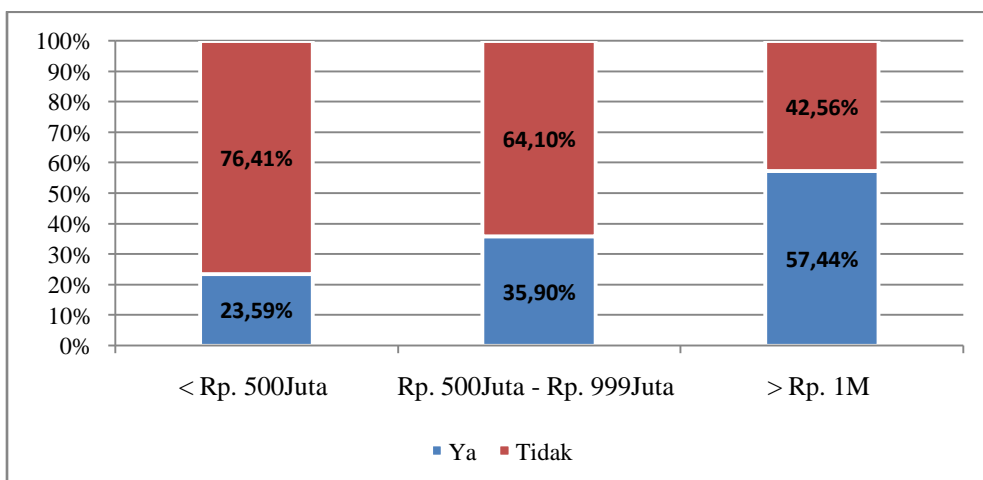
**Gambar 3.6.4** Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan bidang usaha

Tingkat kepemilikan web juga berbeda-beda menurut lokasi perusahaan. Gambar 3.6.5 menunjukkan bahwa Batam merupakan lokasi dengan jumlah perusahaan yang memiliki web terbesar, yaitu mencapai 61,9% perusahaan, diikuti Denpasar, dan Jakarta dan wilayah sekitarnya masing-masing sebanyak 51,52% dan 42,27% perusahaan.



**Gambar 3.6.5** Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan lokasi

Tingkat kepemilikan web juga dipengaruhi oleh besarnya omset perusahaan. Semakin besar omset yang dimiliki perusahaan semakin banyak pula jumlah perusahaan yg memiliki web. Gambar 3.6.6 menunjukkan persentase perusahaan dengan omset kurang dari Rp. 500 juta yang telah mempunyai web adalah sebesar 23,59%. Sedangkan kelompok perusahaan yang mempunyai omset Rp. 500 juta – Rp. 999 juta dan lebih dari Rp 1 milyar memiliki persentasi lebih besar yaitu masing-masing sebanyak 35,90% dan 57,44%



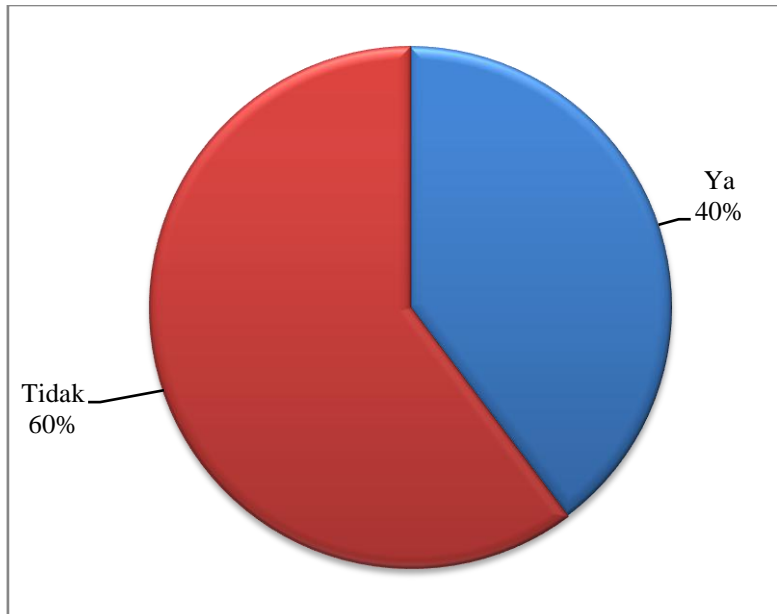
**Gambar 3.6.6 Persentase perusahaan pengguna web berdasarkan skala usaha (omset)**

### 3.7 Pemesanan Barang Atau Jasa Melalui Internet

Salah satu kegunaan internet bagi pebisnis adalah menerima pemesanan (melakukan penjualan) barang atau jasa melalui internet<sup>4</sup>.

<sup>4</sup>Dalam survei ini pemesanan melalui internet termasuk pemesanan yang diterima melalui internet walaupun pembayaran tidak dilakukan melalui internet. Hal ini termasuk pada pemesanan melalui *website, internet marketplaces, extranet, email, EDI over the Internet and Internet-enabled mobile phones*

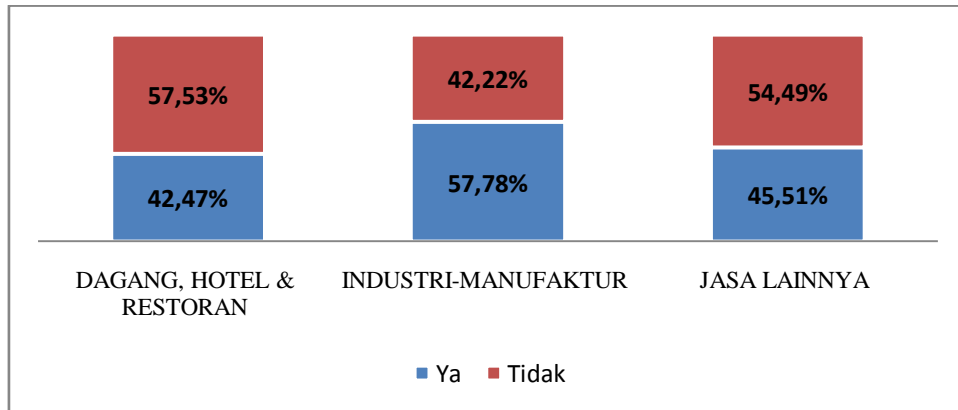
Walaupun sebagian besar perusahaan sampel telah menggunakan internet, namun hanya sekitar 40% perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pesanan barang atau jasa (Gambar 3.7.1 ).



**Gambar 3.7.1** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa

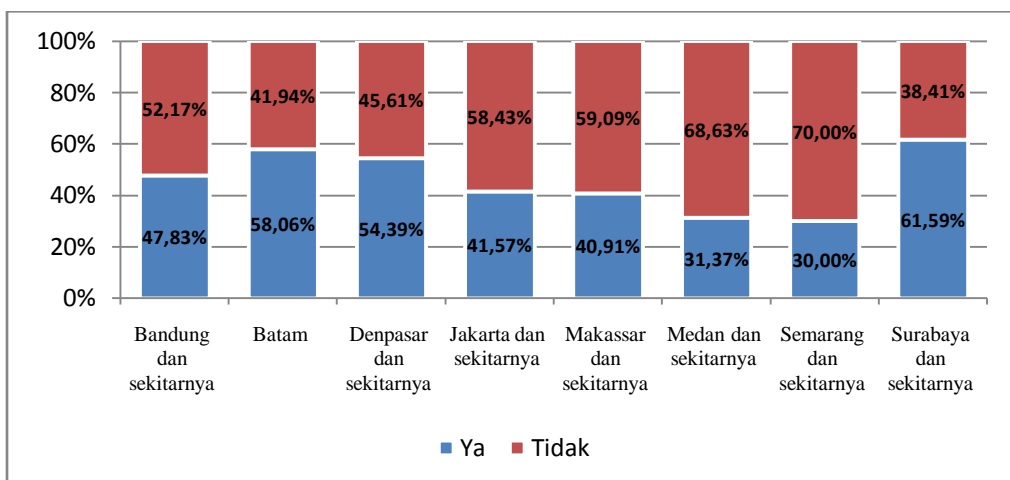
Proporsi perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan bidang usaha diperlihatkan Gambar 3.5.2. Gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan industri manufaktur (57,78%) telah memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Sementara itu, tidak lebih dari separuh perusahaan bidang perdagangan, perhotelan dan restoran, serta jasa lainnya yang telah memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan

jasa perdagangan, perhotelan dan restoran yang paling banyak tidak memanfaatkan internet sebagai media penerimaan pesanan barang dan jasa.



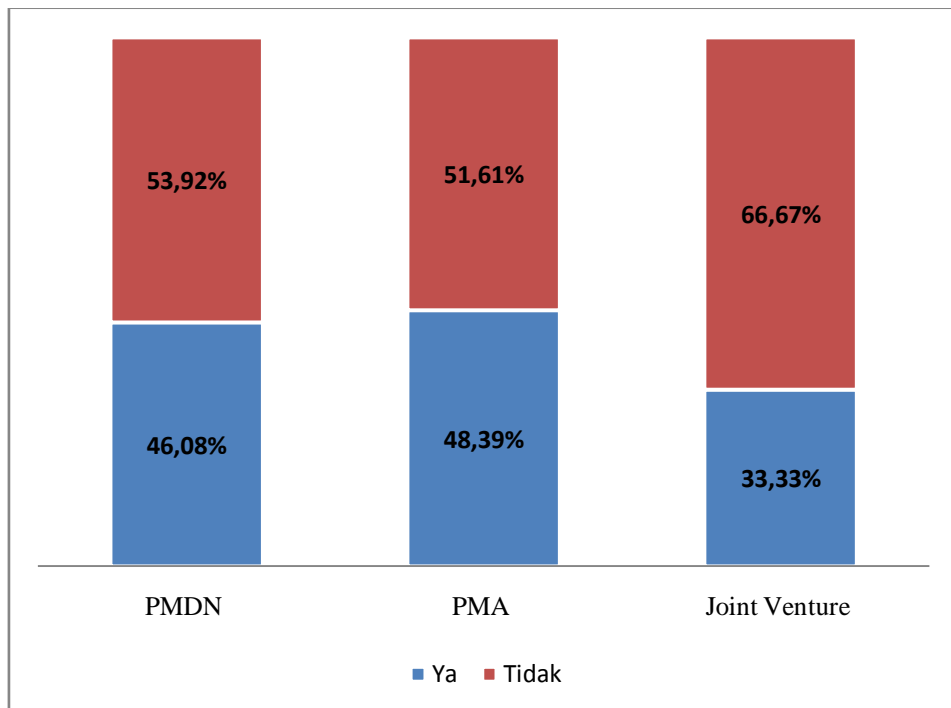
**Gambar 3.7.2** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan bidang usaha

Bila dipilah berdasarkan lokasi perusahaan, maka perusahaan yang berlokasi di Surabaya yang paling banyak memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa (61,59%), menyusul Batam (58,06%) dan Denpasar (54,39%). Sedangkan kota Medan (31,37%) dan Semarang (30%) adalah kota dengan perusahaan yang paling sedikit menggunakan internet untuk melakukan penjualan barang atau jasa (Gambar 3.7.3).



**Gambar 3.7.3** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan lokasi

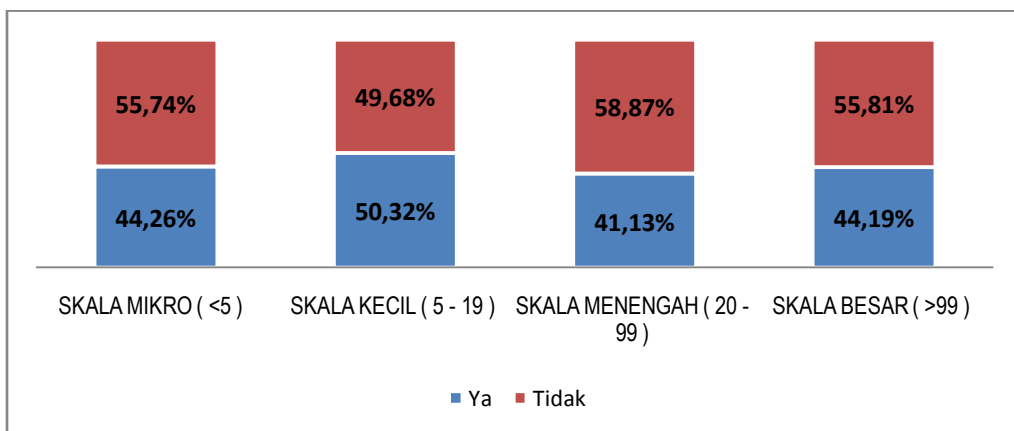
Selanjutnya, Gambar 3.7.4 memperlihatkan persentase perusahaan yang menggunakan internet untuk menerima pemesanan berdasarkan status kepemilikan modal perusahaan. Gambar tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh perusahaan baik PMDN, PMA maupun *joint venture* tidak menggunakan internet untuk melakukan pemesanan barang atau jasa. Perusahaan PMA merupakan perusahaan dengan proporsi paling besar dalam memanfaatkan internet untuk melakukan pemesanan barang atau jasa dibandingkan dengan perusahaan PMDN dan *joint venture*.



**Gambar 3.7.4** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan status kepemilikan modal

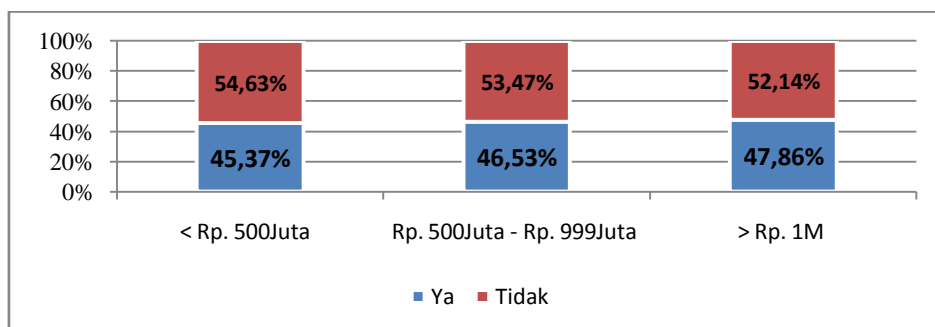
Bila dipilah berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja), Gambar 3.7.5 menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala kecil memiliki proporsi terbesar dalam memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang dan jasa (50,32%). Kemudian menyusul perusahaan dengan skala usaha

mikro, menengah dan besar dengan proporsi yang hampir sama dalam memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa.



**Gambar 3.7.5** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)

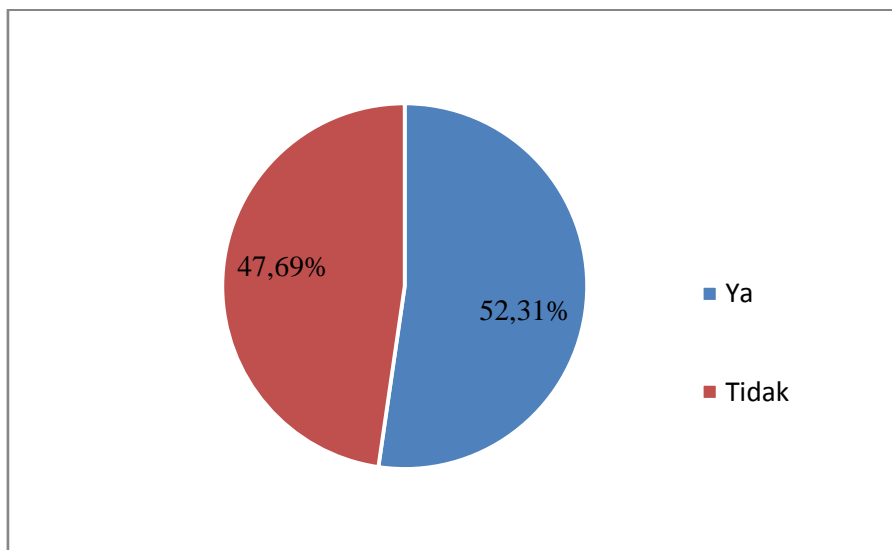
Sementara itu jika dipilah berdasarkan omset, meskipun perbedaannya tidak terlalu besar, namun Gambar 3.7.5 menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha yang diukur melalui omset perusahaan maka semakin besar juga persentase perusahaan yang menggunakan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Meskipun demikian, gambar tersebut memperlihatkan bahwa dalam skala usaha (dengan ukuran omset perusahaan) apapun sebagian besar perusahaan belum memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa.



**Gambar 3.7.6** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (omset)

### 3.8 Penawaran Barang atau Jasa Melalui Internet

Selain mengidentifikasi penggunaan internet untuk menerima pemesanan barang atau jasa, survei ini juga mengidentifikasi penggunaan internet untuk menawarkan barang atau jasa<sup>5</sup>. Gambar 3.8.1 menunjukkan bahwa lebih dari separuh perusahaan (52,31%) telah memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

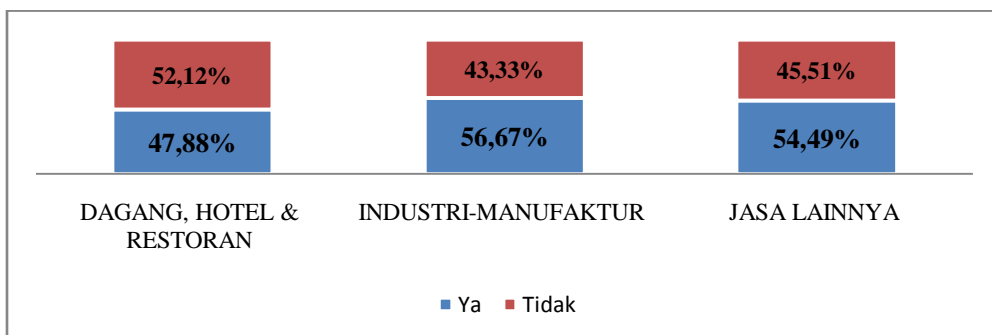


**Gambar 3.8.1** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa

Gambar 3.8.2 menunjukkan persentase perusahaan yang memanfaatkan untuk menawarkan barang dan jasa berdasarkan bidang usaha. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan manufaktur adalah perusahaan dengan proporsi terbesar dalam memanfaatkan internet untuk menawarkan barang dan jasa, kemudian menyusul perusahaan jasa lainnya. Sementara itu, lebih dari separuh perusahaan bidang perdagangan,

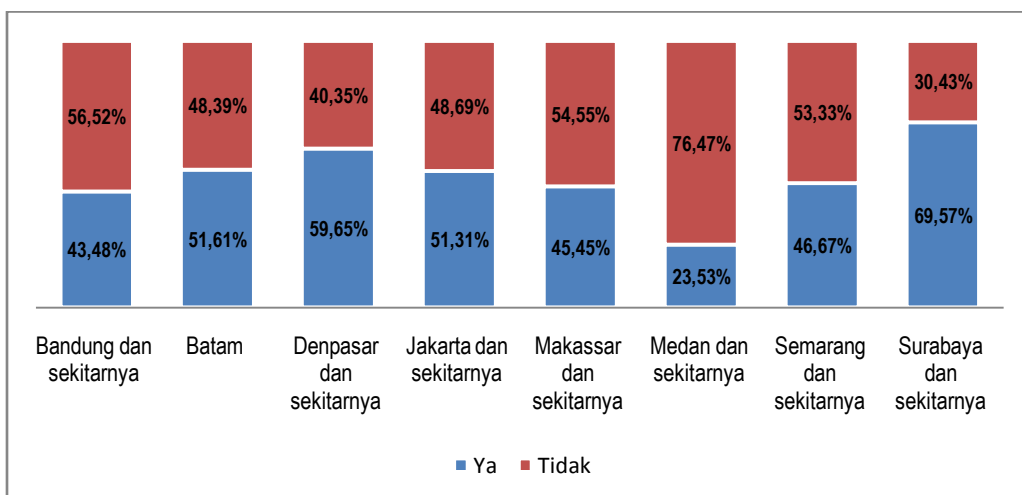
<sup>5</sup> penawaran melalui internet walaupun pembayaran tidak dilakukan secara online, hal ini termasuk pada penawaran melalui website, *internet marketplaces*, *extranet*, *email*, *EDI over the Internet* and *Internet-enabled mobile phones*

perhotelan, dan restoran belum memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.



**Gambar 3.8.2** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan bidang usaha

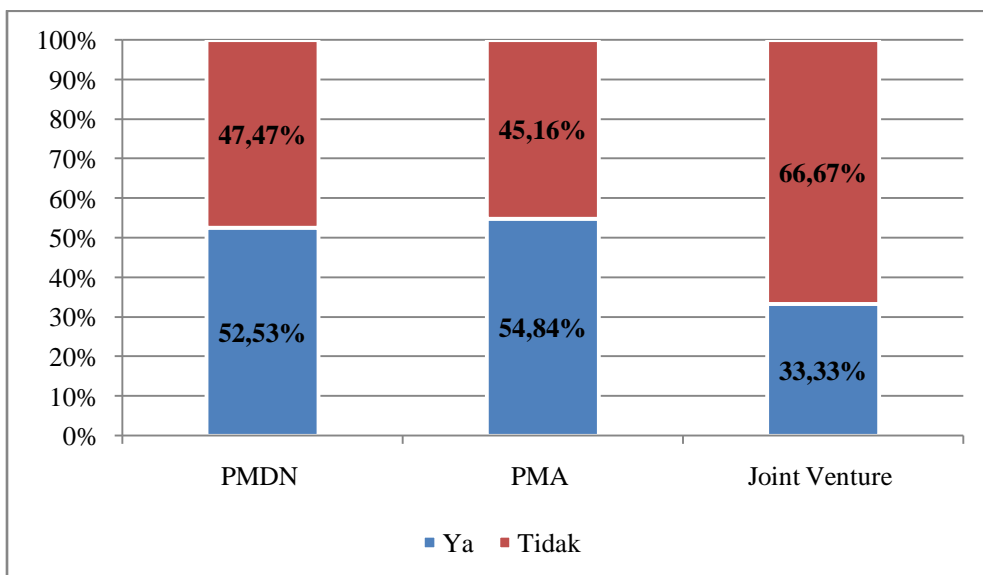
Bila dipilah berdasarkan domisili atau lokasi, maka proporsi perusahaan yang berlokasi di Surabaya adalah yang terbesar dalam memanfaatkan internet untuk melakukan penawaran terhadap barang atau jasa, menyusul Denpasar, Batam dan DKI Jakarta. Sementara itu, kota Medan adalah kota dengan perusahaan yang paling sedikit proporsinya. (Gambar 3.8.3).



**Gambar 3.8.3** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan lokasi



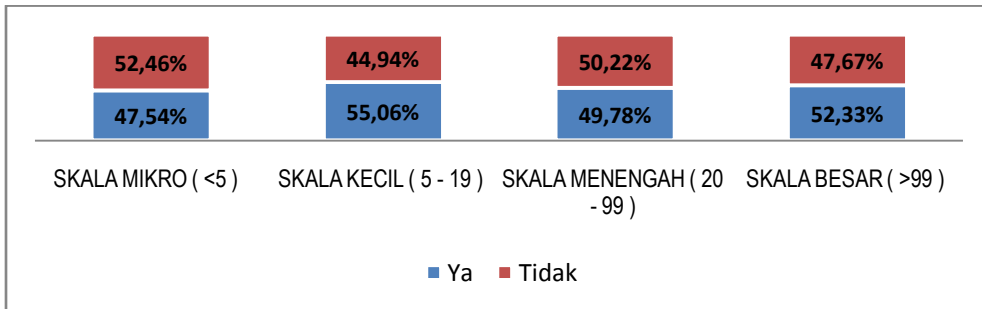
Selanjutnya, Gambar 3.8.4 memperlihatkan persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa yang dihasilkan. Gambar tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan PMA merupakan perusahaan yang memiliki proporsi terbesar dalam memanfaatkan internet untuk melakukan penawaran terhadap barang atau jasa. Gambar tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh perusahaan PMA dan PMDN telah memanfaatkan internet untuk menawarkan barang dan jasanya. Sementara itu, perusahaan *joint venture* yang telah memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa tidak lebih dari 40%.



**Gambar 3.8.4** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan status kepemilikan modal

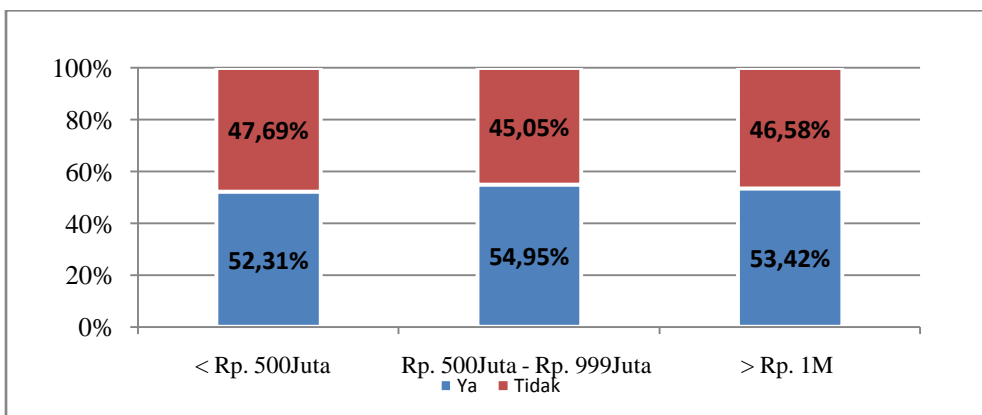
Bila dilihat berdasarkan skala usaha yang diukur dari jumlah tenaga kerja, maka perusahaan dengan skala usaha kecil merupakan perusahaan dengan proporsi terbesar dalam memanfaatkan internet untuk menawarkan barang dan jasa. Sebaliknya, lebih dari 50% perusahaan mikro dan menengah

tidak memanfaatkan internet untuk penawaran barang dan jasa (Gambar 3.8.5).



**Gambar 3.8.5** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)

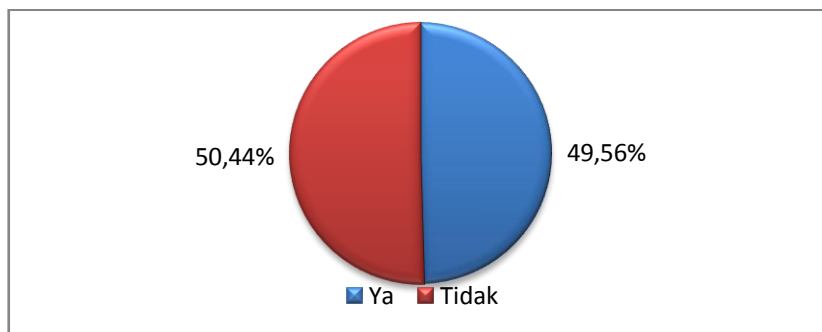
Sementara itu bila dipilah berdasarkan omset perusahaan, Gambar 3.8.6 menunjukkan bahwa lebih dari 50% perusahaan dengan omset di bawah Rp. 500 juta sampai di atas Rp. 1 miliar menggunakan internet untuk penawaran barang atau jasa. Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau tidak jauh berbeda di antara ketiga kategori omset perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan internet untuk menawarkan barang atau jasa tidak banyak dipengaruhi oleh omset yang dimiliki oleh perusahaan.



**Gambar 3.8.6** Persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk menawarkan barang atau jasa berdasarkan skala usaha (omset)

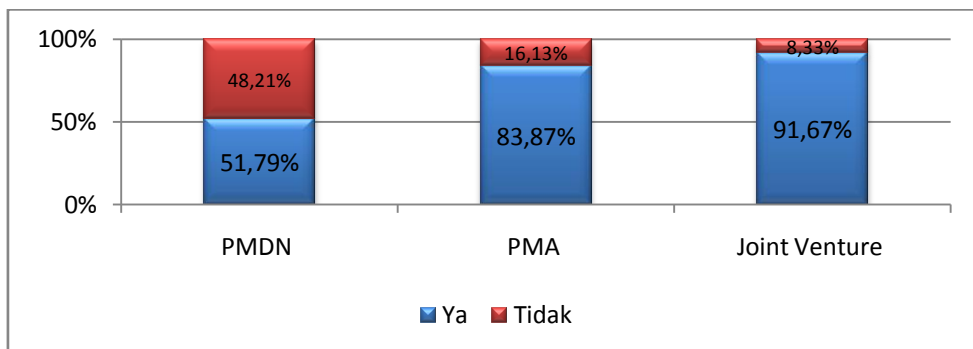
### 3.9 Penggunaan LAN (*Local Area Network*)

Local Area Network atau LAN adalah jaringan komputer yang memiliki cakupan wilayah kecil seperti jaringan komputer pada sebuah gedung dan kantor. Hasil survei menunjukkan perusahaan yang memiliki LAN jumlahnya cukup tinggi sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.9.1, yaitu mencapai hampir separuh dari total perusahaan yang disurvei (49,56% perusahaan).



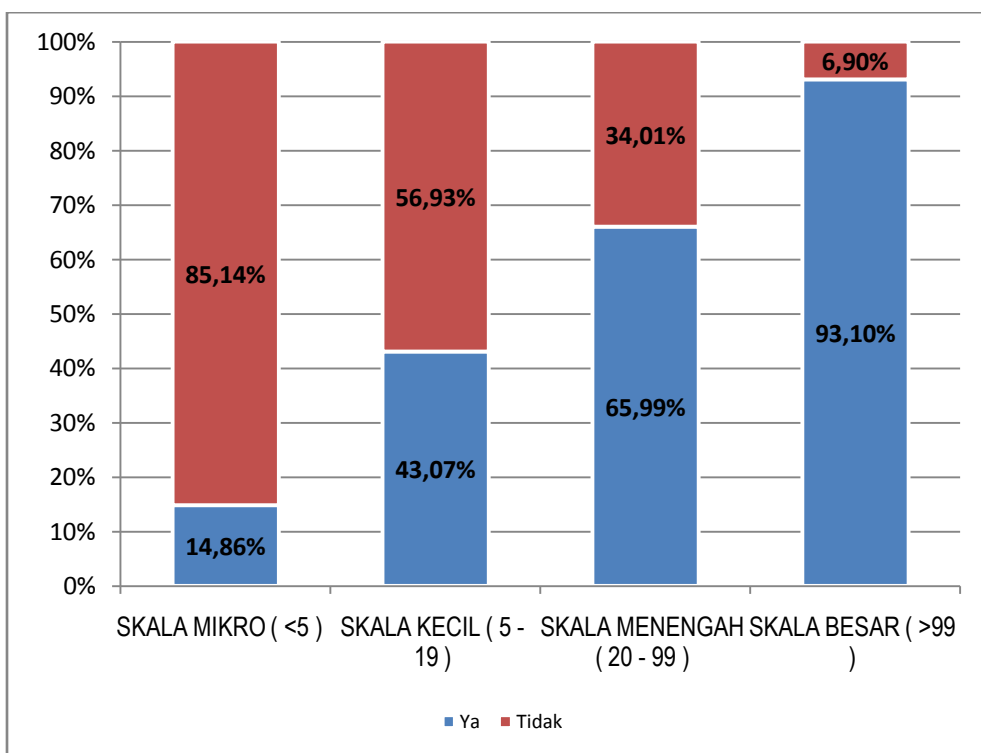
**Gambar 3.9.1** Persentase perusahaan pengguna LAN

Selanjutnya ditunjukkan pada Gambar 3.9.2 bahwa tingkat penggunaan LAN berbeda menurut status kepemilikan modal perusahaan. Pada kelompok PMDN jumlah perusahaan yang menggunakan LAN sebanyak 51,79% perusahaan. Sedangkan pada kelompok PMA dan joint venture jumlahnya lebih banyak, yaitu masing-masing sebanyak 83,87% dan 9,67% perusahaan.



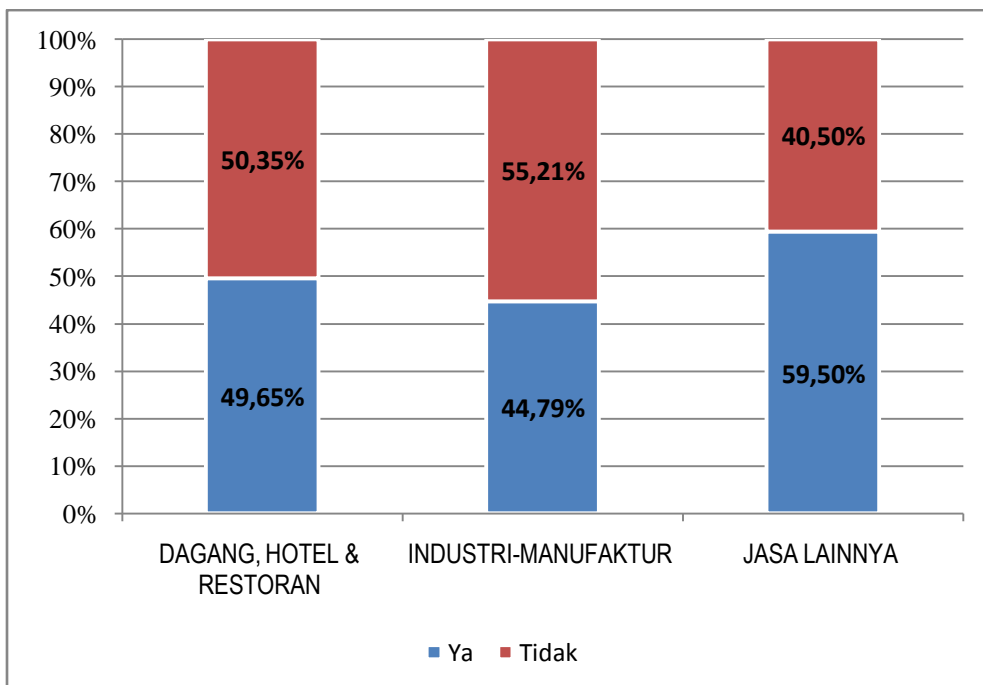
**Gambar 3.9.2** Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan status kepemilikan modal

Tingkat penggunaan LAN dipengaruhi oleh besarnya skala usaha. Semakin besar skalanya semakin besar pula tingkat penggunaannya. Gambar 3.9.3 menunjukkan pada kelompok skala mikro, jumlah perusahaan yang menggunakan LAN jumlahnya 14,86% perusahaan. Persentase ini jauh lebih kecil dibandingkan dengan kelompok perusahaan dengan skala yang lebih besar. Pada kelompok perusahaan skala kecil jumlah perusahaan yang menggunakan LAN persentasenya mencapai 43,07%. Sedangkan pada perusahaan skala menengah dan besar jumlahnya lebih besar lagi, yaitu masing-masing sebanyak 65,99% dan 93,10% perusahaan.



**Gambar 3.9.3 Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

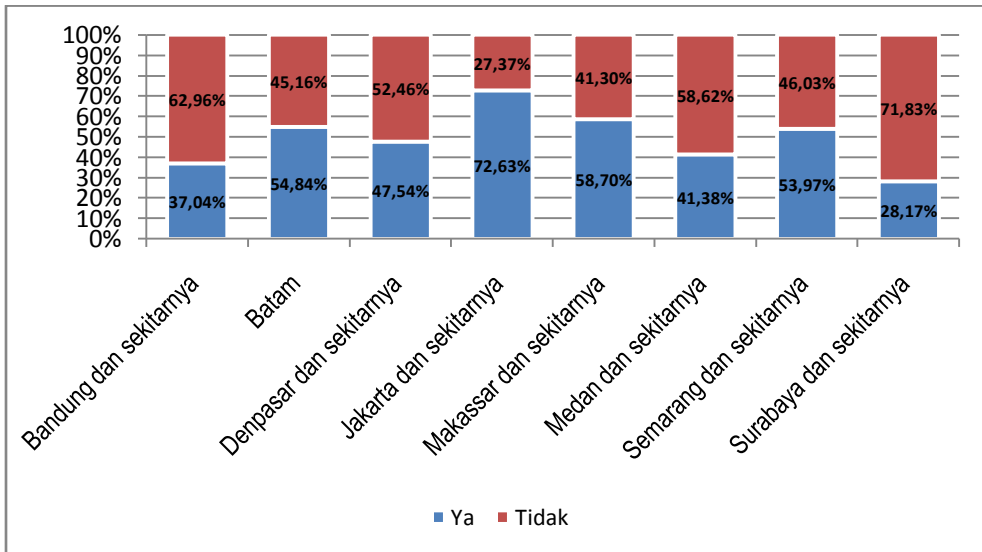
Hasil survei juga menunjukkan perbedaan tingkat penggunaan LAN di perusahaan menurut bidang usahanya. Pada Gambar 3.9.4 ditunjukkan penggunaan LAN pada kelompok perusahaan industri manufaktur jumlahnya paling sedikit, yaitu sebanyak 44,79% perusahaan. Sedangkan pada kelompok perusahaan dagang, hotel dan restoran, dan perusahaan jasa lainnya jumlahnya lebih besar. Pada kelompok perusahaan dagang, hotel dan restoran yang menggunakan LAN berjumlah 49,35% perusahaan. Bahkan pada kelompok perusahaan jasa lainnya jumlahnya mencapai 59,50% perusahaan.



**Gambar 3.9.4** Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan bidang usaha

Tingkat penggunaan LAN berbeda menurut lokasi. Pada Gambar 3.9.5 ditunjukkan tingkat penggunaan terendah terdapat di Surabaya diikuti Bandung dan sekitarnya. Jumlah perusahaan yang menggunakan LAN di kedua lokasi tersebut masing-masing adalah 28,17% dan 37,04%

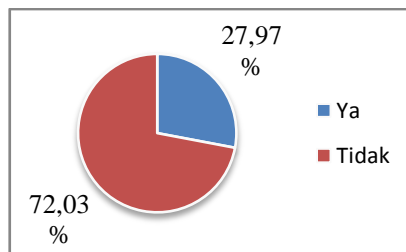
perusahaan. Sedangkan penggunaan LAN tertinggi terdapat di Jakarta dan sekitarnya dengan jumlah pengguna mencapai 72,63% perusahaan.



**Gambar 3.9.5** Persentase perusahaan pengguna LAN berdasarkan lokasi

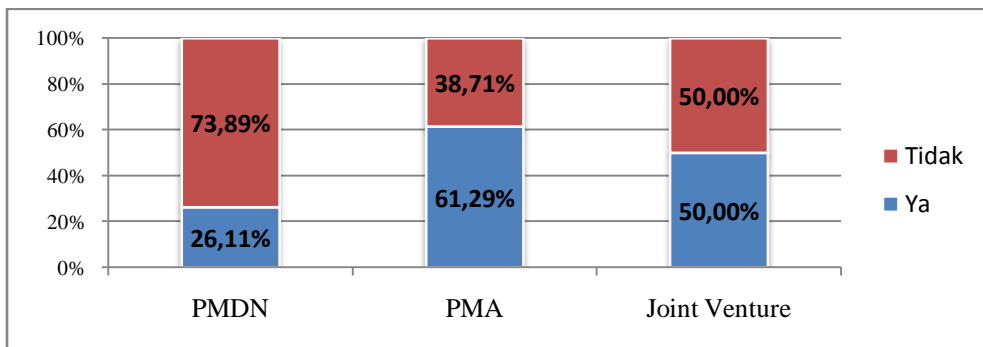
### 3.10 Penggunaan Intranet

Hasil survei pada perusahaan di delapan kota besar menunjukkan bahwa sebagian besar belum menggunakan intranet. Gambar 3.10.1 memperlihatkan hanya 27,97% perusahaan yang menggunakan intranet, sementara itu sisanya sebesar 72,03% tidak menggunakan intranet. Kondisi ini mengimplikasikan bahwa sebagian besar perusahaan belum menggunakan fasilitas jaringan komunikasi internal yang menggunakan internet protokol dan memungkinkan komunikasi di dalam perusahaan.



**Gambar 3.10.1** Persentase perusahaan pengguna intranet

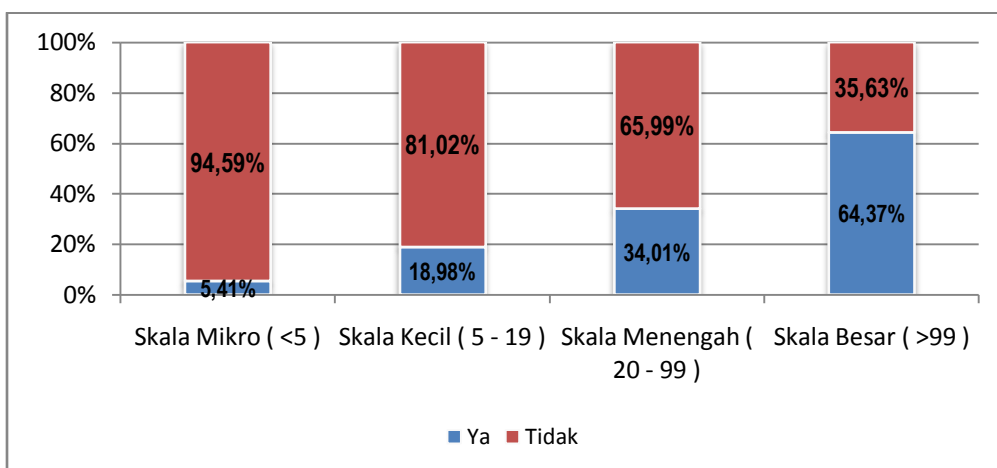
Penelusuran lebih mendalam terhadap penggunaan intranet seperti yang diperlihatkan Gambar 3.10.2 menunjukkan bahwa sedikitnya perusahaan PMDN menggunakan intranet (26,11%). Sementara itu, perusahaan-perusahaan PMA dan *joint venture* sebagian besarnya telah menggunakan fasilitas intranet untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Bahkan untuk perusahaan PMA, lebih dari 60% dari perusahaan yang disurvei telah menggunakan intranet. Kondisi ini kemungkinan didorong oleh pemahaman yang lebih baik dari perusahaan PMA dan *joint venture* terhadap pentingnya media komunikasi di dalam perusahaan guna mendukung aktivitas bisnis. Oleh karenanya, perusahaan PMA dan *joint venture* lebih banyak menggunakan intranet dibandingkan dengan perusahaan PMDN.



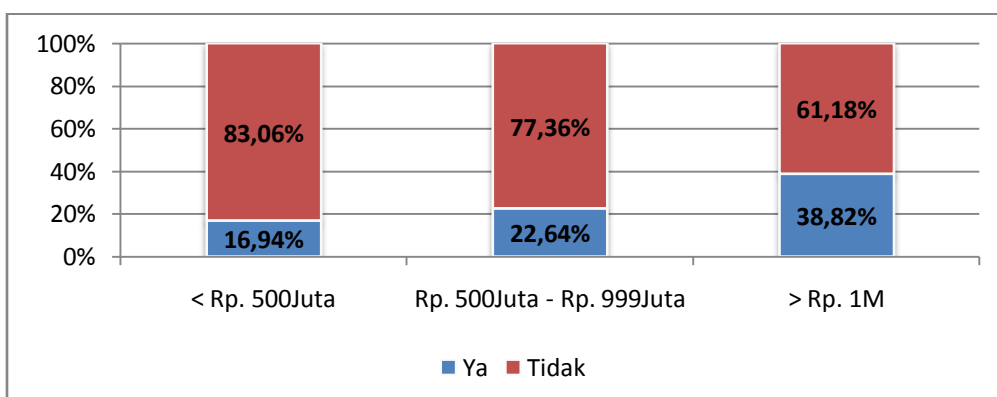
**Gambar 3.10.2 Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan status kepemilikan modal**

Selanjutnya proporsi perusahaan yang menggunakan intranet berdasarkan skala usahanya diperlihatkan oleh Gambar 3.10.3 dan 3.10.4. Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan di sektor bisnis belum menggunakan intranet. Namun demikian, bila ditelaah lebih dalam, kedua gambar tersebut memperlihatkan bahwa semakin besar skala usaha (baik berdasarkan jumlah tenaga kerja maupun omset) proporsi perusahaan yang menggunakan intranet semakin besar. Bahkan pada

perusahaan dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 99 orang sebagian besar (64,37%) menggunakan intranet. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin besar perusahaan semakin besar kebutuhan akan penggunaan intranet. Semakin banyak tenaga kerja dan omset, semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk melakukan koordinasi di internal perusahaan sehingga diperlukan adanya media komunikasi yang dapat mempermudahnya yang salah satunya dapat melalui penerapan intranet.



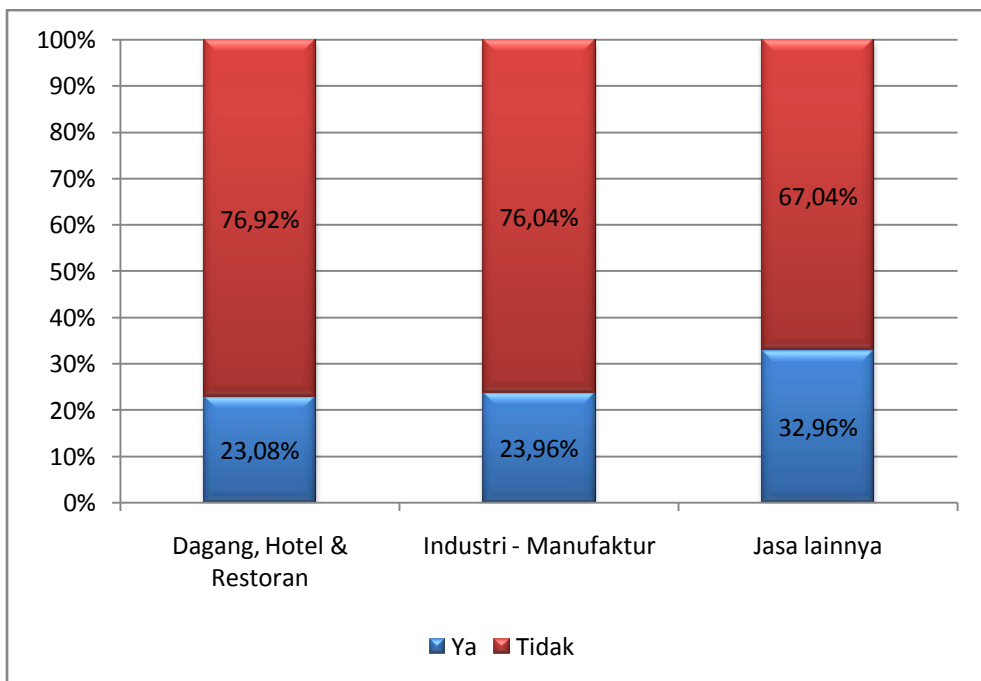
**Gambar 3.10.3** Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)



**Gambar 3.10.4** Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan skala usaha (omset)



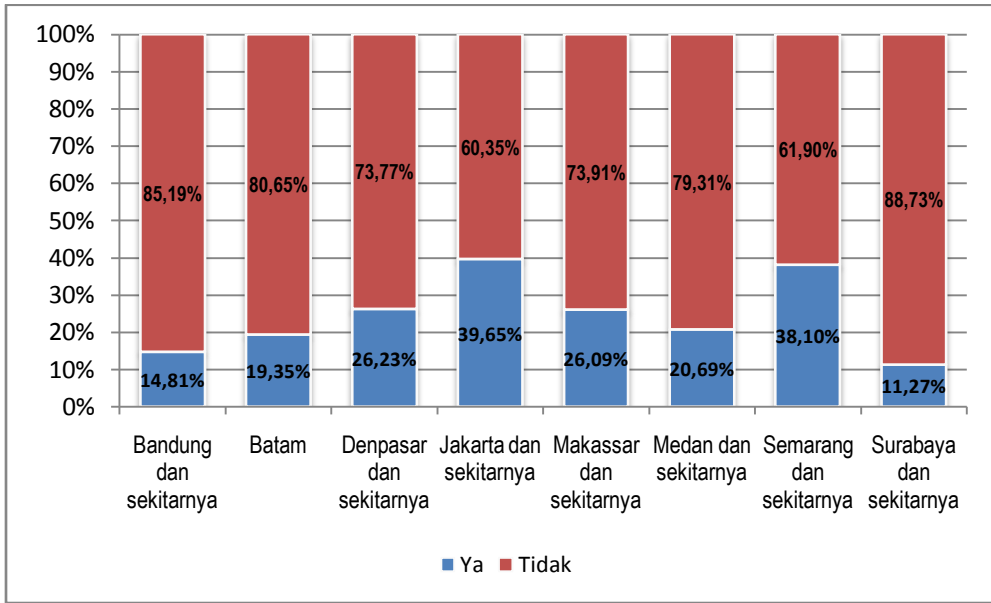
Sementara itu, penggunaan intranet berdasarkan bidang usaha diperlihatkan Gambar 3.10.5. Gambar tersebut menunjukkan bahwa proporsi perusahaan yang menggunakan intranet terbesar berada pada bidang jasa lainnya yaitu sebanyak 32,96%. Selanjutnya diikuti oleh perusahaan bidang industri manufaktur dan bidang usaha dagang, hotel dan restoran dengan proporsi perusahaan pengguna internet masing-masing sebesar 23,96% dan 23,08%. Namun demikian, gambar 3.8.5 tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan pada ketiga bidang tersebut belum menggunakan fasilitas intranet untuk mendukung kegiatan bisnisnya.



**Gambar 3.10.5** Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan bidang usaha

Selanjutnya, Gambar 3.10.6 memperlihatkan proporsi perusahaan pengguna intranet berdasarkan lokasi. Gambar tersebut menunjukkan bahwa di semua lokasi yang disurvei sebagian besar perusahaannya tidak menggunakan intranet. Gambar tersebut juga memperlihatkan bahwa

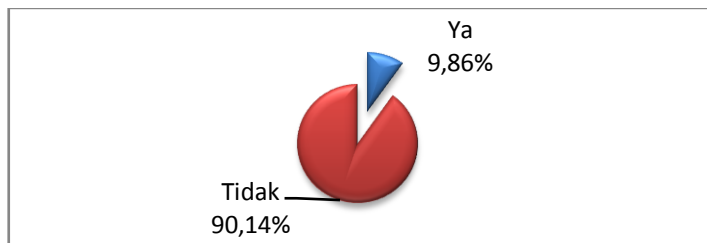
proporsi perusahaan pengguna intranet terbesar berada di Jakarta dan Semarang. Sementara itu, Surabaya merupakan daerah dengan proporsi pengguna intranet yang paling rendah yaitu tidak lebih 12%.



**Gambar 3.10.6** Persentase perusahaan pengguna intranet berdasarkan lokasi

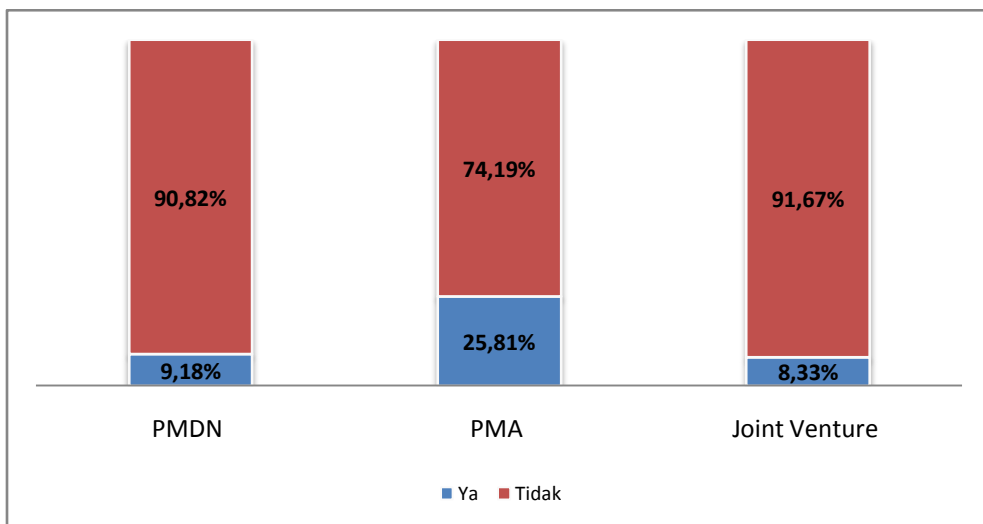
### 3.11 Penggunaan Extranet

Hasil survei terhadap penggunaan extranet yang diperlihatkan Gambar 3.11.1 menunjukkan bahwa lebih dari 90% perusahaan tidak menggunakan extranet. Kondisi ini mengimplikasikan bahwa sebagian besar perusahaan belum menggunakan fasilitas internet protokol yang ditujukan untuk berbagi informasi bisnis secara aman dengan para pemasok, vendor, pelanggan atau dengan partner bisnis lainnya.



**Gambar 3.11.1** Persentase perusahaan pengguna extranet

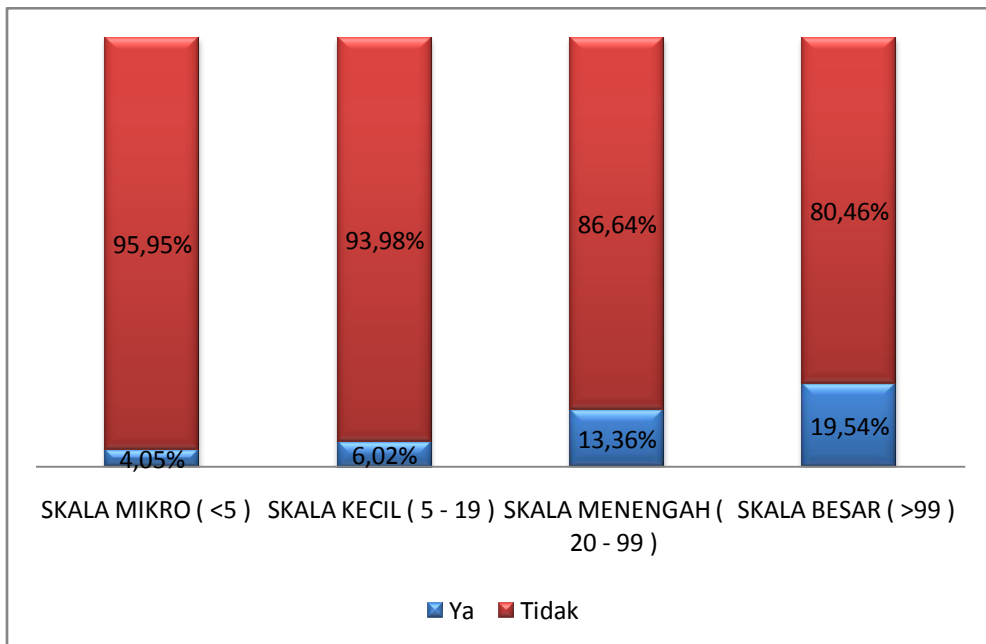
Penelusuran lebih lanjut terhadap penggunaan extranet berdasarkan status kepemilikan perusahaan juga menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan baik di perusahaan PMDN, PMA, dan Joint Venture tidak menggunakan extranet (Gambar 3.11.2). Namun demikian, gambar tersebut juga menunjukkan bahwa proporsi perusahaan yang menggunakan extranet terbesar adalah perusahaan PMA yaitu sebesar 25,81%. Sementara itu, proporsi perusahaan yang menggunakan extranet di perusahaan PMDN dan Joint Venture masing-masing 9,18% dan 8,33%. Lebih tingginya nilai proporsi pengguna extranet di perusahaan PMA mengimplikasikan lebih tingginya kebutuhan perusahaan PMA dibandingkan PMDN dan Joint Venture dalam melakukan komunikasi dan bertukar informasi dengan para partner kerjanya. Kondisi ini mendorong perusahaan PMA untuk menggunakan extranet sebagai media untuk berbagi informasi secara aman dengan para partner kerjanya.



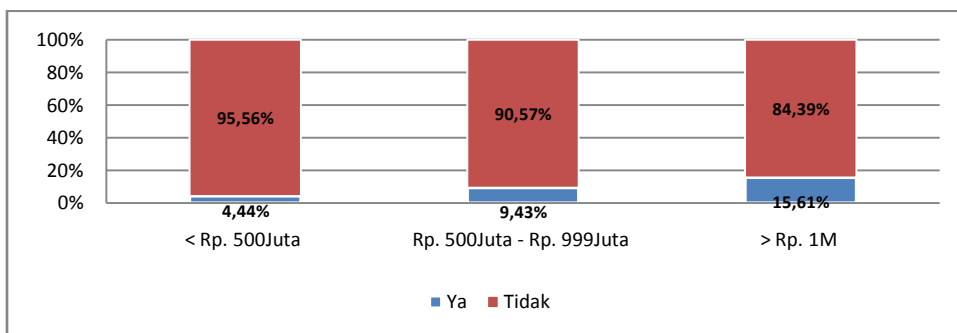
**Gambar 3.11.2** Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan status kepemilikan modal

Selanjutnya proporsi perusahaan yang menggunakan extranet berdasarkan skala usahanya diperlihatkan oleh Gambar 3.11.3 dan 3.11.4

Kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan di sektor bisnis belum menggunakan extranet guna mendukung kegiatan usahanya. Namun demikian, bila ditelaah lebih dalam, kedua gambar tersebut memperlihatkan bahwa semakin besar skala usaha (baik berdasarkan jumlah tenaga kerja maupun omset) proporsi perusahaan yang menggunakan extranet semakin besar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin besar perusahaan semakin besar kebutuhan akan penggunaan extranet. Semakin banyak tenaga kerja dan omset, semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk melakukan koordinasi dengan pihak eksternal perusahaan sehingga diperlukan adanya media komunikasi yang dapat mempermudahnya yang salah satunya dapat melalui penerapan extranet. Melalui penggunaan extranet, komunikasi dan berbagi informasi bisnis menjadi lebih cepat, efektif, dan aman.

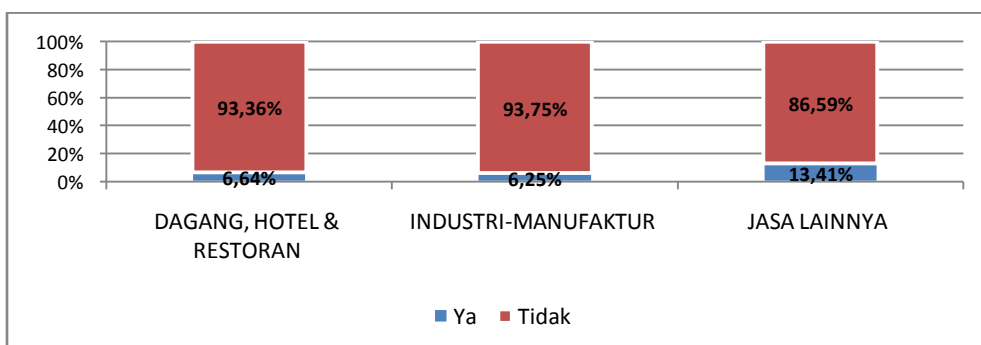


**Gambar 3.11.3** Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja)



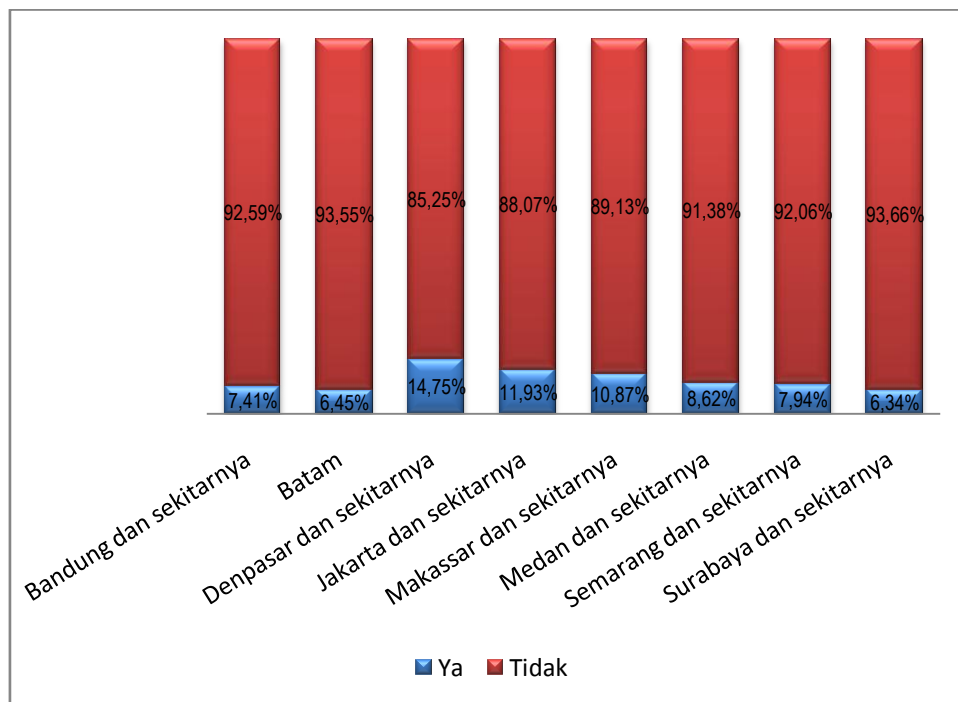
**Gambar 3.11.4** Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan skala usaha (omset)

Sementara itu, Gambar 3.11.5 memperlihatkan penggunaan extranet berdasarkan bidang usaha. Gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan di bidang usaha dagang, hotel dan restoran, industri manufaktur, serta jasa lainnya tidak menggunakan extranet. Sementara itu, bidang usaha jasa lainnya memiliki proporsi penggunaan extranet yang terbesar dibandingkan kedua bidang usaha lainnya. Kondisi ini mengimplikasikan bahwa kebutuhan bidang usaha jasa lainnya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan partner bisnisnya menggunakan internet protokol lebih tinggi dibandingkan kedua bidang usaha lainnya.



**Gambar 3.11.5** Persentase perusahaan pengguna extranet berdasarkan bidang usaha

Selanjutnya, Gambar 3.11.6 memperlihatkan proporsi perusahaan pengguna exranet berdasarkan lokasi. Gambar tersebut menunjukkan bahwa di semua lokasi yang disurvei sebagian besar perusahaannya tidak menggunakan exranet. Gambar tersebut juga memperlihatkan bahwa proporsi perusahaan pengguna exranet terbesar berada di Denpasar, Jakarta, dan Makassar dengan nilai masing-masing sebesar 14,75%; 11,93%; dan 10,87%. Sementara itu, Surabaya merupakan daerah dengan proporsi pengguna exranet yang paling rendah yaitu tidak lebih dari angka 6,34%.

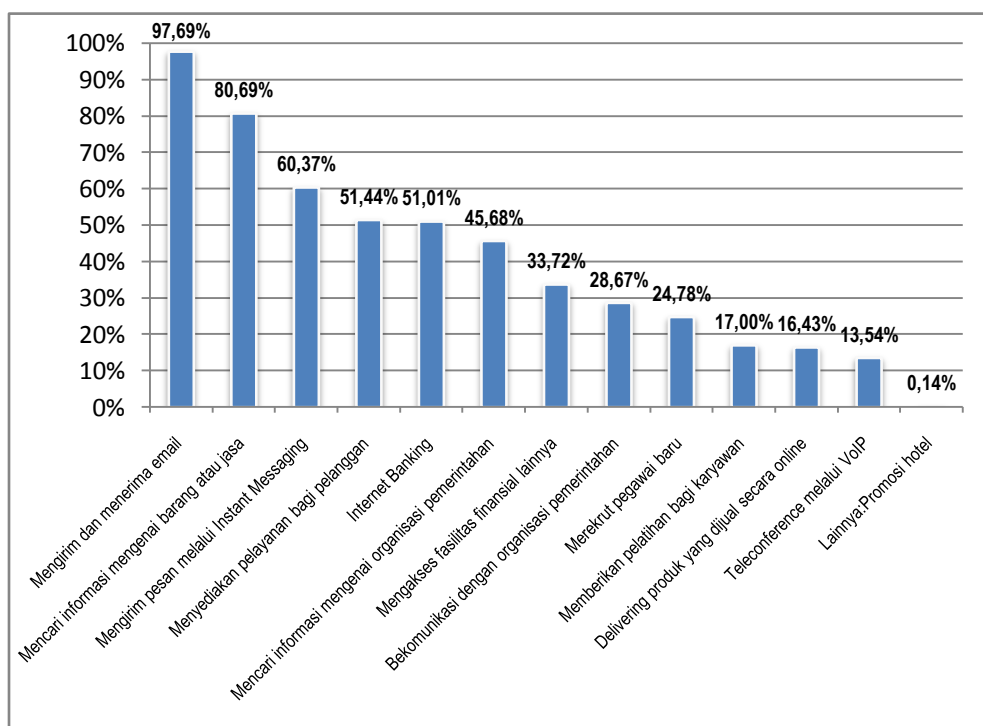


**Gambar 3.11.6** Persentase perusahaan pengguna exranet berdasarkan lokasi

### 3.12 Aktifitas dalam Menggunakan Internet

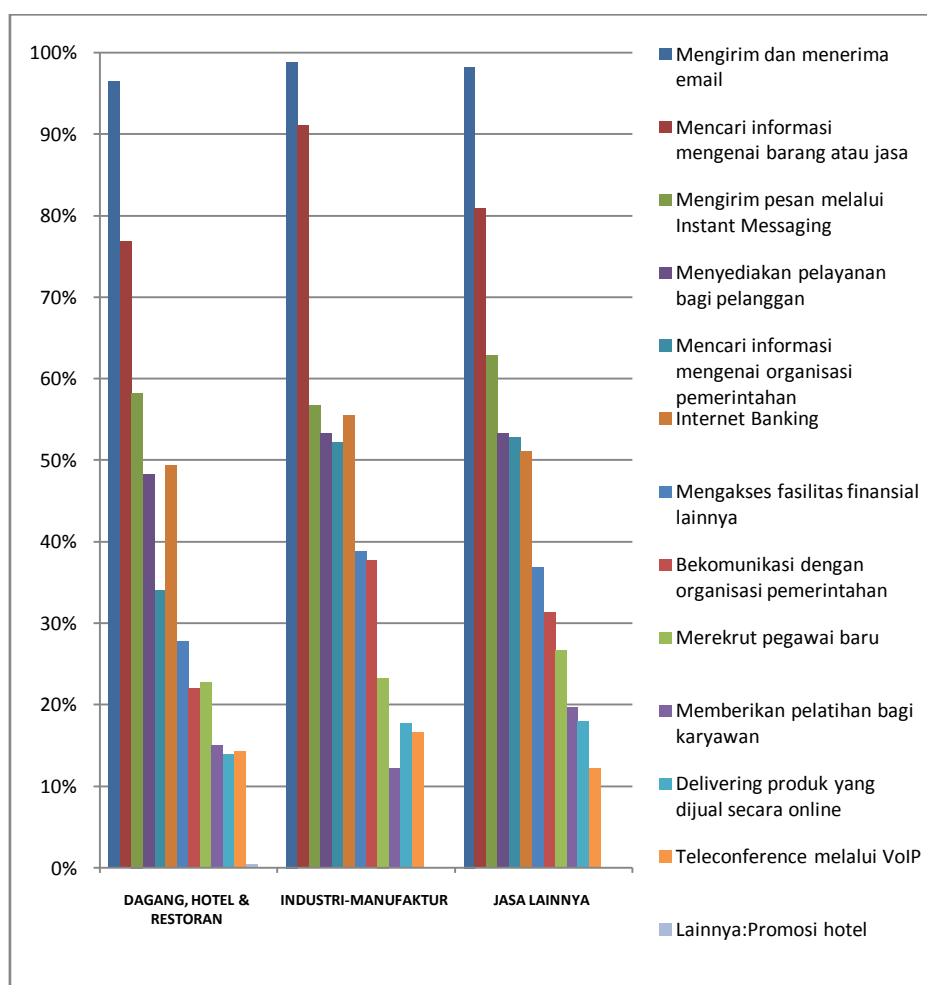
Internet merupakan wahana yang menyediakan berbagai fasilitas. Pemanfaatan internet yang tinggi dapat menunjukkan tingkat pemahaman yang lebih baik dalam menggunakan internet dengan lebih optimal. Sektor

bisnis seharusnya menjadi sektor yang sangat diuntungkan dengan kehadiran internet, berbagai hal bisa dilakukan *via* internet dengan biaya dan waktu yang lebih efisien dibandingkan dengan cara konvensional. Karena itu menarik untuk melihat pola pemanfaatan internet dalam sektor bisnis. Berdasarkan hasil survei yang ditunjukkan oleh Gambar 3.12.1, aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas pemanfaat internet yang dilakukan oleh hampir semua perusahaan yang terjaring dalam survei (97,69%). Sedangkan masih sangat sedikit perusahaan bisnis di Indonesia yang memanfaatkan internet untuk aktivitas memberikan pelatihan bagi karyawan (17%), delivering produk secara online (16,43%) dan melakukan teleconference melalui VoIP (13,54%). Dan jika diperhatikan aktivitas yang masih sangat sedikit dilakukan tersebut masih berkaitan erat dengan konektivitas jaringan internet di Indonesia yang masih belum maksimal.



**Gambar 3.12.1** Persentase perusahaan pengguna Internet berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan

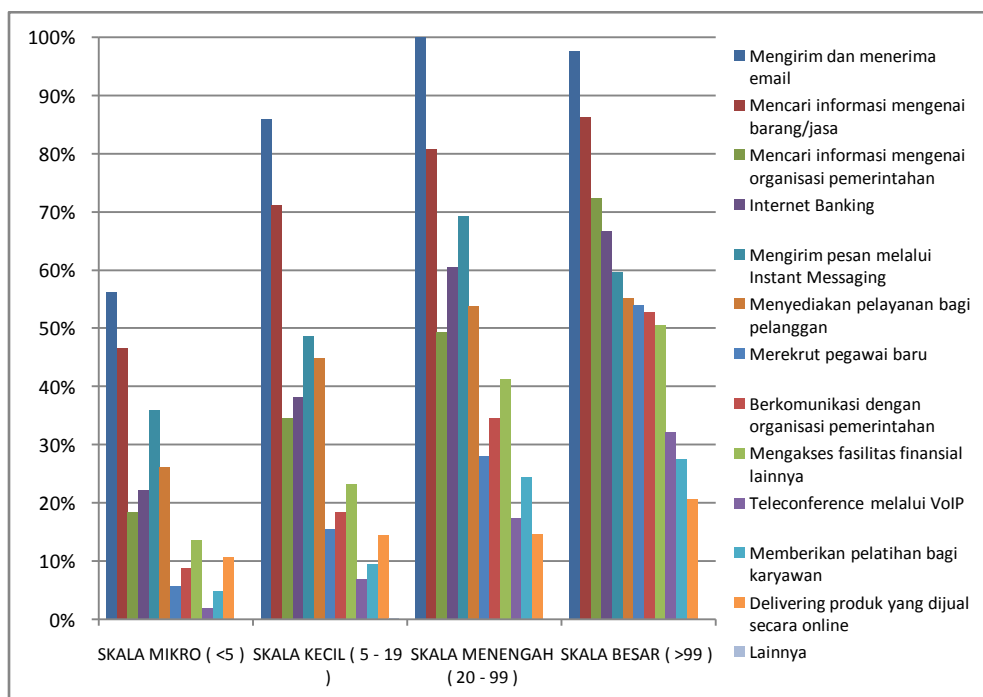
Bila dipilah berdasarkan bidang usaha, maka tidak terdapat perbedaan aktifitas pemanfaatan internet yang cukup signifikan diantara ketiga bidang usaha, baik jasa perdagangan, perhotelan dan restoran, jasa lainnya maupun manufaktur. Aktifitas mengirim dan menerima email merupakan kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan di semua bidang usaha (persentase lebih dari 90% pada seluruh bidang usaha), demikian pula aktifitas untuk mencari informasi mengenai barang dan jasa. (Gambar 3.12.2).



**Gambar 3.12.2 Persentase perusahaan berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan dan bidang usaha**

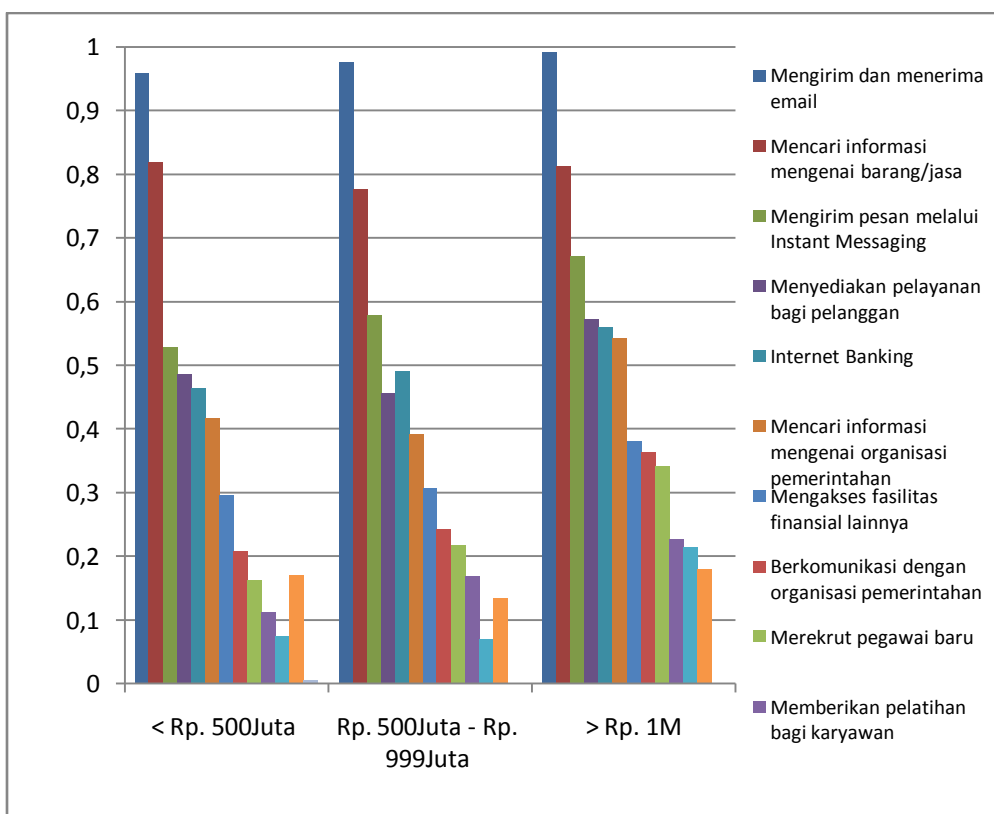


Gambaran yang sama juga terjadi bila perusahaan dipilah berdasarkan skala usaha (jumlah tenaga kerja). Gambar 3.12.3 menunjukkan bahwa aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas yang dilakukan oleh hampir seluruh perusahaan dengan tingkat skala usaha (jumlah tenaga kerja) manapun. Sebanyak 56,31% perusahaan skala minor, 86,03% perusahaan skala kecil, 100% perusahaan skala menengah dan 97,70% perusahaan skala besar mengaku melakukan aktifitas mengirim dan menerima email dalam aktifitas internet perusahaan mereka. Selain itu gambar 3.12.3 menunjukkan adanya hubungan antara pemanfaatan internet dengan skala usaha (jumlah tenaga kerja), hal ini dilihat dari semakin tingginya persentase perusahaan yang melakukan setiap aktifitas internet dengan semakin tingginya tingkatan skala usaha perusahaan (berdasarkan jumlah tenaga kerja).



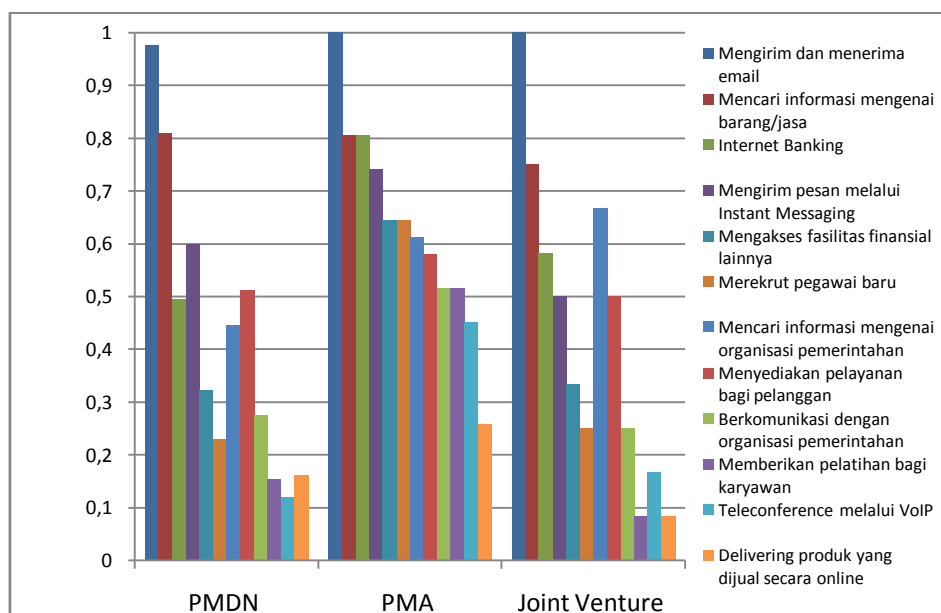
**Gambar 3.12.3 Persentase perusahaan dengan aktifitas internet yang dilakukan dan skala usaha (jumlah tenaga kerja)**

Gambaran yang sama juga terjadi bila perusahaan dipilah berdasarkan skala usaha (omset). Gambar 3.12.4 menunjukkan bahwa aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas yang dilakukan oleh hampir seluruh perusahaan dengan tingkat skala usaha (omset) manapun. Sebanyak lebih dari 95 perusahaan pada kelompok skala usaha berdasarkan omset mengaku melakukan aktifitas mengirim dan menerima email dalam aktifitas internet perusahaan mereka. Selain itu gambar 3.12.4 jua menunjukkan adanya hubungan antara pemanfaatan internet dengan skala usaha (jumlah tenaga kerja), hal ini dilihat dari semakin tingginya persentase perusahaan yang melakukan setiap aktifitas internet dengan semakin tingginya tingkatan skala usaha perusahaan (omset).



**Gambar 3.12.4 Persentase perusahaan dengan aktifitas internet yang dilakukan dan skala usaha (omset)**

Gambar 3.12.5 memperlihatkan aktifitas yang dilakukan perusahaan berdasarkan kepemilikan modal. Pada gambar tersebut terlihat bahwa, aktifitas mengirim dan menerima email merupakan aktifitas yang dilakukan oleh hampir semua perusahaan baik pada perusahaan PMDN, PMA maupun *Joint Venture*. Berdasarkan gambar tersebut terlihat pula bahwa perusahaan PMA memiliki tingkat pemanfaatan internet yang paling tinggi dibandingkan perusahaan dengan kepemilikan modal lainnya. Selain itu, terlihat pula adanya perbedaan pada pola pemanfaatan internet yang dilakukan oleh perusahaan PMA, seperti *internet banking* (80,65%), merekrut pegawai baru (64,52%), berkomunikasi dengan organisasi pemerintahan (51,61%), memberikan pelatihan kepada pegawai (51,61%) serta melakukan *teleconference* dengan VoIP. Sedangkan pada aktifitas pemanfaatan internet tersebut hanya sedikit dilakukan oleh perusahaan PMDN dan *Joint Venture* (intensitas rata-rata 20%).



**Gambar 3.12.5 Persentase perusahaan berdasarkan aktifitas internet yang dilakukan dan status kepemilikan modal**

# IV KESIMPULAN

Kegiatan survei yang diselenggarakan oleh Pusat Data - Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bekerjasama dengan Pusat Penelitian Perkembangan Iptek (Pappiptek) - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) ini ditujukan untuk mengidentifikasi akses dan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sektor bisnis. Survei menggunakan metode kluster sampling acak dengan menetapkan delapan kota besar sebagai kluster, yaitu Batam, Medan, DKI Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali dan Makasar. Informasi yang diidentifikasi dalam survei ini adalah mengenai (1) penggunaan komputer; (2) tenaga kerja pengguna komputer; (3) penggunaan internet; (4) tenaga kerja pengguna internet; (5) koneksi internet; (6) penggunaan *web*; (7) pemanfaatan internet untuk pemesanan barang atau jasa; (8) pemanfaatan internet untuk penawaran barang atau jasa; (9) penggunaan LAN; (10) penggunaan intranet; (11) penggunaan extranet; dan (12) aktifitas penggunaan internet.

Berdasarkan hasil survei, diperoleh beberapa hal penting mengenai akses dan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di sektor bisnis:

1. Hasil survei menunjukkan tingginya penggunaan komputer di sektor bisnis. 92% perusahaan yang disurvei telah menggunakan komputer untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Tinggi penggunaan komputer tersebut juga terjadi jika perusahaan dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya, seperti lokasi, status kepemilikan perusahaan, bidang usaha, skala usaha berdasarkan tenaga kerja dan skala usaha berdasarkan omset perusahaan.

2. Dalam hal penggunaan internet, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah menggunakan internet (86%) untuk mendukung kegiatan bisnis mereka. Sejalan dengan penggunaan komputer, tingginya penggunaan internet juga terjadi pada kelompok perusahaan berdasarkan lokasi, status kepemilikan perusahaan, bidang usaha, skala usaha berdasarkan tenaga kerja dan skala usaha berdasarkan omset perusahaan.
3. Walaupun persentase perusahaan yang telah menggunakan komputer dan internet sudah cukup tinggi, namun rasio tenaga kerja pengguna komputer dan internet dengan total tenaga kerja masih rendah. Secara total rasio tenaga kerja pengguna computer dan internet adalah 0.19 dan 0.13. Angka ini memiliki perbedaan jika perusahaan dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya. Rasio paling rendah adalah pada kelompok perusahaan dengan bidang usaha industri manufaktur, hal ini terkait dengan karakter industri manufaktur yang padat tenaga kerja dan proporsi tenaga kerja terbesar adalah pada bagian produksi. Hal ini sejalan dengan ratio kelompok perusahaan dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih yang memiliki rasio paling rendah dibandingkan kelompok perusahaan lainnya.
4. Identifikasi terhadap koneksitas internet menunjukkan bahwa sekitar 83% dari seluruh perusahaan menggunakan teknologi *fixed broadband* sebagai koneksi internet. Sementara itu, teknologi *narrowband* merupakan teknologi yang paling sedikit digunakan oleh perusahaan untuk koneksitas internet. Hasil survei mengindikasikan bahwa terdapat hubungan antara skala usaha yang dimiliki perusahaan (baik berdasarkan total tenaga kerja maupun omset) terhadap pemakaian *fixed broadband* dan *mobile broadband*. Semakin besar skala usaha perusahaan, maka semakin besar kecenderungan mereka dalam menggunakan *fixed*

*broadband* dan semakin kecil persentase penggunaan *mobile broadband*. Walaupun mereka masih bisa menggunakan teknologi tersebut secara bersamaan, tetapi pada perusahaan besar cenderung menggunakan ISP dan ketergantungan pada *mobile broadband* pun menurun.

5. Walaupun penggunaan internet pada sektor bisnis Indonesia sudah cukup tinggi, tetapi penggunaan sarana TIK yang terkait dengan internet seperti *web*, LAN, intranet dan ekstranet masih rendah. Hal ini terlihat dari sebagian besar perusahaan belum memiliki *web*. Hanya sebanyak 53,78% perusahaan yang telah memiliki *web* perusahaan. Hasil survei juga menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan LAN lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang menggunakan *web*, sebanyak 49,56% perusahaan telah memiliki LAN sebagai infrastruktur jaringan komputer. Sedangkan dalam penggunaan intranet dan ekstranet adalah yang paling rendah, yaitu sebanyak 27,97% perusahaan yang menggunakan intranet dan hanya sebanyak 9,86% perusahaan yang menggunakan extranet. Survei juga menunjukkan bahwa status kepemilikan usaha serta skala usaha perusahaan mempengaruhi penggunaan sarana TIK tersebut. Perusahaan PMA, memiliki persentase yang lebih tinggi pada penggunaan sarana TIK tersebut. Demikian pula pada perusahaan dengan skala usaha besar, baik berdasarkan jumlah tenaga kerja maupun omset.
6. Selain penggunaan sarana TIK terkait internet yang masih rendah, perusahaan bisnis Indonesia juga masih belum memanfaatkan internet dengan optimal. Hal ini terlihat dari masih rendahnya persentase perusahaan yang memanfaatkan internet untuk kegiatan penjualan dan penawaran barang/jasanya. Hanya sebanyak 45,97% perusahaan yang telah melakukan penjual barang/jasanya melalui internet dan 52,31% perusahaan yang melakukan penawaran barang/jasa. Mayoritas

perusahaan menggunakan internet untuk mengirim dan menerima email (97,69% perusahaan), mencari informasi mengenai barang dan jasa (80,69%), menyediakan pelayanan bagi pelanggan (51,44%) dan internet banking (51,01%). Untuk aktivitas lainnya masih sangat sedikit perusahaan yang melakukannya, seperti aktivitas memberikan pelatihan bagi karyawan (17%), delivering produk secara online (16,43%) dan melakukan teleconference melalui VoIP (13,54%).

**DAFTAR PUSTAKA**

Kalamullah, R. Et.al. 2010. *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2010*. Jakarta:Pusat Data Kementerian Komunikasi dan Informatika

Scheaffer, R.L., Mendenhall III, W., & Ott, L. 1996. *Elementary survey sampling, fifth edition*. New York: Duxbury Press.

International Telecommunication Union. 2009. *Measuring The Information Society:The ICT Development Index 2009*. Geneva: International Telecommunication Union.



# LAMPIRAN

**DATA PENUNJANG DAN FORM  
KUESIONER**

## Daftar Tabel

Tabel 2.1.2 Perbandingan distribusi perusahaan pada sampel dan populasi di 4 pulau besar Indonesia .....	84
Tabel 2.2.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Bidang Usaha.....	84
Tabel 2.2.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Lokasi dan Bidang Usaha.....	84
Tabel 2.3.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	85
Tabel 2.3.2 Perusahaan Berdasarkan Status Kepemilikan Modal dan Bidang Usaha.....	85
Tabel 2.4.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	85
Tabel 2.4.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha dan Bidang Usaha.....	86
Tabel 2.4.3 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Omset).....	86
Tabel 2.4.4 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Omset) dan Bidang Usaha .....	86
Tabel 3.1.2 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	87
Tabel 3.1.3 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	87
Tabel 3.1.4 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Omset) .....	88
Tabel 3.1.5 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Bidang Usaha .....	88
Tabel 3.1.6 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Lokasi.....	89
Tabel 3.2.1 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	89
Tabel 3.2.2 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	90
Tabel 3.2.3 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Skala Usaha (Omset).....	90

Tabel 3.2.4 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Bidang Usaha.....	90
Tabel 3.2.5 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Lokasi.....	91
Tabel 3.3.1 Persentase Perusahaan Pengguna Internet .....	91
Tabel 3.3.2 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Bidang Usaha.....	92
Tabel 3.3.3 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Lokasi Perusahaan .....	92
Tabel 3.3.4 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Status Berdasarkan Status Kepemilikan Modal.....	93
Tabel 3.3.5 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	93
Tabel 3.3.6 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Omset).....	93
Tabel 3.4.1 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Bidang Usaha.....	94
Tabel 3.4.2 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Lokasi.....	94
Tabel 3.4.3 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	94
Tabel 3.4.4 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	95
Tabel 3.4.5 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Omset).....	95
Tabel 3.5.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet.....	95
Tabel 3.5.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Lokasi.....	96
Tabel 3.5.3 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Bidang Usaha.....	96
Tabel 3.5.4 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Status Kepemilikan Modal .....	97
Tabel 3.5.5 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	97

Tabel 3.5.6 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Skala Usaha (Omset).....	98
Tabel 3.6.1 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence .....	98
Tabel 3.6.2 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	98
Tabel 3.6.3 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	99
Tabel 3.6.4 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Status Bidang Usaha .....	99
Tabel 3.6.5 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Lokasi.....	100
Tabel 3.6.6 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Skala Usaha (Omset) .....	100
Tabel 3.7.1 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa .....	100
Tabel 3.7.2 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Bidang Usaha.....	101
Tabel 3.7.3 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Lokasi.....	101
Tabel 3.7.4 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	102
Tabel 3.7.5 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	102
Tabel 3.7.6 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Omset) .....	102
Tabel 3.8.1 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa .....	103
Tabel 3.8.2 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Bidang Usaha.....	103

Tabel 3.8.3 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Lokasi.....	104
Tabel 3.8.4 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	104
Tabel 3.8.5 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	105
Tabel 3.8.6 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Omset).....	105
Tabel 3.9.1 Persentase Perusahaan Pengguna LAN .....	105
Tabel 3.9.2 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Status Kepemilikan Modal .....	106
Tabel 3.9.3 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	106
Tabel 3.9.4 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Bidang Usaha.....	106
Tabel 3.9.5 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Lokasi.....	107
Tabel 3.10.1 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet .....	107
Tabel 3.10.2 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal.....	107
Tabel 3.10.3 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	108
Tabel 3.10.4 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Skala Usaha (Omset) .....	108
Tabel 3.10.5 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Bidang Usaha .....	108
Tabel 3.10.6 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Lokasi .....	109
Tabel 3.11.1 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet .....	109
Tabel 3.11.2 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal.....	110

Tabel 3.11.3 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja) .....	110
Tabel 3.11.4 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Skala Usaha (Omset) .....	110
Tabel 3.11.5 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Bidang Usaha .....	111
Tabel 3.11.6 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Lokasi.....	111
Tabel 3.12.1 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan .....	112
Tabel 3.12.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Bidang Usaha .....	113
Tabel 3.12.3 Persentase Perusahaan Dengan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja).....	114
Tabel 3.12.4 Persentase Perusahaan Dengan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Skala Usaha (Omset).....	115
Tabel 3.12.5 Persentase Perusahaan Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Status Kepemilikan Modal.....	116

**Tabel 2.1.2 Perbandingan distribusi perusahaan pada sampel dan populasi di 4 pulau besar Indonesia**

Pulau	Sampel	Populasi
Jawa	74,10%	68,02%
Sumatera	11,95%	18,85%
Sulawesi	5,73%	7,43%
Bali	8,22%	5,67%

**Tabel 2.2.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan	Persentase
Dagang, Hotel & Restoran	332	41,35%
Industri - Manufaktur	103	12,83%
Jasa lainnya	368	45,83%

**Tabel 2.2.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Lokasi dan Bidang Usaha**

Lokasi	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya
Bandung dan sekitarnya	10	31	26	14,93%	46,27%	38,81%
Batam	6	17	8	19,35%	54,84%	25,81%
Denpasar dan sekitarnya	12	30	24	18,18%	45,45%	36,36%
Jakarta dan sekitarnya	37	119	155	11,90%	38,26%	49,84%
Makassar dan sekitarnya	6	15	25	13,04%	32,61%	54,35%
Medan dan sekitarnya	7	31	27	10,77%	47,69%	41,54%
Semarang dan sekitarnya	8	27	33	11,76%	39,71%	48,53%
Surabaya dan sekitarnya	17	62	70	11,41%	41,61%	46,98%

**Tabel 2.3.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan	Persentase
PMDN	760	94,65%
PMA	31	3,86%
Joint Venture	12	1,49%

**Tabel 2.3.2 Perusahaan Berdasarkan Status Kepemilikan Modal dan Bidang Usaha**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya
PMDN	91	318	351	11,97%	41,84%	46,18%
PMA	9	10	12	29,03%	32,26%	38,71%
Joint Venture	3	4	5	25,00%	33,33%	41,67%

**Tabel 2.4.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Jumlah Perusahaan	Persentase
Skala Mikro ( <5 )	103	12,83%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	358	44,58%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	255	31,76%
Skala Besar ( >99 )	87	10,83%



**Tabel 2.4.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha dan Bidang Usaha**

Tenaga Kerja	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya
Skala Mikro ( <5 )	13	57	33	12,62%	55,34%	32,04%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	39	156	163	10,89%	43,58%	45,53%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	24	97	134	9,41%	38,04%	52,55%
Skala Besar ( >99 )	27	22	38	31,03%	25,29%	43,68%

**Tabel 2.4.3 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan	Persentase
< Rp. 500Juta	284	37,37%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	234	30,79%
> Rp. 1M	242	31,84%

**Tabel 2.4.4 Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Omset) dan Bidang Usaha**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya	Industri Manufaktur	Dagang, Hotel & Restoran	Jasa Lainnya
< Rp. 500Juta	36	121	127	12,68%	42,61%	44,72%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	29	109	96	12,39%	46,58%	41,03%
> Rp. 1M	33	89	120	13,64%	36,78%	49,59%

**Tabel 3.1.1 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer**

Menggunakan komputer	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	740	92,15%
Tidak	63	7,85%

**Tabel 3.1.2 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	697	63	91,71%	8,29%
PMA	31	0	100%	0%
Joint Venture	12	0	100%	0%

**Tabel 3.1.3 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro (<5)	74	29	71,84%	28,16%
Skala Kecil (5 - 19)	332	26	92,74%	7,26%
Skala Menengah (20 - 99)	247	8	96,86%	3,14%
Skala Besar (>99)	87	0	100,00%	0,00%

**Tabel 3.1.4 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	248	36	87,32%	12,68%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	212	22	90,60%	9,40%
> Rp. 1M	237	5	97,93%	2,07%

**Tabel 3.1.5 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	286	46	86,14%	13,86%
Industri - Manufaktur	96	7	93,20%	6,80%
Jasa lainnya	358	10	97,28%	2,72%

**Tabel 3.1.6 Persentase Perusahaan Pengguna Komputer Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	54	13	80,60%	19,40%
Batam	31	0	100%	0%
Denpasar dan sekitarnya	61	5	92,42%	7,58%
Jakarta dan sekitarnya	285	26	91,64%	8,36%
Makassar dan sekitarnya	46	0	100%	0%
Medan dan sekitarnya	58	7	89,23%	10,77%
Semarang dan sekitarnya	63	5	92,65%	7,35%
Surabaya dan sekitarnya	142	7	95,30%	4,70%

**Tabel 3.2.1 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Proporsi
PMDN	0,26
PMA	0,54
Joint Venture	0,02

**Tabel 3.2.2 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Proporsi
Skala Mikro ( <5 )	0,58
Skala Kecil ( 5 - 19 )	0,42
Skala Menengah ( 20 - 99 )	0,37
Skala Besar ( >99 )	0,15

**Tabel 3.2.3 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Proporsi
< Rp. 500Juta	0,36
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	0,31
> Rp. 1M	0,26

**Tabel 3.2.4 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Proporsi
Dagang, Hotel & Restoran	0,32
Industri - Manufaktur	0,09
Jasa lainnya	0,28

**Tabel 3.2.5 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Komputer Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Proporsi
Bandung dan sekitarnya	0,3
Batam	0,24
Denpasar dan sekitarnya	0,22
Jakarta dan sekitarnya	0,27
Makassar dan sekitarnya	0,31
Medan dan sekitarnya	0,48
Semarang dan sekitarnya	0,34
Surabaya dan sekitarnya	0,06

**Tabel 3.3.1 Persentase Perusahaan Pengguna Internet**

Menggunakan internet	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	694	86,43%
Tidak	109	13,57%

**Tabel 3.3.2 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	259	73	78,01%	21,99%
Industri - Manufaktur	90	13	87,38%	12,62%
Jasa lainnya	345	23	93,75%	6,25%

**Tabel 3.3.3 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Lokasi Perusahaan**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	46	21	68,66%	31,34%
Batam	31	0	100%	0%
Denpasar dan sekitarnya	57	9	86,36%	13,64%
Jakarta dan sekitarnya	267	44	85,85%	14,15%
Makassar dan sekitarnya	44	2	95,65%	4,35%
Medan dan sekitarnya	51	14	78,46%	21,54%
Semarang dan sekitarnya	60	8	88,24%	11,76%
Surabaya dan sekitarnya	138	11	92,62%	7,38%

**Tabel 3.3.4 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Status Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	651	109	85,66%	14,34%
PMA	31	0	100%	0%
Joint Venture	12	0	100%	0%

**Tabel 3.3.5 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro ( <5 )	61	42	59,22%	40,78%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	316	42	88,27%	11,73%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	231	24	90,59%	9,41%
Skala Besar ( >99 )	86	1	98,85%	1,15%

**Tabel 3.3.6 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	216	68	76,06%	23,94%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	202	32	86,32%	13,68%
> Rp. 1M	234	8	96,69%	3,31%



**Tabel 3.4.1 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Proporsi
Dagang, Hotel & Restoran	0,24
Industri - Manufaktur	0,06
Jasa lainnya	0,18

**Tabel 3.4.2 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Proporsi
Bandung dan sekitarnya	0,16
Batam	0,19
Denpasar dan sekitarnya	0,17
Jakarta dan sekitarnya	0,19
Makassar dan sekitarnya	0,2
Medan dan sekitarnya	0,3
Semarang dan sekitarnya	0,23
Surabaya dan sekitarnya	0,04

**Tabel 3.4.3 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Proporsi
PMDN	0,17
PMA	0,44
Joint Venture	0,02

**Tabel 3.4.4 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Proporsi
Skala Mikro ( <5 )	0,52
Skala Kecil ( 5 - 19 )	0,35
Skala Menengah ( 20 - 99 )	0,27
Skala Besar ( >99 )	0,1

**Tabel 3.4.5 Proporsi Tenaga Kerja Pengguna Internet Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Proporsi
< Rp. 500Juta	0,28
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	0,23
> Rp. 1M	0,16

**Tabel 3.5.1 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet**

Koneksi Internet	Jumlah Perusahaan	Persentase
Narrowband	49	7,06%
Fixed Broadband	576	83,00%
Mobile Broadband	110	15,85%

**Tabel 3.5.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Lokasi**

Domisili	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband
Bandung dan sekitarnya	7	32	11	15,22%	69,57%	23,91%
Batam	0	28	6	0,00%	90,32%	19,35%
Denpasar dan sekitarnya	8	43	8	14,04%	75,44%	14,04%
Jakarta dan sekitarnya	19	232	30	7,12%	86,89%	11,24%
Makassar dan sekitarnya	3	36	6	6,82%	81,82%	13,64%
Medan dan sekitarnya	5	38	13	9,80%	74,51%	25,49%
Semarang dan sekitarnya	3	51	13	5,00%	85,00%	21,67%
Surabaya dan sekitarnya	4	116	23	2,90%	84,06%	16,67%

**Tabel 3.5.3 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband
Dagang, Hotel & Restoran	21	206	43	8,11%	79,54%	16,60%
Industri - Manufaktur	6	72	16	6,67%	80,00%	17,78%
Jasa lainnya	22	298	51	6,38%	86,38%	14,78%

**Tabel 3.5.4 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband
PMDN	47	538	106	7,22%	82,64%	16,28%
PMA	1	28	3	3,23%	90,32%	9,68%
Joint Venture	1	10	1	8,33%	83,33%	8,33%

**Tabel 3.5.5 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband
Skala Mikro (<5)	8	41	17	13,11%	67,21%	27,87%
Skala Kecil (5 - 19)	26	244	59	8,23%	77,22%	18,67%
Skala Menengah (20 - 99)	11	209	23	4,76%	90,48%	9,96%
Skala Besar (>99)	4	82	11	4,65%	95,35%	12,79%

**Tabel 3.5.6 Persentase Perusahaan Berdasarkan Koneksi Internet dan Skala Usaha (Omset)**

Omset	Jumlah Perusahaan			Persentase		
	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband	Narrowband	Fixed Broadband	Mobile Broadband
< Rp. 500Juta	21	168	36	9,72%	77,78%	16,67%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	12	167	33	5,94%	82,67%	16,34%
> Rp. 1M	14	203	35	5,98%	86,75%	14,96%

**Tabel 3.6.1 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence**

Menggunakan web	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	316	39,35%
Tidak	487	60,65%

**Tabel 3.6.2 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	277	483	36,45%	63,55%
PMA	28	3	90,32%	9,68%
Joint Venture	11	1	91,67%	8,33%

**Tabel 3.6.3 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro ( <5 )	18	85	17,48%	82,52%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	111	247	31,01%	68,99%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	119	136	46,67%	53,33%
Skala Besar ( >99 )	68	19	78,16%	21,84%

**Tabel 3.6.4 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Status Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	117	215	35,24%	64,76%
Industri - Manufaktur	38	65	36,89%	63,11%
Jasa lainnya	161	207	43,75%	56,25%

**Tabel 3.6.5 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Lokasi**

8	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	12	55	17,91%	82,09%
Batam	19	12	61,29%	38,71%
Denpasar dan sekitarnya	34	32	51,52%	48,48%
Jakarta dan sekitarnya	147	164	47,27%	52,73%
Makassar dan sekitarnya	15	31	32,61%	67,39%
Medan dan sekitarnya	15	50	23,08%	76,92%
Semarang dan sekitarnya	20	48	29,41%	70,59%
Surabaya dan sekitarnya	54	95	36,24%	63,76%

**Tabel 3.6.6 Persentase Perusahaan Pengguna Web Presence Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	67	217	23,59%	76,41%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	84	150	35,90%	64,10%
> Rp. 1M	139	103	57,44%	42,56%

**Tabel 3.7.1 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa**

Menerima Pemesanan Barang/Jasa	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	319	45,97%
Tidak	375	54,03%

**Tabel 3.7.2 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	110	149	42,47%	57,53%
Industri - Manufaktur	52	38	57,78%	42,22%
Jasa lainnya	157	188	45,51%	54,49%

**Tabel 3.7.3 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	22	24	47,83%	52,17%
Batam	18	13	58,06%	41,94%
Denpasar dan sekitarnya	31	26	54,39%	45,61%
Jakarta dan sekitarnya	111	156	41,57%	58,43%
Makassar dan sekitarnya	18	26	40,91%	59,09%
Medan dan sekitarnya	16	35	31,37%	68,63%
Semarang dan sekitarnya	18	42	30,00%	70,00%
Surabaya dan sekitarnya	85	53	61,59%	38,41%



**Tabel 3.7.4 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	300	351	46,08%	53,92%
PMA	15	16	48,39%	51,61%
Joint Venture	4	8	33,33%	66,67%

**Tabel 3.7.5 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro (<5)	27	34	44,26%	55,74%
Skala Kecil (5 - 19)	159	157	50,32%	49,68%
Skala Menengah (20 - 99)	95	136	41,13%	58,87%
Skala Besar (>99)	38	48	44,19%	55,81%

**Tabel 3.7.6 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menerima Pemesanan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	98	118	45,37%	54,63%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	94	108	46,53%	53,47%
> Rp. 1M	112	122	47,86%	52,14%

**Tabel 3.8.1 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa**

Menawarkan Barang/Jasa	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	363	52,31%
Tidak	331	47,69%

**Tabel 3.8.2 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	124	135	47,88%	52,12%
Industri - Manufaktur	51	39	56,67%	43,33%
Jasa lainnya	188	157	54,49%	45,51%

**Tabel 3.8.3 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	20	26	43,48%	56,52%
Batam	16	15	51,61%	48,39%
Denpasar dan sekitarnya	34	23	59,65%	40,35%
Jakarta dan sekitarnya	137	130	51,31%	48,69%
Makassar dan sekitarnya	20	24	45,45%	54,55%
Medan dan sekitarnya	12	39	23,53%	76,47%
Semarang dan sekitarnya	28	32	46,67%	53,33%
Surabaya dan sekitarnya	96	42	69,57%	30,43%

**Tabel 3.8.4 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	342	309	52,53%	47,47%
PMA	17	14	54,84%	45,16%
Joint Venture	4	8	33,33%	66,67%

**Tabel 3.8.5 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha (Jumlah tenaga Kerja)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro ( <5 )	29	32	47,54%	52,46%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	174	142	55,06%	44,94%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	115	116	49,78%	50,22%
Skala Besar ( >99 )	45	41	52,33%	47,67%

**Tabel 3.8.6 Persentase Perusahaan yang Memanfaatkan Internet untuk Menawarkan Barang atau Jasa Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	113	103	52,31%	47,69%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	111	91	54,95%	45,05%
> Rp. 1M	125	109	53,42%	46,58%

**Tabel 3.9.1 Persentase Perusahaan Pengguna LAN**

Menggunakan LAN	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	398	53,78%
Tidak	342	46,22%

**Tabel 3.9.2 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	361	336	51,79%	48,21%
PMA	26	5	83,87%	16,13%
Joint Venture	11	1	91,67%	8,33%

**Tabel 3.9.3 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro ( <5 )	11	63	14,86%	85,14%
Skala Kecil ( 5 - 19 )	143	189	43,07%	56,93%
Skala Menengah ( 20 - 99 )	163	84	65,99%	34,01%
Skala Besar ( >99 )	81	6	93,10%	6,90%

**Tabel 3.9.4 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	142	144	49,65%	50,35%
Industri - Manufaktur	43	53	44,79%	55,21%
Jasa lainnya	213	145	59,50%	40,50%

**Tabel 3.9.5 Persentase Perusahaan Pengguna LAN Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	20	34	37,04%	62,96%
Batam	17	14	54,84%	45,16%
Denpasar dan sekitarnya	29	32	47,54%	52,46%
Jakarta dan sekitarnya	207	78	72,63%	27,37%
Makassar dan sekitarnya	27	19	58,70%	41,30%
Medan dan sekitarnya	24	34	41,38%	58,62%
Semarang dan sekitarnya	34	29	53,97%	46,03%
Surabaya dan sekitarnya	40	102	28,17%	71,83%

**Tabel 3.10.1 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet**

Menggunakan intranet	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	265	35,81%
Tidak	475	64,19%

**Tabel 3.10.2 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	239	458	34,29%	65,71%
PMA	19	12	61,29%	38,71%
Joint Venture	7	5	58,33%	41,67%

**Tabel 3.10.3 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro (<5)	15	59	20,27%	79,73%
Skala Kecil (5 - 19)	94	238	28,31%	71,69%
Skala Menengah (20 - 99)	98	149	39,68%	60,32%
Skala Besar (>99)	58	29	66,67%	33,33%

**Tabel 3.10.4 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	68	180	27,42%	72,58%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	64	148	30,19%	69,81%
> Rp. 1M	107	130	45,15%	54,85%

**Tabel 3.10.5 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	90	196	31,47%	68,53%
Industri - Manufaktur	28	68	29,17%	70,83%
Jasa lainnya	147	211	41,06%	58,94%

**Tabel 3.10.6 Persentase Perusahaan Pengguna Intranet Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	15	39	27,78%	72,22%
Batam	8	23	25,81%	74,19%
Denpasar dan sekitarnya	29	32	47,54%	52,46%
Jakarta dan sekitarnya	125	160	43,86%	56,14%
Makassar dan sekitarnya	15	31	32,61%	67,39%
Medan dan sekitarnya	23	35	39,66%	60,34%
Semarang dan sekitarnya	30	33	47,62%	52,38%
Surabaya dan sekitarnya	20	122	14,08%	85,92%

**Tabel 3.11.1 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet**

Menggunakan Ekstranet	Jumlah Perusahaan	Persentase
Ya	73	9,86%
Tidak	667	90,14%



**Tabel 3.11.2 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Status Kepemilikan Modal**

Status Kepemilikan Modal	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
PMDN	64	633	9,18%	90,82%
PMA	8	23	25,81%	74,19%
Joint Venture	1	11	8,33%	91,67%

**Tabel 3.11.3 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Skala Mikro (<5)	3	71	4,05%	95,95%
Skala Kecil (5 - 19)	20	312	6,02%	93,98%
Skala Menengah (20 - 99)	33	214	13,36%	86,64%
Skala Besar (>99)	17	70	19,54%	80,46%

**Tabel 3.11.4 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Skala Usaha (Omset)**

Skala Usaha (Omset)	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
< Rp. 500Juta	11	237	4,44%	95,56%
Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	20	192	9,43%	90,57%
> Rp. 1M	37	200	15,61%	84,39%

**Tabel 3.11.5 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Bidang Usaha**

Bidang Usaha	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Dagang, Hotel & Restoran	19	267	6,64%	93,36%
Industri - Manufaktur	6	90	6,25%	93,75%
Jasa lainnya	48	310	13,41%	86,59%

**Tabel 3.11.6 Persentase Perusahaan Pengguna Extranet Berdasarkan Lokasi**

Lokasi	Jumlah Perusahaan		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Bandung dan sekitarnya	4	50	7,41%	92,59%
Batam	2	29	6,45%	93,55%
Denpasar dan sekitarnya	9	52	14,75%	85,25%
Jakarta dan sekitarnya	34	251	11,93%	88,07%
Makassar dan sekitarnya	5	41	10,87%	89,13%
Medan dan sekitarnya	5	53	8,62%	91,38%
Semarang dan sekitarnya	5	58	7,94%	92,06%
Surabaya dan sekitarnya	9	133	6,34%	93,66%

**Tabel 3.12.1 Persentase Perusahaan Pengguna Internet Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan**

Aktivitas Internet	Jumlah Perusahaan	Persentase
Mengirim dan menerima email	678	18,74%
Mencari informasi mengenai barang atau jasa	560	15,48%
Mengirim pesan melalui Instant Messaging	419	11,58%
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	357	9,87%
Internet Banking	354	9,79%
Mencari informasi mengenai organisasi pemerintahan	317	8,76%
Mengakses fasilitas finansial lainnya	234	6,47%
Bekomunikasi dengan organisasi pemerintahan	199	5,50%
Merekrut pegawai baru	172	4,76%
Memberikan pelatihan bagi karyawan	118	3,26%
Delivering produk yang dijual secara online	114	3,15%
Teleconference melalui VoIP	94	2,60%
Lainnya:Promosi hotel	1	0,03%

**Tabel 3.12.2 Persentase Perusahaan Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Bidang Usaha**

Aktivitas Internet	Jumlah Perusahaan berdasarkan Bidang Usaha			Persentase Perusahaan berdasarkan Bidang Usaha		
	Dagang, Hotel & Restoran	Industri - Manufaktur	Jasa Lainnya	Dagang, Hotel & Restoran	Industri - Manufaktur	Jasa Lainnya
Mengirim dan menerima email	250	89	339	96,53%	98,89%	98,26%
Teleconference melalui VoIP	37	15	42	14,29%	16,67%	12,17%
Mengirim pesan melalui Instant Messaging	151	51	217	58,30%	56,67%	62,90%
Mencari informasi mengenai barang atau jasa	199	82	279	76,83%	91,11%	80,87%
Mencari informasi mengenai organisasi pemerintahan	88	47	182	33,98%	52,22%	52,75%
Bekomunikasi dengan organisasi pemerintahan	57	34	108	22,01%	37,78%	31,30%
Internet Banking	128	50	176	49,42%	55,56%	51,01%
Mengakses fasilitas finansial lainnya	72	35	127	27,80%	38,89%	36,81%
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	125	48	184	48,26%	53,33%	53,33%
Delivering produk yang dijual secara online	36	16	62	13,90%	17,78%	17,97%
Merekrut pegawai baru	59	21	92	22,78%	23,33%	26,67%
Memberikan pelatihan bagi karyawan	39	11	68	15,06%	12,22%	19,71%
Lainnya:Promosi hotel	1	0	0	0,39%	0,00%	0,00%

**Tabel 3.12.3 Persentase Perusahaan Dengan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)**

Aktivitas Internet	Jumlah Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)				Persentase Perusahaan Berdasarkan Skala Usaha (Jumlah Tenaga Kerja)			
	Skala Mikro (<5)	Skala Kecil (5 - 19)	Skala Menengah (20 - 99)	Skala Besar (>99)	Skala Mikro (<5)	Skala Kecil (5 - 19)	Skala Menengah (20 - 99)	Skala Besar (>99)
Mengirim dan menerima email	58	308	227	85	95,08%	97,47%	98,27%	98,84%
Teleconference melalui VoIP	2	25	39	28	3,28%	7,91%	16,88%	32,56%
Mengirim pesan melalui Instant Messaging	37	174	156	52	60,66%	55,06%	67,53%	60,47%
Mencari informasi mengenai barang atau jasa	48	255	182	75	78,69%	80,70%	78,79%	87,21%
Mencari informasi mengenai organisasi pemerintahan	19	124	111	63	31,15%	39,24%	48,05%	73,26%
Bekomunikasi dengan organisasi pemerintahan	9	66	78	46	14,75%	20,89%	33,77%	53,49%
Internet Banking	23	137	136	58	37,70%	43,35%	58,87%	67,44%
Mengakses fasilitas finansial lainnya	14	83	93	44	22,95%	26,27%	40,26%	51,16%
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	27	161	121	48	44,26%	50,95%	52,38%	55,81%
Delivering produk yang dijual secara online	11	52	33	18	18,03%	16,46%	14,29%	20,93%
Merekrut pegawai baru	6	56	63	47	9,84%	17,72%	27,27%	54,65%
Memberikan pelatihan bagi karyawan	5	34	55	24	8,20%	10,76%	23,81%	27,91%
Lainnya:Promosi hotel	0	1	0	0	0,00%	0,32%	0,00%	0,00%

**Tabel 3.12.4 Persentase Perusahaan Dengan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Skala Usaha (Omset)**

Aktivitas Internet	Jumlah Perusahaan berdasarkan Skala Usaha (Omset)			Persentase Perusahaan berdasarkan Skala Usaha (Omset)		
	< Rp. 500Juta	Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	> Rp. 1M	< Rp. 500Juta	Rp. 500Juta - Rp. 999Juta	> Rp. 1M
Mengirim dan menerima email	207	197	232	95,83%	97,52%	99,15%
Teleconference melalui VoIP	16	14	50	7,41%	6,93%	21,37%
Mengirim pesan melalui Instant Messaging	114	117	157	52,78%	57,92%	67,09%
Mencari informasi mengenai barang atau jasa	177	157	190	81,94%	77,72%	81,20%
Mencari informasi mengenai organisasi pemerintahan	90	79	127	41,67%	39,11%	54,27%
Bekomunikasi dengan organisasi pemerintahan	45	49	85	20,83%	24,26%	36,32%
Internet Banking	100	99	131	46,30%	49,01%	55,98%
Mengakses fasilitas finansial lainnya	64	62	89	29,63%	30,69%	38,03%
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	105	92	134	48,61%	45,54%	57,26%
Delivering produk yang dijual secara online	37	27	42	17,13%	13,37%	17,95%
Merekrut pegawai baru	35	44	80	16,20%	21,78%	34,19%
Memberikan pelatihan bagi karyawan	24	34	53	11,11%	16,83%	22,65%
Lainnya:Promosi hotel	1	0	0	0,46%	0,00%	0,00%

**Tabel 3.12.5 Persentase Perusahaan Berdasarkan Aktifitas Internet yang Dilakukan dan Status Kepemilikan Modal**

Aktivitas Internet	Jumlah Perusahaan berdasarkan Status Kepemilikan Modal			Persentase Perusahaan berdasarkan Status Kepemilikan Modal		
	PMDN	PMA	Joint Venture	PMDN	PMA	Joint Venture
Mengirim dan menerima email	635	31	12	97,54%	100,00%	100,00%
Teleconference melalui VoIP	78	14	2	11,98%	45,16%	16,67%
Mengirim pesan melalui Instant Messaging	390	23	6	59,91%	74,19%	50,00%
Mencari informasi mengenai barang atau jasa	526	25	9	80,80%	80,65%	75,00%
Mencari informasi mengenai organisasi pemerintahan	290	19	8	44,55%	61,29%	66,67%
Bekomunikasi dengan organisasi pemerintahan	180	16	3	27,65%	51,61%	25,00%
Internet Banking	322	25	7	49,46%	80,65%	58,33%
Mengakses fasilitas finansial lainnya	210	20	4	32,26%	64,52%	33,33%
Menyediakan pelayanan bagi pelanggan	333	18	6	51,15%	58,06%	50,00%
Delivering produk yang dijual secara online	105	8	1	16,13%	25,81%	8,33%
Merekrut pegawai baru	149	20	3	22,89%	64,52%	25,00%
Memberikan pelatihan bagi karyawan	101	16	1	15,51%	51,61%	8,33%
Lainnya:Promosi hotel	1	0	0	0,15%	0,00%	0,00%