



Indonesia for Global Justice

## ISU DIGITAL DI INDONESIA DAN TANTANGANNYA DALAM PERUNDINGAN FTA

Ditulis oleh :

Olisias Gultom, Peneliti Senior IGJ

Firdaus Cahyadi, Direktur SatuDunia

Rachmi Hertanti, Direktur Eksekutif IGJ

### FTA & PERDAGANGAN DIGITAL

Revolusi mobile data yang didukung dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mendorong perubahan signifikan dalam model ekonomi dunia yang dikenal dengan ekonomi digital. Dalam perdagangan internasional, pertumbuhan sektor teknologi informasi berdampak positif terhadap pertumbuhan perdagangan jasa internasional. Data statistik World Trade Organization (WTO) menunjukkan bahwa perdagangan jasa global terus berkembang sejak 2010 dan membukukan pertumbuhan tertingginya pada 2014 yakni sebesar 5%. Hal ini jauh sekali jika dibandingkan perdagangan barang global yang hanya tumbuh rata-rata sebesar 1% tiap tahunnya. WTO pun mengklaim bahwa pertumbuhan sektor jasa ini dikontribusikan oleh sektor teknologi informasi yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 18% hampir di tiap tahunnya<sup>1</sup>.

Dengan pertumbuhan yang cukup stabil, di sektor jasa dan ditopang oleh sektor teknologi informasi semakin mengaffirmasi bahwa perdagangan digital menjadi kebutuhan dunia saat ini. Masing-masing Negara berlomba bagaimana memanfaatkan secara maksimal ekonomi digital sebagai mesin pertumbuhan ekonominya. Sehingga kebutuhan untuk membuka akses pasar yang luas tanpa hambatan menjadi agenda utamanya. Isu digital ekonomi sudah menjadi fokus pembahasan diberbagai perundingan perjanjian perdagangan bebas. Baik dalam Perjanjian Trans-Pacific Partnership (TPP), perundingan RCEP, dan EU CEPA, isu perdagangan digital diatur di bawah E-commerce, telekomunikasi, investasi, Intelektual property rights, dan perdagangan jasa. Bahkan di WTO, isu E-commerce akan didorong pempassifan pembahasannya.

Tulisan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana Indonesia memiliki peluang untuk memaksimalkan ekonomi digital sebagai mesin pertumbuhan dunia ditengah tantangan perundingan perjanjian perdagangan bebas yang akan semakin mempersempit ruang daya saing Indonesia.

Saat ini Indonesia sedang melakukan perundingan perjanjian RCEP dan EU CEPA yang didalamnya akan secara serius membicarakan mengenai isu ekonomi digital. Penting diingat, ketika bicara tentang ekonomi digital kita tidak hanya bicara tentang e-commerce, tetapi juga akan bicara tentang rantai supply yang begitu kompleks, khususnya terkait dengan sektor Teknologi informasi dan komunikasi sebagai penopang industry digital.

Selama ini, pemain utama pada industry TIK adalah Negara-negara industri maju yang memiliki penguasaan terhadap teknologi. Sehingga dapat dipastikan dalam perundingan FTA, Negara industry maju menginginkan akses pasar yang besar bagi kepentingannya, untuk mempertahankan dominasi struktur pasar. Oleh karena itu, secara otomatis segala hambatan perdagangan digital akan dipaksa untuk dihapuskan.

---

1 WTO Statistic 2015, Pg.15

Dalam konteks perjanjian perdagangan bebas, ada beberapa isu yang dianggap sebagai hambatan dalam perdagangan digital<sup>2</sup>, yaitu:

**a. Akses terhadap internet**

Isu krusial yang menjadi perhatian serius mengenai akses terhadap internet di dalam perundingan FTA adalah mengenai akses kepada broadband. Isu ini terkenal dengan istilah Net Neutrality. FTA hendak mendorong agar akses terhadap broadband ini tidak dibatasi yang kemudian merugikan perusahaan aplikasi (over the top/OTT). Namun tentunya akses kepada broadband ini akan sangat sensitive bagi penyelenggara jaringan internet yang selama ini telah mengeluarkan banyak investasi membangun infrastruktur.

**b. Cross-Border Data Flows**

Bagi Negara industri, cross-border data flows adalah suatu kegiatan yang tidak boleh dibatasi. Hal ini dikarenakan dalam perdagangan digital aliran data secara bebas merupakan obyek yang paling terpenting. Namun, dalam kepentingan nasional di beberapa Negara, cross-border data flows tidak bisa dilakukan sebebas-bebasnya. Sehingga terkadang di beberapa Negara cross-border data flows akan berhadapan dengan tindakan pembatasan oleh Negara berupa penerapan aturan ketat mengenai perlindungan data pribadi, internet protocol (IP) protection, dan penerapan data localization.

**c. Perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual**

Dalam perdagangan digital, perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya terkait dengan hak cipta dianggap menjadi sangat penting. Sehingga FTA didorong untuk memberikan perlindungan maksimum. Namun disisi yang lain, perlindungan HAKI dalam konteks perdagangan digital telah melanggar hak digital publik dengan melakukan aktivitas sensor secara aktif oleh internet services provider. Yang kemudian hal ini akan membatasi publik untuk memanfaatkan secara maksimal produk-produk digital sebagai sumber pengetahuan publik.

**d. Performance Requirements & Non-discriminations rules**

Aturan performance requirements akan menjadi isu penting bagi Negara berkembang. Hal ini dikarenakan aturan ini akan menerapkan pelarangan terhadap local content requirements (TKDN), penggunaan teknologi atau software lokal tertentu (treatment on digital products), dan pemaksaan terhadap transfer teknologi. Belum lagi, penerapan custom duties untuk produk digital dianggap tabu dan harus dihapuskan. Tentu bagi Negara berkembang aturan-aturan ini akan semakin menutup ruang bagi Negara untuk membuat aturan yang fleksibel guna memperkuat industry lokal, khususnya UMKM. Terlebih lagi aturan ini akan bertentangan dengan hak terhadap pembangunan.

## **PERKEMBANGAN TIK DI INDONESIA**

Pembangunan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi), khususnya telekomunikasi, sejak awal tidak dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumsi semata-mata. Tidak juga sebagai sebuah upaya memanfaatkan pasar besar yang berpotensi memberikan keuntungan besar secara ekonomis.

Perkembangan TIK memasuki era konvergensi dimana perpaduan teknologi dan rantai nilai (value chain) industri telekomunikasi, teknologi informasi, penyiaran, konten beserta industri ikutannya menghasilkan suatu mata rantai baru yang lebih efisien dimana membuat konsumen memperoleh layanan yang terpadu sesuai kebutuhan.

---

2 Joshua P.Meltzer, "A New Digital Trade Agenda", ICTSD, 2016, Pg.4-5

Perkembangan ini tidak hanya berhenti dibidang teknologi semata, tetapi dengan cepat memberikan pengaruhnya pada hampir semua bidang terlebih pada dampak sosial dan ekonomi. Pengaruh tersebut bahkan mempengaruhi tatanan ekonomi, sosial, budaya dan politik yang ada selama ini.

### a. TIK & Kompetisi Gaya Baru

Perkembangan TIK yang berjalan cepat dan inovatif ini pada sisi konsumen memberikan alternatif pilihan-pilihan berkomunikasi yang semakin beragam, efisien, efektif dan selalu terbaru, bahkan terkadang dengan cara yang tidak dibayangkan sebelumnya. Situasi ini bahkan berpeluang akan mencapai titik dimana melampaui kebutuhan secara umum konsumen hingga menciptakan perubahan kebutuhan konsumen. Gejala tersebut mulai terlihat dengan telah semakin jauhnya komunikasi suara semakin tertinggal dengan kapasitas yang mampu diberikan oleh alat telekomunikasi seperti smartphone. Hal yang sama juga telah terjadi sebelumnya dengan teknologi komputasi. Kecepatan pertumbuhan teknologi ini juga mempengaruhi investasi yang menyertai penyelenggaraan telekomunikasi, khususnya menyangkut RoI (Return of Investment).

Pelanggan PSTN (Public Switch Telephone Network) Indonesia sejak munculnya telepon selular semakin



sulit berkembang. Penggunaan PSTN tidak sepenuhnya terhenti, dari waktu ke waktu tetap mengalami peningkatan jumlah pelanggan, tetapi dengan jumlah dan pertumbuhan yang rendah. PT. Telkom, sebagai salah satu penyelenggara besar mengakui dari tahun ke tahun biaya operasionalnya mengalami peningkatan dan keuntungan mengalami penurunan. Persentase pendapatan dari layanan suara telepon kabel terhadap total pendapatan operasional terus menurun dari 8,9% pada 2014 menjadi 7,5% pada 2015<sup>3</sup>. Hal ini tentunya menjadi beban bagi penyelenggara dan semakin sulitnya pelayanan ini akan bisa bertahan.

Setiap perkembangan teknologi baru melahirkan kemampuan baru dalam pelayanan dan hal tersebut menjadi elemen penting yang melahirkan kompetisi usaha. Semakin cepatnya teknologi yang digunakan menjadi usang dalam suatu kurun waktu membuat pemilihan teknologi menjadi semakin strategis. Untuk itu para penyelenggara harus berhati-hati dalam menyusun rencana dan pengembangannya atau dengan segera akan terjerebab akibat kalah bersaing atau tertinggal arus perubahan teknologi.

Integrasi teknologi adalah kunci dari kemajuan, yang selanjutnya menghasilkan konvergensi layanan yang menjadi lebih mudah dan murah. Konvergensi layanan TIK ini pada akhirnya mempengaruhi struktur usaha TIK yang selama ini terpisah antara penyelenggara telekomunikasi, internet dan penyiaran akan

3 Annual Report, Telkom, 2015 dan 2016.

terdorong untuk membentuk suatu model baru yang lebih sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Penyelenggara jasa telekomunikasi yang selama ini memberikan layanan suara dan pesan/teks akan tertinggal apabila tidak sanggup memberikan layanan data dalam kapasitas besar untuk menampung seluruh bentuk layanan baik suara, pesan, data, video dan lainnya.

Penyelenggara selular di Indonesia sejak tahun 2011 berjumlah 8 penyelenggara, namun pada tahun 2015 tinggal berjumlah 7 penyelenggara dan didominasi oleh 4 penyelenggara terbesar yang menguasai diatas 80% pasar. Penyelenggara itu adalah Telkomsel (153/157,4 juta), Indosat Ooredoo (70/85 juta) dan XL Axiata (42/44 juta), dan pada perkembangannya PT Hutchison 3 Indonesia (56/56,5 juta) atau Tri Indonesia telah melampaui jumlah pelanggan XI Axiata.

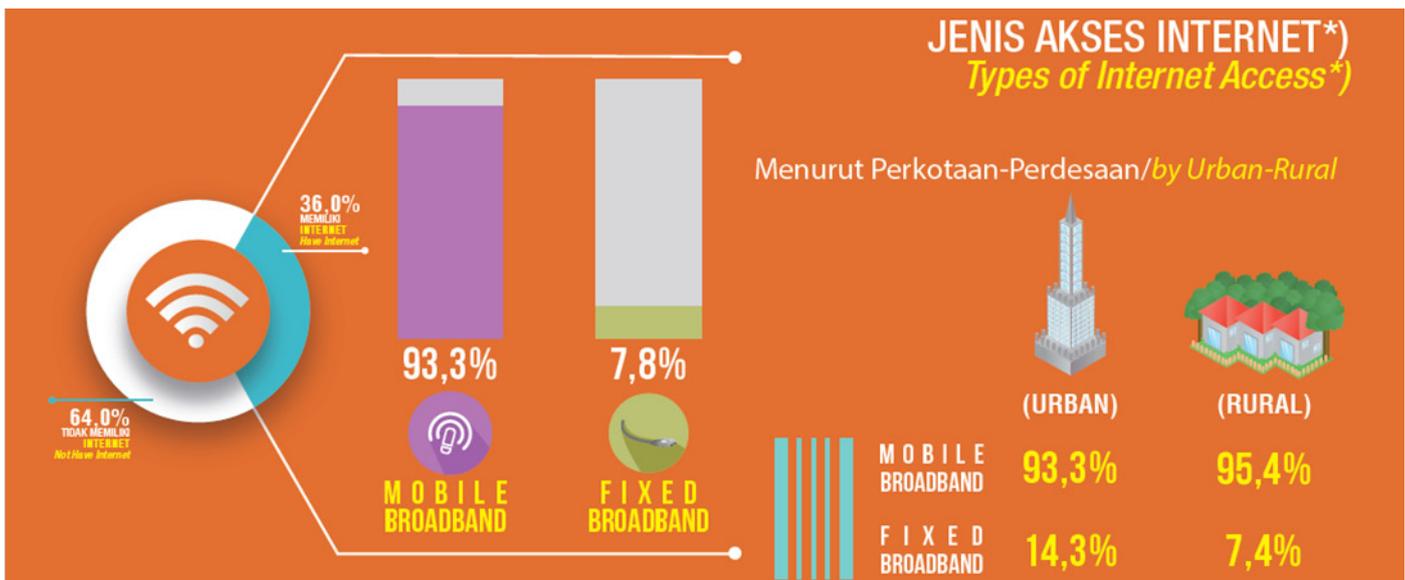
**b. Potensi Pasar Digital Di Indonesia**

Pertumbuhan industri telekomunikasi mengalami pertumbuhan sebesar 9% yaitu dua kali lebih besar dari pertumbuhan nasional yang sebesar 4,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan komunikasi di Indonesia tergolong tinggi dan telah menjadi bagian dari kebutuhan dasar.<sup>4</sup>

Hingga akhir tahun 2016 jumlah orang yang belum menggunakan internet di dunia adalah 3,9 milyar orang atau sekitar 53% dari seluruh populasi dunia. Jumlah orang yang belum menggunakan internet di wilayah Asia Pasifik mencapai angka 51,8%. Indonesia yang berada di dalamnya berada pada kelompok 51% - 75%<sup>5</sup>. Posisi Indonesia tertinggal dibandingkan negara-negara tetangga seperti Thailand, Philipina, Vietnam, Brunei, Malaysia dan Singapura. Data ini menunjukkan bahwa kebutuhan atau potensi pasar untuk penggunaan internet di Indonesia masih tinggi dan sangat berpotensi untuk berkembang.

Pada tahun 2016 data We Are Social memperlihatkan bahwa pertumbuhan penggunaan internet dan sosial media menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi. Pengguna aktif internet mengalami pertumbuhan 21% dan pertumbuhan pengguna aktif sosial media berada pada pertumbuhan 19%. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dan potensi yang semakin berkembang.

Data kominfo<sup>6</sup> menyebutkan bahwa jumlah pelanggan ISP di Indonesia terus mengalami peningkatan bahkan peningkatan tajam, mencapai 2 kali lipat atau 99,39%, terjadi untuk periode 2014-2015. Peningkatan ini berhubungan dengan terjadinya peningkatan jaringan dan mulai berkembangnya aplikasi yang terjadi seiring meningkatkan penggunaan smartphone.



4 Laporan Direksi, Laporan Tahunan Telkomsel Indonesia, 2015.

5 Facts and Figures ICT 2016, ICT Data and Statistics Division Telecommunication Development Bureau International Telecommunication Union (ITU), Switzerland Geneva, June 2016.

6 Buku Putih 2016, Kominfo, Badan Litbang SDM, 2016.

Data UN ESCAP 2016<sup>7</sup> melaporkan karakter penggunaan internet di Indonesia di dominasi untuk hiburan (entertainment) 94%, komunikasi 94% dan pencarian 89%. Ketiga komponen ini secara umum mendominasi tujuan penggunaan internet di negara-negara asia. Untuk Indonesia pencarian pekerjaan melalui akses internet tergolong tinggi khususnya dibandingkan negara-negara asia lain yang lebih maju seperti Jepang dan Korea Selatan. Trend ini juga terjadi dinegara-negara tetangga Indonesia seperti Philipina, Thailand, Malaysia dan Vietnam.

Hasil Survei Akses dan Penggunaan TIK oleh Rumah Tangga dan Individu (Survei Indikator TIK) tahun 2016 yang dilakukan oleh Puslitbang SDPPPI, Kementerian Komunikasi dan Informatika, memperlihatkan bahwa kepemilikan akses internet oleh rumah tangga di Indonesia telah mencapai 36% dengan jumlah pengguna internet sebanyak 31% atau sekitar 80,7 juta penduduk Indonesia. Angka pengguna/pelanggan ini naik dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 29,6%. Pengguna internet Indonesia diproyeksi akan terus mengalami peningkatan sebagai dampak dari perkembangan era digital. Data tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan internet masyarakat Indonesia terutama yang terlibat langsung dalam aktivitas perekonomian seperti pedagang (7,5%) atau wiraswasta (39,3%) masih rendah.

Seiring perkembangan digital, aktivitas ekonomi digital di Indonesia juga mulai mengalami perkembangan. Transaksi e-commerce, sistem pendukung terhadap penjualan barang dan jasa, aktivitas keuangan, dan aktivitas lain yang menggunakan internet semakin terlihat nyata dan diikuti perkembangan bisnis model di beberapa bidang. Survei Indikator TIK Tahun 2016<sup>8</sup> mencatat pola penggunaan internet dari 31% penduduk Indonesia yang menggunakan internet bahwa akses ke jejaring sosial masih yang tertinggi dengan presentase 73,3%. setelah itu diikuti oleh pencarian informasi barang dan jasa dengan persentase 53,7%. Sebanyak 24,2% atau 19,5 juta penduduk Indonesia melakukan aktivitas e-commerce dengan 23,8% di antaranya melakukan pembelian online, 0,8% melakukan penjualan online, dan 0,4% melakukan pembelian sekaligus penjualan online. Data tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan internet terutama yang terlibat langsung dalam aktivitas perekonomian seperti pedagang (7,5%) atau wiraswasta (39,3%) masih tergolong rendah. Transaksi e-commerce Indonesia terus menunjukkan grafik yang meningkat. Tahun 2013 berhasil membukukan jumlah transaksi yang mencapai USD 8 miliar, tahun 2014 mencapai USD 12 miliar, dan tahun 2016 diestimasi mencapai 24,6 miliar.<sup>15</sup> Bisnis online Indonesia disinyalir mendorong Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia menjadi 22% di tahun 2020.

## DIGITAL RIGHTS

### “Perlindungan Data Pribadi & Hak Cipta”

Di era digital yang sangat terbuka, tentunya memiliki dampak cukup serius terhadap hak-hak digital publik. Hak digital yang dimaksud seperti perlindungan terhadap data pribadi dan pemblokiran atau penghapusan konten. Kedua isu ini menjadi perhatian besar para pengguna internet, sehingga perlu menuntut keseriusan Pemerintah Indonesia dalam memberikan perlindungan publik terhadap hak digital.

#### 1. Perlindungan Data Pribadi

Penggunaan massif internet oleh publik secara tidak sadar telah menyerahkan data-data pribadi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak ketiga tanpa sepengetahuan publik. Tentunya hal ini menjadi sangat rentan jika data ini digunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Di dalam perjanjian perdagangan bebas tentang E-commerce yang telah digagas baik dalam Perjanjian TPP, maupun di dalam beberapa FTA yang sedang dirundingkan seperti RCEP dan EU CEPA, secara spesifik akan mengatur kebebasan transfer data (cross border data flows).

Misalnya dalam Perjanjian TPP yang menjadi standar emas FTA, aturan Bab E-Commerce mencakup peraturan yang mengharuskan negara mengizinkan transfer data secara bebas dan melarang pemerintah

7 State of ICT in Asia and the Pacific 2016, Technical Paper by the Information and Communications Technology and Disaster Risk Reduction Division, UN ESCAP.

8 Buku Putih 2016, Kominfo, Badan Litbang SDM, 2016.

meminta perusahaan untuk menghosting data pada server lokal (data localization). Terkadang bagi beberapa Negara, isu lokalisasi data dijadikan alasan untuk memberikan perlindungan data pribadi warga negaranya.

Namun disisi yang lain, aturan negara yang mewajibkan "lokalisasi" baik fasilitas data maupun komputer (seperti server) telah digunakan oleh beberapa pemerintah untuk mendukung upaya penyensoran dalam konteks keamanan nasional. Sehingga soal ini menjadi problematic, ketika publik mendesak agar konteks perlindungan data lokal memberikan pengaturan privasi. Maka regulasi mengenai perlindungan data pribadi menjadi penting untuk menjawab persoalan ini. Indonesia sendiri belum memiliki regulasi ini.

Dalam bab e-commerce TPP, kewajiban Negara untuk tidak menerapkan hambatan dalam cross border data flows dalam hal perlindungan data pribadi ternyata mendapatkan pengecualian, dimana Negara dapat memberlakukan kebijakan nasional untuk memberikan perlindungan data pribadi sepanjang diatur di dalam peraturan perundang-undangan nasional. Namun, penerapannya tidak semudah yang dibayangkan, karena TPP mengharuskan agar regulasi perlindungan data pribadi tersebut memenuhi standar internasional yang cukup tinggi dan sangat subyektif. Sehingga bisa jadi regulasi nasional dianggap tidak comply dengan Perjanjian TPP dan bisa di-challenge dalam dispute settlement mechanism<sup>9</sup>.

## 2. Hak Cipta & Tindakan Pemblokiran atau Penghapusan Konten

Perjanjian perdagangan bebas yang mengatur perlindungan hak cipta akan mempengaruhi hak asasi manusia yang fundamental, yaitu kebebasan berekspresi, hak atas informasi dan pengetahuan. Dalam pengaturan hak cipta di internet di hampir semua perundingan perdagangan bebas selalu membenarkan adanya pemblokiran terhadap konten yang diduga melanggar hak cipta.

Persoalan pemblokiran konten di website atau blog yang diduga melanggar hak cipta adalah persoalan yang serius dalam konteks kebebasan berekspresi, hak atas informasi dan pengetahuan di internet. Pemblokiran di internet atas nama perlindungan hak cipta akan berpotensi menyebabkan timbulnya risiko pemblokiran berlebihan (over-blocking) dan kurangnya efektivitas dari cara ini.

Sebagai contohnya, Perjanjian Trans-Pacific Partnership (TPP) memiliki aturan mengenai Intellectual Property Rights (IPR) dengan standar yang sangat tinggi melebihi WTO atau dikenal dengan istilah TRIPS Plus. Banyak beberapa perundingan FTA yang merujuk pada aturan TPP seperti RCEP.

Salah satu soal besarnya adalah mengenai jangka waktu perlindungan hak cipta yang diperpanjang hingga 70 tahun, dimana sebelumnya hanya hingga 50 tahun. Tentunya hal ini akan berdampak terhadap monopoli pemegang hak cipta untuk lebih dari 140 tahun. Monopoli hak cipta ini akan menghilangkan akses publik terhadap konten-konten digital yang memberikan manfaat terhadap pengetahuan publik<sup>10</sup>.

Selain itu, pelanggaran terhadap hak cipta akan berdampak terhadap pemblokiran konten oleh penyedia layanan internet. Perantara (intermediary) internet, termasuk ISP (Internet Service Provider), search engine, social media platform, memiliki peran yang besar sebagai fasilitator dalam pertukaran informasi, komunikasi dan pengetahuan di ranah online. Terkait dengan peran yang strategis di ranah online tersebut, hampir di semua teks perundingan perdagangan bebas terkait dengan hak cipta di internet, selalu menyertakan kewajiban perantara internet dalam penanggulangan penyebaran konten yang diduga melanggar hak cipta.

Hal yang perlu digaris bawahi dalam tanggung jawab perantara internet adalah bahwa pada prinsipnya sebagai penyedia jasa perantara internet tidak bertanggungjawab atas konten melanggar yang disebar oleh pihak ketiga yang menggunakan jasa yang mereka sediakan tersebut. Jika ada permohonan untuk menghapus atau memblokir konten maka itu harus melalui penetapan pengadilan.

Industri perantara internet juga tidak diperbolehkan untuk diminta untuk memonitor aktivitas online penggunaannya atas nama pencegahan pelanggaran hak cipta. Kegiatan memonitor aktivitas online dari

9 <https://www.citizen.org/media/press-releases/tpp-text-reveals-risk-consumer-privacy-reform>

10 <https://www.eff.org/issues/tpps-copyright-trap>

pengguna jasa mereka dapat dikategorikan kegiatan memata-matai dan melanggar privasi di ranah online. Pada prinsipnya, ketentuan tanggungjawab perantara, yang dikenal sebagai 'notice-and-takedown' (pemberitahuan-penghapusan), yang memberikan insentif untuk industri penyedia jasa untuk menghapus konten tanpa pemberitahuan yang selayaknya atau bukti pelanggaran nyata, akan mengancam kebebasan berekspresi, hak atas informasi dan pengetahuan di internet.

Oleh karena itu, tindakan pemblokiran konten atas nama hak cipta tidak boleh dilakukan secara sewenang-wenang yang akhirnya membatasi demokrasi digital. Perlu ada mekanisme yang diterapkan, misalnya harus dilakukan melalui penetapan pengadilan dengan memperhatikan hal-hal berikut <sup>11</sup>:

1. Setiap perintah pemblokiran harus dijalankan dengan semaksimal mungkin agar sesuai/sedapat mungkin mendekati target;
2. Tidak ada perintah pemblokiran yang dapat dikabulkan kecuali pemegang hak yang meminta Perintah tersebut telah menetapkan hak cipta dalam karya yang ia nyatakan telah diakses secara tidak sah;
3. Tidak ada perintah pemblokiran yang dapat diberikan di luar karya-karya yang hak ciptanya sudah ditetapkan oleh pemegang hak;
4. Akses terhadap materi non-pelanggaran hak cipta tidak boleh diblokir;
5. Efektivitas pemblokiran sebagai tidak terjadi risiko pemblokiran berlebih (over-blocking);
6. Setiap keputusan pemblokiran harus ditentukan waktunya, apakah perintah pemblokiran harus dilakukan dalam jangka waktu terbatas atau tidak;

## NET-NEUTRALITY & OVER THE TOP (OTT)

Net Neutrality adalah prinsip yang menempatkan penyelenggara jaringan atau ISP (Internet Service Provider) tidak boleh bersikap diskriminatif dalam memberikan pelayanannya kepada penyedia konten internet (situs). Penyelenggara jaringan tidak boleh membatasi hak akses pelanggan atau memberikan prioritas kepada konten tertentu berdasarkan sumbernya. Konten dari semua penyedia konten harus bisa diakses dengan kecepatan dan kualitas transmisi yang sama.

Sejak awal sesungguhnya net neutrality tidak berjalan seperti yang dibayangkan banyak pihak, yaitu memberikan akses yang sama secara merata terhadap seluruh situs/konten. Pada web hosting misalnya, pihak ISP selama ini telah menetapkan adanya biaya penggunaan bandwidth. Pembatasan bandwidth ini berkaitan dengan besarnya biaya yang harus dibayar. Semakin besar bandwidth yang digunakan, semakin besar biaya yang harus dibayarkan kepada penyelenggara jaringan. Besarnya biaya ini berhubungan dengan biaya yang dibutuhkan atau dikeluarkan pada infrastruktur yang digunakan.

Meningkatnya teknologi phone cell dan jaringannya menyebabkan meningkatnya pasar pengguna TIK secara signifikan dan merangsang berkembangnya bisnis TIK. Perkembangan yang signifikan pada bisnis TIK terjadi pada bisnis OTT (Over The Top) mengikuti perkembangan tersebut. Secara fenomenal OTT justru mampu memberikan keuntungan yang sangat signifikan tanpa terlibat langsung dalam bisnis jaringan. Sebaliknya bisnis jaringan atau infrastruktur mengalami penurunan keuntungan akibat OTT, khususnya terhadap produk voice dan sms yang selama ini menjadi andalan penyelenggara jaringan.

Pada perkembangannya, kompetisi yang tinggi dalam bisnis TIK dimana melibatkan faktor kecepatan perkembangan teknologi dan kekuatan investasi, mulai berdampak semakin berkurangnya jumlah

---

11 Prinsip-prinsip Hak untuk Berbagi: Prinsip-prinsip Kebebasan Berkepresidan Hak Cipta di Era Digital, Article 19 <https://www.article19.org/data/files/medialibrary/3716/Right-to-Share-BAHASA.pdf>

kompetitor dalam bisnis ini, setidaknya dapat terlihat pada bisnis OTT. Jumlah penyedia mesin pencari (search engine) semakin sedikit dibandingkan Sebelumnya, begitu juga dengan pelaku penyedia konten media sosial. Walaupun pada sisi yang lain bisnis OTT juga berkembang dan melahirkan model bisnis baru, tetapi pada bagian bisnis tertentu, OTT telah berkembang sangat pesat dan memasuki tahap pertarungan dominasi.

Pada sisi yang lain, operator atau penyedia jaringan membutuhkan waktu dan investasi untuk membangun jaringan atau infrastruktur. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pembangunan fisik dan pengembalian investasi masih harus menghadapi perkembangan teknologi yang semakin cepat. Hal ini secara umum membuat penyedia jaringan/operator menjadi tertinggal dibandingkan bisnis OTT. Ketertinggalan penyelenggara jaringan dalam investasi (keuntungan) akibat semakin menurunnya keuntungan, semakin menambah ketertinggalan infrastruktur dan menciptakan kemacetan lalu lintas data. Situasi ini membuat penyedia jaringan cenderung melakukan strategi menaikkan harga penggunaan jaringan, setidaknya untuk mendapatkan dengan segera pengembalian investasi.

Bagi pelaku OTT ketertinggalan infrastruktur menjadi hambatan dalam persaingan bisnis mereka terlebih dalam upaya melakukan dominasi. Pilihan alternatif dalam menghadapi situasi ini adalah dengan melakukan strategi bundling dan ekspansi usaha sebagai alternatif bagi pelaku OTT maupun operator atau penyedia jaringan. Strategi bundling antara penyedia jaringan dengan pelaku OTT membuat OTT memperoleh akses dan fasilitas koneksi yang jauh lebih terjamin dan sebaliknya memberikan jaminan keuntungan yang lebih pasti bagi penyedia jaringan. Strategi ekspansi usaha dilakukan dengan mengembangkan usaha pada bidang yang mampu memberikan keuntungan bagi usahanya atau mendukung kemajuan usahanya. Misalnya operator yang mulai mengembangkan usaha OTT atau sebaliknya pelaku OTT yang mulai membangun jaringannya atau bisnis jaringannya sendiri, seperti yang mulai dilakukan oleh Facebook dengan internet.org atau Google dengan program Loon. Pola seperti ini di Indonesia dapat terlihat pada PT. Telkom yang bekerjasama dengan eBay melahirkan plasa.com, XL dengan Elevenia, Indosat dengan Cipika, dan First Media - Bolt dengan Matahari Mall.

Kondisi ini melahirkan terjadinya diskriminasi dalam lalu lintas data dan tidak netralnya jaringan komunikasi atau internet oleh penyedia jaringan atau ISP. Pada kondisi inilah net neutrality mulai menjadi persoalan. Pada sisi pengguna/pemakai jaringan, hal ini berarti membatasi akses dan menurunkan kualitas koneksi. Pada sisi penyedia konten, hal ini menciptakan persaingan bisnis yang tidak sehat atau tidak adil. Jika masing-masing penyedia jaringan/operator melanggar netralitas internet, maka banyak startup lokal akan mati atau sulit berkembang dengan sehat.

## E-Commerce

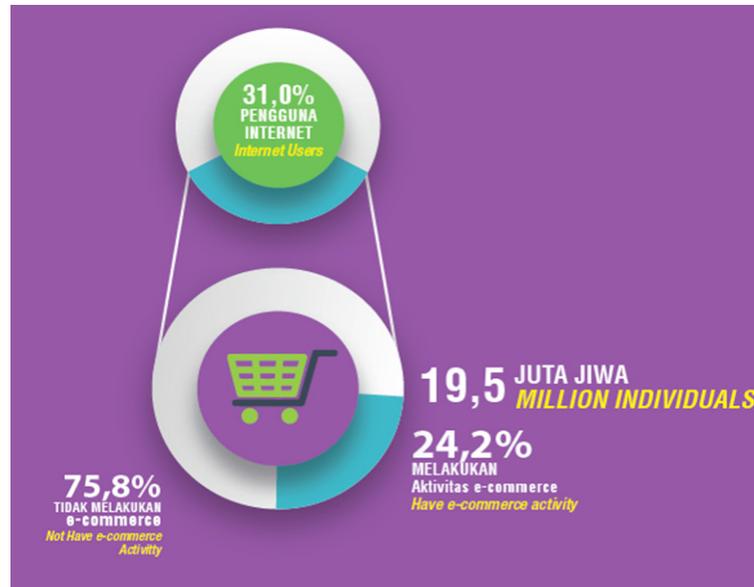
Seiring perkembangan digital, aktivitas ekonomi digital di Indonesia juga mulai mengalami perkembangan. Transaksi e-commerce, sistem pendukung terhadap penjualan barang dan jasa, aktivitas keuangan, dan aktivitas lain yang menggunakan internet semakin terlihat nyata dan diikuti perkembangan bisnis model di beberapa bidang.

Survei Indikator TIK Tahun 2016<sup>12</sup> mencatat pola penggunaan internet dari 36% penduduk Indonesia yang menggunakan internet bahwa akses ke jejaring sosial masih yang tertinggi dengan presentase 73,3%. Setelah itu diikuti oleh pencarian informasi barang dan jasa dengan persentase 53,7%. Sebanyak 24,2% atau 19,5 juta penduduk Indonesia melakukan aktivitas e-commerce dengan 23,8% di antaranya melakukan pembelian online, 0,8% melakukan penjualan online, dan 0,4% melakukan pembelian sekaligus penjualan online.

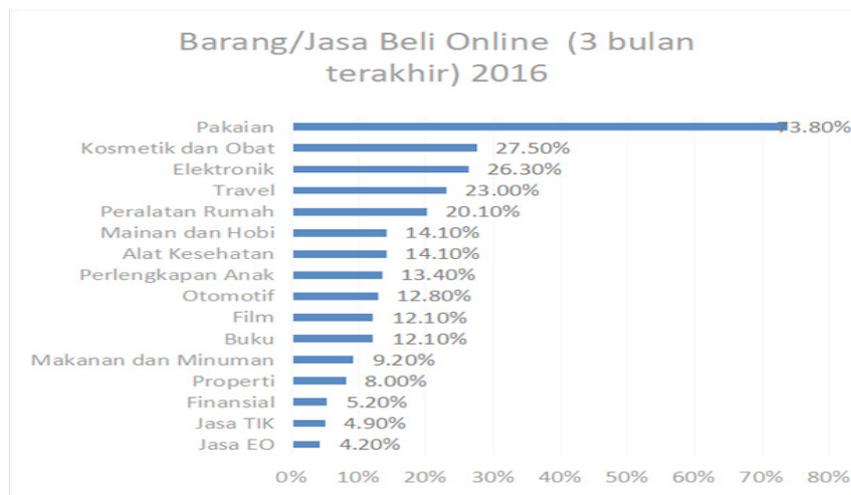
Data tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan internet terutama yang terlibat langsung dalam aktivitas perekonomian seperti pedagang (7,5%) atau wiraswasta (39,3%) masih tergolong rendah. Transaksi e-commerce Indonesia terus menunjukkan grafik yang meningkat. Tahun 2013 berhasil membukukan jumlah transaksi yang mencapai USD 8 miliar, tahun 2014 mencapai USD 12 miliar, dan tahun 2016 diestimasi mencapai 24,6 miliar.<sup>15</sup> Bisnis online Indonesia disinyalir mendorong Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia menjadi 22% di tahun 2020.

12 Buku Putih 2016, Kominfo, Badan Litbang SDM, 2016.

Kelompok pembeli e-commerce di dominasi oleh pembeli perorangan sebanyak 79,8% yang diikuti selanjutnya oleh pembeli badan hukum seperti CV (8,7%) dan PT (6,8)<sup>13</sup>. Data ini perlu dicermati dengan terdapatnya kecenderungan pembelian perusahaan secara personal, khususnya pada barang-barang konsumsi atau kebutuhan yang lebih kecil atau dalam jumlah yang lebih sedikit. Sedikitnya jumlah pembeli melalui perusahaan atau badan hukum, bisa dilihat sebagai potensi pembeli berkemampuan besar yang belum banyak terlibat dalam transaksi e-commerce.



Mengacu pada data yang di keluarkan Kominfo pada tahun 2015, terdapat sekitar 11 situs komersial paling populer yang dikunjungi pelanggan internet. Tiga (3) situs paling populer secara total berada pada angka sekitar 63%, ketiganya cukup mendominasi situs lainnya. Hal ini berkaitan dengan terjadi penggabungan atau pembelian terhadap beberapa penyelenggara e-commerce dalam beberapa tahun sebelumnya.



Proses akuisisi atau pembelian dan penggabungan situs-situs e-commerce masih terus berjalan dan sedang dalam proses yang sangat dinamis khususnya dalam perebutan pasar secara global. Perusahaan-perusahaan besar dunia atau perusahaan dengan dukungan dana yang kuat mulai berebut menguasai pasar dengan membeli situs-situs e-commerce di banyak negara. Tiga situs terbesar di Indonesia memiliki kisah dibalik kesuksesan yang mereka raih seperti yang dapat dilihat pada cuplikan berikut ini.

13 Buku Putih 2016, Kominfo, Badan Litbang SDM, 2016.

51% dengan menyuntik dana USD 1 miliar hingga totalnya mencapai USD 2 miliar. Latar belakang kisah tiga perusahaan terbesar di atas cukup jelas menggambarkan bagaimana pengaruh investasi dan telah masuknya pemain kelas dunia dalam e-commerce di Indonesia. e-commerce Indonesia sedang berkembang dengan potensi yang besar tetapi pada saat yang bersamaan juga sedang menjadi perebutan pemain besar dunia. Potensi besar yang ada di Indonesia baik pasar maupun kelompok usaha kecil, dengan mudahnya masuk dan terlibat dalam sistem e-commerce tersebut. Persaingan yang telah melibatkan pemain dan investasi besar ini menjadi tantangan hebat bagi bisnis startup yang sedang dan akan berkembang di Indonesia.

**OLX** adalah e-commerce global yang hadir di 106 negara dengan 40 bahasa, didirikan di Argentina kemudian pindah ke New York. Tahun 2010 Naspers, grup media besar di Afrika Selatan, masuk dengan investasi USD 40 juta. Tahun 2010 OLX berinvestasi dan mengambil alih Tokobagus pada tahun 2014. OLX juga melakukan joint venture dengan Schibsted Media Group (Norwegia), Telenor Group (Norwegia) dan Singapore Press Holdings (SPH) (Singapura), ketiganya sebelumnya telah berinvestasi di Indonesia melalui *berniaga.com*, untuk pengembangan platform online classified di empat negara yaitu Indonesia, Thailand, Bangladesh, dan Brasil. OLX akhirnya memasukan *tokobagus.com* dan *berniaga.com* kedalam OLX dan menjadi pemilik mayoritas. Total pengguna OLX sekitar 260 juta setiap bulannya dengan 100 pekerja di seluruh dunia.

**Tokopedia** berdiri tahun 2009 oleh William Tanuwijaya. Perusahaan ini mulai menjadi sorotan setelah pada tahun 2014 mendapat pendanaan sekitar USD 100 juta atau sekitar Rp 1,3 triliun dari SoftBank Internet & Media dan Sequoia Capital serta perusahaan joint ventura dari Jepang. SoftBank adalah pemodal di balik kesuksesan Alibaba dan Sequoia Capital adalah pemodal di balik keberhasilan Apple, Google, YouTube, Instagram, dan WhatsApp. Pada tahun 2016 *tokopedia.com* mendapat pendanaan lagi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp 1,9 triliun.

**Lazada** didirikan Rocket Internet yang berkantor pusat di Berlin, Jerman, pada 2012 untuk menargetkan pasar Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Lazada selama ini dikenal sebagai e-commerce yang menjual produk elektronik dan pakaian. Setelah JP Morgan, beberapa rekanan lain ikut mempercayakan investasi pada Lazada dan perusahaan induknya, Rocket Internet. November 2012, Kinnevik, perusahaan investasi dari Swedia menanamkan investasi hingga lebih dari USD 40 juta. Desember 2012, Summit Partners, salah satu perusahaan modal usaha terbesar di dunia berinvestasi sebesar USD 26 juta. Pada Januari 2013, Tengelmann, group retail strategis dari Jerman menanamkan dana investasi yang dikabarkan mencapai USD 20 juta. Pada tahun 2016 perusahaan e-commerce raksasa asal China Alibaba menambah kepemilikan sahamnya di Lazada menjadi 81% dari 51% dengan menyuntik dana USD 1 miliar hingga totalnya mencapai USD 2 miliar.

## DAYA SAING NASIONAL DALAM EKONOMI DIGITAL

### a. Peluang Memperkuat Indonesia Dalam Global Value Chain"

Sebagai Negara dengan potensi pasar digital yang sangat tinggi, seharusnya Pemerintah Indonesia sudah mulai memusatkan strategi yang mengarah pada pembangunan industry digital yang berdaya saing tinggi, dan tidak lagi bergantung pada industry digital luar. Hal ini bahkan akan memberikan nilai tambah yang cukup tinggi bagi perekonomian domestic.

Di dalam perkembangan global hari ini dimana sektor teknologi informasi dan komunikasi (ICT) menjadi penyumbang terbesar nilai perdagangan global, tentunya Indonesia perlu memanfaatkan momentum ini untuk mengambil peran yang lebih besar di dalam rantai nilai global (Global Value Chain/GVC), dimana agenda GVC hari ini sedang menjadi agenda utama perdagangan bebas.

Ada beberapa alasan kenapa GVC dipilih sebagai strateginya: **pertama**, terjadinya kemajuan inovasi teknologi; **kedua**, mesin pertumbuhan dunia ada di Negara berkembang; **ketiga**, terjadinya pendalaman pada 'kurva senyum' yang menggeser kondisi ideal dalam Global Value Chains, sehingga

focus pertumbuhan hanya pada proses manufaktur dan melupakan proses pra dan post manufaktur yang banyak bertumpu pada sector jasa<sup>14</sup>.

Selama ini GVC didominasi oleh Negara-negara maju sebagai konsekuensi logis dari praktek pembagian pembagian kerja industry yang berbasis pada modal dan teknologi (Capital/Technology intensive industry) yang didominasi oleh Negara industry dengan industry yang berbasis pada buruh (labor intensive industry) yang didominasi oleh Negara berkembang. Apalagi catatan OECD menyebutkan bahwa aktivitas dari nilai tambah dalam perdagangan memang diperkuat oleh sector jasa yang selama ini telah memberikan kontribusi pertumbuhan 2/3 GDP di Negara-negara industry, dibandingkan dengan Negara berkembang<sup>15</sup>.

Keterlibatan Negara berkembang ke dalam proses GVCs sangat ditentukan oleh capital driven perusahaan multinasional di Negara industri. Paling tidak, ada tiga bentuk capital driven yakni, natural resources seeking, efficiency seeking, dan market seeking<sup>16</sup>. Dari analisa capital driven, maka kebanyakan Negara berkembang masih memusatkan aktivitas value chain-nya pada kegiatan nilai tambah produksi yang memiliki level rendah seperti memproses barang setengah jadi ataupun assembling. Sementara itu, Negara industry masih mendominasi kegiatan nilai tambah yang berlevel tinggi di negaranya, seperti R&D dan Desain<sup>17</sup>.

Oleh karena itu, jika Indonesia ingin mengambil peran sebagai pelaku utama dalam GVC, maka sudah seharusnya Pemerintah Indonesia membangun industry ekonomi digital dengan membenahi beberapa persoalan yang ada selama ini dalam industry telekomunikasi nasional sebagai prasyarat utamanya.

## **b. Tantangan & Peluang Digitalisasi Indonesia**

### **Sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi**

#### **1. Infrastruktur: Jaringan & Data Center**

Kurangnya ketersediaan infrastruktur TIK, khususnya infrastruktur jaringan, masih menjadi persoalan di Indonesia. Pertama, disebabkan oleh kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari gugusan pulau dengan bentangan yang luas. Kondisi tersebut membuat penyediaan infrastruktur membutuhkan investasi yang lebih besar, baik akibat luasnya area maupun kombinasi teknologi yang harus digunakan. Kedua, akibat perkembangan TIK yang cepat. Perkembangan teknologi TIK yang cepat membuat penyediaan infrastruktur harus terus memperbaharui teknologinya agar dapat memberikan layanan yang lebih memadai khususnya dalam menghadapi persaingan yang tinggi dan meng-global.

Ketersediaan infrastruktur data seperti data center atau server center masih belum bisa mengimbangi perkembangan komunikasi berbasis data yang mengalami lonjakan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya e-commerce seperti pembelian online, layanan transportasi online di kota-kota besar, layanan travel dan lainnya mendorong meningkatnya kebutuhan layanan data. Ketidaktersediaan layanan infrastruktur ini akan mendorong semakin meluasnya penggunaan fasilitas layanan yang berada di negara lain.

#### **2. Regulasi Konvergensi**

Perkembangan teknologi TIK tidak hanya meningkatkan kualitas layanan TIK tetapi juga merubah bisnis model atau model layanan bahkan hingga kebutuhan masyarakat. Berkembangnya teknologi smartphone

---

14 Richard Baldwin, "Global Supply Chains: Why they emerged, why they matter, and where there are going", part of WTO Publications entitled "Global Supply Chain in the changing World", 2013.

15 OECD Synthesis Report, "Interconnected Economies: Benefiting From Global Value Chains", 2013, pg.

16 Peter Draper and Andreas Fraytag, "Who Captures The Value in The Global Value Chains?", ICTSD, 2014.

17 South Centre, *ibid*.

memuat layanan TIK juga mengalami perubahan. Layanan pemberitaan, televisi, hiburan, komunikasi dan masih bisa ditambah lainnya, semuanya menjadi mungkin dilakukan melalui smartphone. Hal ini merubah pola layanan dan penggunaan teknologi pada masing-masing bidang tersebut. Perubahan yang memukul pola bisnis dan layanan 'manual' ini, pada penyelenggara layanan secara bersamaan masih harus menghadapi menghadapi munculnya kompetitor dengan investasi yang cenderung lebih kecil. Pada sisi yang lain, konvergensi layanan yang selama ini berbeda-beda sesuai ruang lingkup dan penggunaan teknologinya, saat ini mulai mengalami perubahan dan semakin menyatu dalam sistem teknologi yang hampir sama. Peraturan dan perundangan menjadi jauh tertinggal menghadapi arus perubahan ini. Lahirnya banyak Permen (Peraturan Menteri) dengan berbagai perubahannya memperlihatkan begitu cepatnya perubahan yang terjadi. Ketidaksiapan peraturan dan perundangan memberi celah bagi persaingan yang tidak adil dan pada akhirnya mengganggu layanan yang diberikan hingga perkembangan bisnis dan industri TIK. Undang-Undang konvergensi atau Peraturan Pemerintah yang mengantisipasi transformasi ini menjadi kebutuhan penting agar industri dan bisnis TIK dapat berkembang dengan baik, bagi penyelenggara maupun pelanggan khususnya dalam mendapatkan perlindungan dan layanan.

### **3. Rendahnya pemanfaatan TIK: e-gov & layanan publik**

Sekalipun kebutuhan infrastruktur masih dirasakan kurang, tetapi pemanfaatan TIK, khususnya oleh pemerintah baik pusat maupun daerah serta pemanfaatan bagi pelayanan publik masih sangat kurang. Kekurangan pemanfaatan ini salah satunya disebabkan adanya hambatan perilaku koruptif khususnya yang berdampak terjadinya kelambanan pemanfaatan teknologi ini. Tingginya pemanfaatan TIK selain akan mendorong berkembangnya industri TIK Indonesia, juga akan memberikan multiefek bagi industri lain termasuk bisnis start up serta pemenuhan layanan publik.

## **Soal E-commerce**

### **1. Infrastruktur TIK dan Infrastruktur perdagangan**

Ketersediaan infrastruktur TIK masih merupakan isu penting dalam pengembangan e-commerce yang sedang meningkat pesat. Persoalan kurang tersedianya infrastruktur perdagangan tidak bisa mengimbangi laju perkembangan e-commerce yang sedang terjadi. Kemampuan e-commerce mengatasi persoalan rantai distribusi masih belum bisa mengatasi persoalan infrastruktur perdagangan lainnya seperti ketersediaan yang memadai dari sistem transportasi, pergudangan serta lainnya termasuk regulasi nasional dan daerah. Termasuk juga dalam hal ini kualitas produksi lokal seperti konsistensi, kuantiti, registrasi dan lainnya.

Persoalan-persoalan ini pada akhirnya membutuhkan investasi yang besar agar dapat secara optimal memanfaatkan pasar yang sedang berkembang melalui layanan TIK. Akibatnya model persaingan dan perkembangan e-commerce lebih berat pada pertarungan modal untuk investasi pada banyak hal diluar penguatan produksi dan kapasitas lokal. Start up lokal akan lebih sulit tumbuh dan bersaing dikarenakan investasi asing diarahkan pada aktivitas pembelian situs e-commerce atau bisnis start-up. Hal tersebut juga berarti tidak banyak dampak penguatan produksi nasional yang terjadi dalam perkembangan e-commerce pada kondisi ini.

### **2. Model transaksi & keamanan transaksi**

Perkembangan e-commerce bagaimanapun membutuhkan tersedianya fasilitas melakukan transaksi. Jaminan keamanan transaksi masih menjadi isu penting di Indonesia dalam penggunaan transaksi elektronik. Mengingat semakin tingginya perkembangan ekonomi secara online dan besarnya transaksi yang mungkin terjadi, maka menjadi tantangan kedepan khususnya bagi perbankan untuk bisa memberikan layanan transaksi yang lebih praktis dan aman. Perbaikan regulasi dan aturan-aturan yang berkaitan dengan transaksi elektronik harus segera di diperkuat. Begitu juga dengan mekanisme perbankan harus mempersiapkan diri dalam membangun transaksi elektronik yang tren ke depannya akan semakin meningkat pesat. Perkembangan penggunaan pulsa telepon sebagai alat pembayaran secara otomatis, seperti yang telah diujicobakan di Cina, akan menjadi tren yang akan menguat pada masa mendatang.

### 3. Rendahnya penetrasi produk lokal dalam praktek e-commerce

Salah satu kekuatan ekonomi nasional Indonesia adalah pada produksi lokal yang tersebar pada pulau-pulau yang terpisah luas. Perkembangan e-commerce yang sedang berjalan tidak memperlihatkan hubungan yang erat dengan penguatan produk lokal khususnya komoditi pertanian dan sejenisnya. Pemanfaatan TIK dalam meningkatkan produksi lokal menjadi peluang besar untuk dimanfaatkan tetapi kendala-kendala infrastruktur baik perdagangan maupun TIK dan inisiatif pemerintah daerah membuat hal ini masih jauh dari perkembangan. Produk lokal, khususnya pertanian dan sejenisnya perlu mendapatkan proteksi karena berhubungan dengan kepentingan nasional dan rakyat secara langsung tetapi perlu mendapatkan dukung layanan TIK.

Pembangunan e commerce untuk komoditi lokal atau daerah secara nasional membutuhkan kerjasama yang kuat antara Pemerintah Pusat hingga Pemerintah Daerah sebagai tulang punggung pencapaian sistem e commerce nasional ini. Pemerintah harus bisa mengatasi persoalan-persoalan ego sektoral dan kelembagaan yang selama ini menjadi kendala dalam kerja-kerja terpadu.

## REKOMENDASI

Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang kuat tanpa bisa diintervensi oleh instrument internasional, khususnya FTA. Beberapa aturan FTA seperti larangan lokalisasi data, kebebasan cross data flows, aturan non-diskriminasi dan penghapusan custom duties produk digital, larangan TKDN, dan pelemahan perlindungan data pribadi harus bisa ditabrak oleh Pemerintah Indonesia dalam rangka mempertahankan dan melindungi kepentingan nasional.

Kepentingan nasional dalam hal penguatan ekonomi lokal tidak bisa ditukar (trade-off) dalam perundingan perjanjian perdagangan bebas (FTA), yang akhirnya hanya akan menambah panjang daftar dampak buruk FTA terhadap perekonomian rakyat. Pemerintah Indonesia harus punya posisi tawar yang kuat dalam berunding, dan tahu mengenai apa-apa saja yang harus diperjuangkan dengan indikator capaian yang terukur.

Perundingan FTA akan menjadi proses yang sangat menentukan peran Indonesia di era globalisasi, apakah menjadi pemain atau penonton. Termasuk apakah perjanjian itu akan memberikan nilai tambah yang besar bagi Indonesia. Pasar yang masih berkembang dan potensial harus dimanfaatkan sepenuhnya untuk kepentingan penguatan ekonomi rakyat. Dan inilah kunci dari peningkatan daya saing nasional.

## Daya Saing Nasional

Menghadapi tantangan dunia melalui FTA yang telah ditandatangani membuat Indonesia harus segera melakukan berbagai pembenahan, penyiapan dan pemanfaatan fasilitas yang telah terbangun agar menjadi lebih optimal. Mengikuti pembangunan infrastruktur TIK, khususnya jaringan antar pulau yang sedang berjalan, pemanfaatan dan pengembangan lebih lanjut atas fasilitas infrastruktur TIK sudah harus dipersiapkan secara lebih baik.

Pemanfaatan infrastruktur TIK dengan membangun pusat-pusat server di daerah memiliki multi manfaat bagi banyak sektor khususnya pada potensi yang dimiliki masing-masing daerah di Indonesia. Pemanfaatan bagi pembangunan e-government serta fasilitas pelayanan publik bisa dilakukan berbarengan dengan peningkatan produksi dan perdagangan lokal sesuai potensi komoditas yang dimiliki masing-masing daerah. Hal ini tentunya akan berdampak pada semakin bertumbuhnya dan menguatkan industry UMKM serta merangsang start-up lokal.

Upaya pembangunan infrastruktur penunjang yang sedang dikerjakan ini, seperti transportasi, pergudangan dan lain sebagainya diharapkan akan segera diikuti keterpaduan antara BUMD (Badan Usaha Milik Daerah) atau bahkan BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dengan lembaga lembaga nasional seperti Bulog maupun BUMN lainnya. E-commerce berbasis komoditi lokal merupakan potensi yang layak dibangun sebagai salah satu kekuatan basis penting dalam membangun ekonomi digital Indonesia serta menjadi bagian dari upaya melindungi kekuatan ekonomi lokal. Peran pemerintah daerah dan kekuatan organisasi lokal perlu mendapat peran dan porsi yang besar dalam pembangunan berbasis digital ini.

## **Menghadapi Tuntutan Net Neutrality Dalam FTA**

Menghadapi tuntutan FTA atas Net Neutrality secara prinsip berhadapan dengan dua kepentingan. Pertama adalah kepentingan komersial khususnya komersial lintas negara. Terhadap kebutuhan ini maka rangkaian aturan seperti perdagangan, tarif, pajak dan lainnya perlu ditetapkan secara adial diantara para negara sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Kedua adalah kepentingan non komersial. Kepentingan ini berhubungan dengan kebijakan seperti sensor yang berkaitan dengan persoalan sosial, politik, hukum seperti kejahatan, korupsi, pronografi, terorisme dan lainnya. Persoalan nasional ini, bisa juga telah menjadi persoalan trans nasional, bersifat unik untuk setiap negara. Berdasarkan kedua pertimbangan diatas seyogyanya proses negosiasi atau penentuan aturan FTA khususnya yang menyangkut net neutrality dilakukan atau diputuskan. Karena pertimbangan non komersial berkaitan dengan kepentingan nasional masing-masing negara, maka akan menjadi pertimbangan penting yang akan didesakkan dalam proses negosiasi atau pembentukan aturan. Pada sisi lain, persoalan yang bersifat unik itu bagi setiap negara akan bisa menjadi kendala dalam menentukan aturan bersama dalam FTA.

## **Perlindungan Data Pribadi**

Di sisi lain, pemerintah harus mulai menyiapkan seperangkat regulasi yang bertujuan menghormati, melindungi dan memenuhi hak warganya atas internet. Regulasi di tingkat UU mengenai perlindungan data pribadi dan pemblokiran akses internet secara lebih jelas harus segera dibuat oleh pemerintah dan DPR. Jangan sampai hak warga atas internet digilas oleh aturan mengenai digital economy dalam FTA. Pemerintah harus mulai menyadari bahwa pengaturan digital economy di dalam FTA akan berpengaruh luas ke masyarakat, bukan hanya bisnis.

Oleh karena itu, hal yang pertama harus dilakukan pemerintah adalah membuka teks perjanjian perundingan perdagangan bebas yang sekarang sedang dirundingkan. Pembukaan teks itu menjadi landasan bagi publik untuk berpartisipasi dalam menentukan arah pengaturan digital economy sehingga tidak menyingkirkan hak-hak warga negara dalam berekspresi dan memperoleh informasi dan pengetahuan di internet. \*\*\*\*