



ORASI ILMIAH

**Ekonomi Digital,
Peran Kampus dan Pencapaian Target
Sustainable Development Goals**

Oleh :
Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M.

STIENU TRATE GRESIK

20 Rabi'ul Awal 1439 H / 9 Desember 2017 M



Orasi Ilmiah dalam Rangka Wisuda Sarjana S1 Manajemen dan D3 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate
STIENU Trate Gresik
Tanggal 9 Desember 2017

ORASI ILMIAH

**EKONOMI DIGITAL, PERAN KAMPUS DAN PENCAPAIAN
TARGET SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

Oleh

Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M.

EKONOMI DIGITAL, PERAN KAMPUS DAN PENCAPAIAN TARGET SDG's

Oleh : Dr. Meithiana Indrasari, ST., MM

PENDAHULUAN

Presiden Joko Widodo (Jokowi), dalam Pertemuan Ke-25 Pemimpin Ekonomi APEC di Da Nang Vietnam pada bulan Nopember 2017 lalu, mengangkat isu ekonomi digital. Indonesia berpotensi menjadi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada 2020. Masyarakat Indonesia saat ini ada 132,7 juta pengguna internet dan 92 juta pengguna gawai di seluruh Tanah Air. Potensi tersebut diyakini Presiden Jokowi dapat mendatangkan kesempatan baru bagi masyarakat yang tidak terjangkau oleh pola bisnis sebelumnya dan usaha kecil menengah/UKM (Antara.com, 11/11/2017). Pemerintah harus mengambil posisi yang tepat dalam memfasilitasi transformasi yang tidak selalu mulus dengan tetap memprioritaskan pembangunan inklusif, berkelanjutan, dan penciptaan kesempatan kerja yang produktif. Presiden mengajak seluruh pemimpin negara untuk tetap waspada menghadapi perubahan digital ekonomi yang sangat cepat. Ekonomi digital tidak hanya menciptakan pertumbuhan inovasi namun juga membawa dampak disruptif terhadap kondisi yang sudah mapan sebelumnya. Presiden mengatakan kondisi yang demikian membutuhkan terobosan yang kreatif dari para pengambil kebijakan dan Indonesia mendorong APEC memastikan digital ekonomi berjalan sesuai dengan harapan. Presiden mendorong APEC untuk turut memastikan bahwa digital ekonomi mendatangkan keuntungan bagi rakyat dan meningkatkan inklusivitas, agar manfaat globalisasi dapat dirasakan oleh rakyat.

Pidato Presiden mengingatkan kita semua sebagai insan kampus, yang dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi selalu mengikuti perkembangan

zaman, agar apa yang kita ajarkan kepada mahasiswa selalu update. Meskipun sebagian dari kita, para dosen adalah orang-orang zaman 'old' tetapi kita selalu mampu beradaptasi menyesuaikan dengan generasi muda sekarang yang disebut dengan zaman 'now'. Perubahan zaman telah memaksa semua orang untuk melakukan perubahan perilaku. Kemajuan global melalui ekonomi digital telah mendorong perubahan gaya hidup dan pola ekonomi sebuah negara. Ada pergeseran perniagaan, perdagangan dari dunia 'offline' menuju 'online'. Perkembangan e-commerce membuat pembelian atau pemesanan suatu barang atau jasa begitu instan dan mudah.

Selain itu, penggunaan teknologi digital melalui media sosial cenderung mengakibatkan pergeseran dari pola konsumtif menjadi promosi pengalaman individu. Hal itu tercermin saat warga menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk membagikan pengalamannya melalui sebaran ide, foto maupun video. Rasanya sekarang orang atau kita tidak lagi mengejar barang bermerk, tidak lagi ke barang 'branded'. Anak muda sudah ngomong, wah kuno yang seperti itu. Tapi sekarang yang diincar orang adalah kenang-kenangan, 'memories', pengalaman-pengalaman. Penggunaan teknologi juga mendorong keuntungan ekonomi dengan sistem berbagi yang dipromosikan melalui aplikasi internet yang menjual jasa transportasi, tempat tinggal hingga "ruang kerja instan". Sekarang pakai aplikasi bisa sewa satu meja. Kalau kurang, pesan dua meja, kurang lagi, pesan lagi tiga meja. Ini seperti 'co-working' space memakai We Work. Penggunaan aplikasi telepon pintar dan internet akan berdampak tidak hanya dari sisi promosi dan konsumsi, tetapi juga sektor produksi.

Ekonomi digital sudah menjadi pola perilaku konsumsi masyarakat luas. Dunia pendidikan juga perlu melakukan perubahan besar-besaran. Sepuluh sampai 15 tahun tahun akan datang, lanskap politik akan berubah, lanskap ekonomi global akan berubah, interaksi sosial, semuanya berubah total. Inilah

yang harus diantisipasi oleh dunia pendidikan. Inilah tantangan Presiden Jokowi kepada para pemangku Fakultas Ekonomi. Salah satu cara mengantisipasi perubahan ini, bisa dimulai dari dunia pendidikan. Kampus-kampus harus membuka fakultas dan jurusan baru yang sesuai zaman kekinian. Universitas harus berubah. Fakultas Ekonomi, biasanya jurusannya ekonomi pembangunan, akuntansi, manajemen. Kenapa tidak mempersiapkan Fakultas Ekonomi Digital? Jurusannya bisa saja toko online, bintek kinerja teknologi, atau bisa saja jurusan meme. Universitas juga memerlukan manajemen yang baik untuk mempersiapkan pekerja dengan keahlian spesifik yang dibutuhkan di dunia industri. Negara lain sudah banyak universitas yang menyediakan manajemen logistik, hingga manajemen retail, dan manajemen pekerjaan proyek. Universitas memberikan pembelajaran yang bisa disesuaikan dengan karakter generasi Y. Generasi ini digambarkan dengan ketertarikan pada hal yang bersifat digital dan terkoneksi dengan internet. (Kompas.com, 23/10/2017). Oleh karena itu, kampus harus menjawab tantangan tersebut dengan semangat ekonomi digital, sekarang atau tidak sama sekali.

Pengertian Ekonomi Digital

Istilah 'Ekonomi Digital' diciptakan oleh Don Tapscott, pada tahun 1995 dalam bukunya, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, yaitu sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Keberadaan ekonomi digital akan ditandai dengan semakin maraknya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antarperusahaan ataupun individu. Menurut Thomas Mesenbourg (2001), ada tiga komponen utama konsep 'Ekonomi Digital' dapat diidentifikasi, yaitu (1) infrastruktur e-bisnis (perangkat keras,

perangkat lunak, telekomunikasi, jaringan, modal manusia, dll.); (2) e-bisnis (bagaimana bisnis dilakukan, setiap proses yang dilakukan organisasi melalui jaringan yang dimediasi komputer); (3) e-commerce (transfer barang, misalnya saat buku dijual online). Sedangkan menurut PC Magazine, ekonomi digital lebih difahami sebagai the impact of information technology on the economy, dampak teknologi informasi dalam ekonomi.

Dari pengertian tersebut, ekonomi digital bisa dipahami sebagai sektor ekonomi meliputi barang-barang dan jasa-jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada teknologi digital. Ekonomi digital merupakan dampak globalisasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang tidak hanya berkenaan dengan internet, melainkan berhubungan dengan bidang ekonomi. Ekonomi digital merupakan interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi informasi dan dampaknya pada ekonomi makro dan mikro. Ekonomi digital berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai dengan lima indikator seperti pekerjaan berbasis pengetahuan, globalisasi, dinamisme ekonomi, transformasi ke digital economy dan kapasitas teknologis. Sedangkan nilai dasar yang menjadi landasan bagi berkembangnya ekonomi digital adalah adanya penciptaan nilai, produk berupa efisiensi saluran distribusi, dan struktur berupa terjadinya layanan personal dan sesuai keinginan.

Ekonomi digital merupakan fase paling mutakhir dari perkembangan ekonomi yang dimulai dari teori ekonomi fundamental yang berbasis pada optimalisasi faktor-faktor produksi seperti manusia, mesin, modal uang, tanah dan sebagainya yang menentukan proses produksi dan distribusi. Perkembangan selanjutnya adalah masuknya ilmu pengetahuan atau intelektual sebagai faktor yang menentukan perekonomian, termasuk di dalamnya adalah iptek, kreatifitas dan berbagai macam bentuk modal inovatif. Dan yang disebut dengan ekonomi digital adalah munculnya masyarakat baru yang disebut dengan masyarakat

informasi (information society) atau masyarakat berpengathuan (knowledge society), serta pada puncaknya lahir apa yang disebut dengan masyarakat pascaindustri (post industrial society) sebagai konsekuensi berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang memoengaruhi ranah ekonomi yang berlandaskan iptek, ekonovi inovasi, ekonomi online, ekonomi baru, e-economy dan ekonomi digital. Di Indonesia digital ekonomi yang paling berkembang adalah e-commerece. Banyak transaksi perbankan yang telah menggunakan e-banking yang bersifat global. Industri e-commerece banyak memberikan pelayanan, seperti jual beli barang dan jasa lewat internet, jasa layanan antar, provider telekomunikasi dan lain sebagainya.

Perkembangan Ekonomi Digital

Indonesia memilik peluang yang sangat besar menjadi negara dengan kekuatan ekonomi digital terbesar di ASEAN. Pada tahun 2020, Indonesia memproyeksikan nilai transaksi e-commerce mencapai 130 juta US Dollar. Hal ini bukan merupakan usaha utopia belaka, tetapi berdasarkan fakta dan data yang dilansir oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa pengguna internet Indonesia berada di kisaran 52%, dan sebagian besar diantaranya mengakses internet secara mobile selama 4 jam per hari. Lebih jauh, saat itu terdapat 370 juta kartu SIM aktif di Indonesia, jauh lebih besar dari populasi Indonesia yang sudah hampir mencapai 270 juta penduduk.

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat dengan perilaku yang berorientasi pada digital. Banyak factor yang mempengaruhi perilaku digital masyarakat, tetapi secara umum dapat dibagi menjadi dua, yaitu yaitu perspektif industry dan perspektif konten. Secara industry, operator telekomunikasi berlomba-lomba membangun infrastruktur secara masif, mulai dari jaringan 2G, 3G, hingga 4G. Tidak hanya itu, terjadi persaingan antar operator yang cenderung tidak sehat dan menimbulkan perang tarif, dimana operator menurunkan harga serendah-

rendahnya untuk menaikkan utilisasi jaringan mereka. Hal ini juga makin diperkuat oleh menjamurnya smartphone murah yang sesuai dengan daya beli masyarakat menengah ke bawah. Walaupun perang tarif berdampak buruk bagi industri telekomunikasi, tapi dampaknya terhadap masyarakat sangat terasa, dimana telekomunikasi kini tidak lagi dianggap sebagai barang mahal. Sedangkan dari sisi konten, menggeliatnya penggunaan media sosial seperti Facebook dan Twitter serta munculnya aplikasi chat seperti BlackBerry Messenger (BBM) dan WhatsApp menjadi pendorong utama penetrasi data di Indonesia.

Ekonomi digital memang memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan di Indonesia. Laporan dari Oxford Economics (2016) menyebutkan bahwa keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan jumlah lapangan kerja di Indonesia. Secara khusus, setiap 1 persen peningkatan penetrasi mobile diproyeksikan menyumbang tambahan 640 juta US Dollar kepada PDB Indonesia serta membuka 10.700 lapangan kerja baru pada tahun 2020. Kontribusi sektor TIK makin terasa signifikan terhadap PDB Indonesia, mengingat sektor TIK menyumbang 7.2 persen dari total PDB Indonesia. Walaupun angka ini masih jauh dibandingkan sektor lain, namun sektor TIK mengalami pertumbuhan sekitar 10 persen yang merupakan pertumbuhan terbesar dibandingkan sektor lain. Pertumbuhan ini pun juga jauh lebih besar dibandingkan pertumbuhan rata-rata PDB nasional yang hanya 5 persen. Maka tidak mengherankan jika pemerintah Indonesia menaruh perhatian yang besar terhadap sektor ekonomi digital.

Di Indonesia ada tiga bentuk ekonomi digital yang sedang berkembang pesat, yaitu on-demand services, financial technology (fintech), dan e-commerce. Masing-masing dari bentuk ekonomi digital tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Di sektor on-demand services, Go-Jek menjadi pelopor utama dengan layanan pemesanan ojek berbasis aplikasi. Meskipun sudah berdiri sejak 2010, namun Go-Jek sendiri baru merilis aplikasi pada tahun 2015, dan sejak

saat itu pertumbuhan layanan berbasis on-demand menjadi tumbuh pesat di Indonesia. Mengusung slogan an ojek for every need, Go-Jek memfasilitasi hampir semua layanan secara on-demand, mulai dari pengiriman barang, pemesanan makanan, bahkan hingga hal-hal yang tak terpikirkan sebelumnya seperti jasa cuci mobil dan bersih-bersih rumah. Dampak yang ditimbulkan Go-Jek sangat signifikan. Dampak positifnya sudah jelas, Go-Jek mendorong pertumbuhan lapangan kerja baru yang menjanjikan yang dapat memberikan pemasukan lebih dibanding industri konvensional dengan jam kerja fleksibel. Selain itu, Go-Jek juga mencoba menjadi solusi atas absennya pemerintah dalam menyelesaikan masalah kemacetan dengan menawarkan mobilitas yang tinggi. Namun, banyak pula dampak disruptif yang ditimbulkan Go-Jek, terutama terhadap para ojek dan taksi konvensional. Penghasilan yang menurun dan kompetisi yang dirasa tidak adil menjadi pemicunya, sehingga banyak terjadi penolakan di daerah-daerah bahkan sampai berujung anarkis. Pemerintah pun berusaha turun tangan dengan meregulasi para pemain baru ini, namun regulasi yang ada terkesan terlalu berpihak kepada para pemain lama. Menarik untuk diikuti bagaimana dinamika kedepannya, mengingat tren layanan seperti ini masih akan tumbuh pesat dalam beberapa tahun kedepan.

2. Industri Fintech juga menjadi salah satu primadona yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Laporan dari Daily Social mencatat bahwa dalam dua tahun terakhir pertumbuhan fintech start-up mencapai 78%, dan sebagian besar fokus di sektor pembayaran. Hal ini wajar mengingat fakta bahwa saat ini hanya 36% dari orang dewasa di Indonesia yang memiliki rekening di bank. Padahal, teknologi finansial adalah enabler penting bagi kesuksesan ekonomi digital. Selain itu, dampak dari fintech sendiri sangat terasa dalam hal mempromosikan layanan finansial yang inklusif. Dengan adanya fintech, masyarakat dapat melakukan pembayaran lewat pulsa

telepon ataupun lewat minimarket secara mudah dibanding harus melakukan transfer lewat bank. Menyadari pertumbuhan industri fintech ini, pemerintah lewat Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersikap sangat supportif dengan menyusun peraturan mengenai peer-to-peer Fintech lending serta membuka Bank Indonesia Fintech Office (BI FTO) untuk memantau segala dinamika pertumbuhan industri fintech di Indonesia.

3. E-commerce juga menjadi industri yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia. Hal ini didasari fakta bahwa 8 juta masyarakat Indonesia sudah berbelanja secara online dan diprediksi terus meningkat. Perilaku konsumtif dan digital dari masyarakat Indonesia, ditambah meningkatnya jangkauan pasar menjadi pendorong utama. Tren ini pula yang membuat banyak pemain yang selama ini berjualan secara offline turut membuka toko online. Meski begitu, sektor e-commerce di Indonesia baru berkontribusi sebesar 0.8% dari total penjualan ritel, jauh dibawah Tiongkok (11%) dan Amerika Serikat (8%). Untuk itu, sesuai visi ekonomi digital 2020 yang dicanangkan Presiden Joko Widodo, Indonesia mengeluarkan sejumlah kebijakan untuk mendukung ekosistem e-commerce di Indonesia, seperti Paket Kebijakan Ekonomi 14 tentang peta jalan e-commerce, 1 juta domain name gratis, digitalisasi 50 juta UKM, dan gerakan 1000 start-up digital.

Dengan pertumbuhan bisnis online yang begitu pesat, masyarakat Indonesia akan mendapatkan manfaat positif dalam perekonomian seperti pertumbuhan kesejahteraan, pertumbuhan lapangan kerja baru dan lain-lain. Dengan demikian Indonesia tidak lagi sekadar menjadi target pasar bisnis internasional, tetapi sebaliknya dapat menjadi pengusaha e-commerce yang mumpuni hingga menjangkau pasar luar negeri. Pada tahun 2020, revolusi bisnis online Indonesia diprediksi akan mendorong Pendapatan Domestik Bruto sebesar 22 persen. Melihat perkembangan e-commerce di Tiongkok, maka kemungkinan hal yang

sama dapat terjadi di Indonesia begitu besar karena Indonesia dan Tiongkok memiliki karakter yang sama. Dengan populasi yang berjibun, Indonesia dan Tiongkok menyediakan pasar yang begitu besar bagi pelaku bisnis lokal maupun internasional. Jika potensi ini bisa dimanfaatkan dengan baik, sudah pasti akan mendorong perekonomian nasional.

Peran Kampus dalam Ekonomi Digital

Kampus mempunyai peran yang sangat strategis dalam memanfaatkan perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi, kampus dapat memusatkan perhatian pada tiga isu strategis, yaitu isu terkait dengan SDM; isu terkait dengan regulasi atau kebijakan pemerintah; dan terakhir isu kesenjangan digitalisasi di Indonesia.

Pertama, adalah terkait SDM. Walaupun start-up digital mengalami pertumbuhan yang masif, namun kebanyakan dari mereka mengalami kesulitan dalam hal menemukan talenta yang berkualitas dan sesuai kebutuhan industri. Akibatnya, sering terjadi talent war antar start-up dimana seorang talenta berkualitas menjadi rebutan berbagai start-up. Salah satu yang menjadi akar permasalahannya adalah sektor pendidikan tinggi Indonesia yang belum dapat menghasilkan SDM yang sesuai kebutuhan industri. Mengingat pentingnya SDM sebagai kunci peningkatan daya saing start-up Indonesia di kancah internasional, kolaborasi sektor bisnis dan akademik perlu ditingkatkan kembali sehingga tidak terjadi mismatch antara kedua sektor ini.

Kedua, regulasi selalu menjadi isu utama jika kita bicara tentang start-up dan disruptive innovation. Faktanya, regulasi memang selalu tertinggal dibandingkan dinamika pertumbuhan teknologi yang sangat pesat. Namun, yang perlu dipastikan adalah bagaimana Pemerintah bersama pihak-pihak terkait dapat menyusun regulasi yang adaptif dan tidak mematikan inovasi digital. Pemerintah saat ini telah menunjukkan tren yang positif dalam hal penyusunan regulasi,

namun di internal Pemerintah sendiri terdapat perbedaan perspektif dalam menanggapi inovasi digital. Contoh yang terlihat adalah bagaimana para pemain baru di sektor on-demand transportation terkesan mendapatkan regulasi yang tidak suportif dengan menyamakan mereka dengan para pemain lama. Namun di sisi lain sektor Fintech dan e-commerce mendapat perhatian dan dukungan yang sangat banyak. Belum lagi isu-isu lain seperti perlindungan data konsumen, keamanan transaksi dan isu-isu lain yang masuk dalam ranah cyber security. Lebih jauh, keberadaan sebuah badan khusus yang fokus mengkoordinasikan isu-isu terkait ekonomi digital menjadi sebuah keharusan, mengingat selama ini isu ekonomi digital diurus secara bersama oleh berbagai instansi pemerintah. Kampus bisa menjadi garda terdepan dalam riset kebijakannya untuk berkontribusi dalam proses penyusunan regulasi yang bisa mengakomodasi seluruh stake holder secara adil dan berimbang.

Ketiga, mengurangi kesenjangan digital di Indonesia. Pemerintah harus memastikan bagaimana masyarakat Indonesia dimanapun mereka berada bisa mendapatkan akses yang sama kepada layanan telekomunikasi, mengingat infrastruktur adalah syarat utama kesuksesan ekonomi digital. Hal ini memang menjadi salah satu perhatian Pemerintah lewat peluncuran rencana pitalebar Indonesia 2014-2019 dan penyelesaian pembangunan Palapa Ring di kawasan Indonesia Timur. Rencananya, proyek ini akan selesai pada 2019 sehingga diharapkan akses ke jaringan telekomunikasi akan semakin baik. Dunia kampus mempunyai peran yang sangat besar dalam mengatasi kesenjangan digitalisasi ini dengan program pengabdian kepada masyarakat untuk mengembangkan literasi kepada masyarakat yang masih gagap teknologi menjadi masyarakat yang melek teknologi sehingga kesenjangan ini bisa diatasi dengan baik.

Ekonomi Digital dan Pencapaian Target SDGs

Indonesia termasuk dari satu negara yang ikut menandatangani SDGs. Ada 17 target Yg harus dicapai oleh dunia pada tahun 2030 sbagai masa akhir SDGs. Bagi Indonesia SDG's merupakan pedoman untuk mengukur tingkat keberhasilan pembangunan di dalam negeri dan tolok ukur tingkat pergaulan di dunia global. Salah satu perkembangan global yang sangat penting adalah ccepatnya laju perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang lebih dikenal dengan internet. Trend yang berkembang saat ini dan dimasa yang akan datang adalah serba internet. Penjualan jasa dan barang hampir seluruhnya sudah menggunakan internet. Perkembangan ekonomi digital yang berbasis pada internet telah memberikan dampak positif dan sekaligus negatif dalam perilaku masyarakat Indonesia dalam produksi, distribusi dan konsumsi kebutuhan sehari-hari. Perilaku masyarakat yang beralih dari perdagangan offline menuju online dalam ekonomi digital merupakan potensi yang besar dalam pencapaian target SDGs.

Hal ini dibuktikan dengan perdagangan online yang dalam beberapa bulan terakhir ini menyebabkan terjadinya perdebatan menarik berkaitan dengan daya beli masyarakat. Data pemerintah menunjukkan ada peningkatan daya beli masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh data BPS yang menggambarkan peningkatan tersebut. Pidato Presiden Jokowi (4/10) menggambarkan bahwa daya beli masyarakat stabil. Beberapa indikator seperti perdagangan yang tumbuh sekitar 18,7%, industri naik 16,36%, pertanian naik 23% dibanding tahun lalu. Jasa perusahaan di bidang sewa gudang meningkat 14,7%. Salah satu indikator yang mengukur daya beli masyarakat adalah konsumsi rumah tangga. Sektor ini memang menjadi tumpuan utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Data BPS, konsumsi rumah tangga kuartal II tahun ini mencapai 4,95%, meskipun hanya naik tipis dibandingkan kuartal sebelumnya yang pertumbuhannya 4,91%. Sementara menurut kajian indef (JP, 30/10) ada penurunan daya beli masyarakat dan persoalan perpolitikan nasional. Penurunan

daya beli masyarakat ini mempengaruhi pendapatan gerai konvensional. Benarkah ada korelasi antara daya beli masyarakat dengan menurunnya pendapat gerai konvensional, bahkan tutupnya gerai2 besar ritel di Indonesia ?

Jika diamati lebih dalam, fenomena tersebut tidak berhubungan langsung. Fenomena tersebut membuktikan perilaku konsumtif masyarakat beralih dari beli kebutuhan secara langsung mejadi online. Perdagangan online mulai mengancam perdagangan manual dan lambat laun akan menggerusnya. Perubahan perilaku masyarakat ini mengharuskan pemerintah selaku pemegang regulasi juga perlu berubah. Kebijakan dan tata niaga perdagangan harus mampu menyeimbangkan dan bersifat adil terhadap semua bentuk dan jenis perdagangan. Begitu juga bagi pedagang konvensional perlu mengembangkan dual strategi, yaitu mulai merambah bisnis online dan dengan tetap mempertahankan gerai konvensionalya.

Keunggulan perdagangan online adalah efisiensi. Sedangkan gerai konvensional tergolong inefisiensi karena harus mengurus ijin, mengeluarkan overhead, membayar pajak dan tetek bengek lainnya. Pemerintah harus mengambil inisiatif untuk mengajak duduk bersama seluruh stakeholders perdagangan dan mengutamakan perlindungan konsumen. Peran strategis ini perlu segera dijalankan agar gairah perdagangan di Indonesia semakin meningkat dan hubungan antarpelaku usaha menjadi harmonis. Para pebisnis, baik konvensional maupun online, bisa meraup keuntungan yang berlimpah, dan masyarakat selaku konsumen mendapatkan barang kebutuhan dengan baik, nyaman dan terjangkau.

Agak berbeda dengan perdagangan online yang mampu diseimbangkan pemerintah. Jasa transportasi online agak kedodoran. Munculnya jasa transportasi online diberbagai daerah, bak jamur di musim hujan, tidak hanya merubah perilaku konsumen tetapi telah menimbulkan konflik horizontal di masyarakat. Pengaturan yang dilakukan oleh pemerintah dirasa terlambat. Demo para supir

konvensional terjadi dimana mana dan eskalasinya semakin meningkat. Protes yang dilakukan oleh supir konvensional disebabkan karena kalah bersaing dengan online. Akibatnya pendapatan mereka jauh berkurang dan tidak mampu memenuhi target dan sangsi PHK di depan mata.

Pemerintah telah menetapkan sekian banyak kewajiban kepada jasa transportasi konvensional, sementara jasa transportasi online tak mampu disentuh oleh regulasi pemerintah. Bahkan, image yang terjadi pemerintah membiarkan jasa transportasi online merajalela tanpa aturan. Akibatnya, jasa transportasi konvensional melakukan hakim sendiri dengan pelanggaran secara sepihak. Mereka membatasi lokasi-lokasi tertentu tidak boleh ada jasa transportasi online beroperasi. Jika ada taksi online yang nekad maka akan terjadi ketegangan bahkan perselisihan dan konflik antarsupir.

Masyarakat selaku pengguna jasa transportasi lebih memilih online karena lebih murah, mudah dan nyaman. Apalagi jalan di berbagai kota besar mulai menunjukkan kemacetan. Masyarakat mulai beralih menggunakan taksi online daripada menggunakan mobil pribadi. Para orang tua mulai terbiasa menggunakan jasa ojek online ketika hendak menghantarkan dan menjemput anak sekolah. Sekarang, sudah menjadi kebiasaan, hal-hal yang berkenaan dengan jasa transportasi maka pilihannya adalah online.

Perkembangan jasa transportasi di Indonesia maju pesat. Sebutlah tiga pemain jasa transportasi di Indonesia, yaitu Gojek, Grab dan Uber, bersaing secara ketat dan penuh dengan inovasi setiap hari. Para pelaku usaha jasa transportasi mampu meraih keuntungan yang berlipat ganda. Masyarakatpun berbondong-bondong menjadi driver jasa transportasi online, baik sebagai mata pencaharian utama maupun sampingan. Jadi pemerintah menghadapi dua persoalan sekaligus. Pertama, bagaimana mengatur agar terjadi keseimbangan dan keadilan antara jasa transportasi konvensional dengan online. Kedua, bagaimana mengatur persaingan yang sehat antarjasa transportasi online.

Disamping itu, juga mempertajam target kedelapan, yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi yang terus-menerus, inklusif, dan berkelanjutan, serta kesempatan kerja penuh dan produktif dan pekerjaan yang layak bagi semua orang. Dengan penajaman ini upaya pemerintah untuk menstabilkan dan meningkatkan perdagangan dalam negeri akan memberi dampak pada perdagangan dunia. Pemerintah terus berinisiasi untuk mendorong para pelaku ekonomi digital menjadi raja di negeri sendiri yang mampu bersaing di dunia global.

Demikian yang bisa saya sampaikan pada kesempatan ini. Hanya kepada Allah SWT kita memohon petunjuk dan pertolongan. Semoga Allah SWT selalu memberkahi hidup kita. Amiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Wirabrata (2016). *Prospek Ekonomi Digital bagi Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi*. Majalah Info Singkat Ekonomi dan Kebijakan Publik. Vol.VIII,No.17/I/P3DI/September/2016.
- Digital Ekonomi Tawarkan Solusi Permasalahan Bangsa. [News.unair.ac.id/2017/06/06/digital - ekonomi - tawarkan - solusi - permasalahan-bangsa/?print-pdf](http://News.unair.ac.id/2017/06/06/digital-ekonomi-tawarkan-solusi-permasalahan-bangsa/?print-pdf).
- Kementerian Komunikasi dan Informasi (2015). *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di ASEAN*. Kominfo.gu.id.
- Mesenbourg, T.L. (2001). *Measuring the Digital Economy*. U.S. Bureau of the Census.
- Nicholas Negroponte (1995). "Bits and Atoms". *Wired Magazine*. (MIT link). Retrieved 20 February 2017.
- Procsiding Seminar Nasional & Call for Paper. *Peningkatan Daya Saing Daerah di Era Ekonomi Digital dan Masyarakat Fkonomi ASEAN*. feb.unila.ac.id. ISBN 978-979-19119-8-6.
- Shella Azizah. *Digital Ekonomi di Indonesia*. Academia.edu. diunggah pada tanggal 25 nopember 2017.
- Tapscott, Don (1997). *The digital economy : promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill. ISBN 0-07-063342-8.
- Tim Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika. *Studi Ekonomi Digital di Indonesia sebagai Pendorong Utama Pembentukan Industri digital Masa Depan*. 20170209094614-ekonomi digital, C. Juditha-2 pdf diunggah pada tanggal 25 Nopember 2017.

PROFIL PRIBADI



Nama : Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M.
Tempat, Tgl Lahir : Surabaya, 05 Mei 1978
Pekerjaan : Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Unitomo Surabaya
Alamat Kantor : Unitomo Surabaya Jl. Semolowaru Surabaya
Alamat Rumah : Semolowaru Tengah VII/9 Surabaya Telp. 081332078155
Email : meithiana_unitomo@yahoo.com
meithiana.indrasari@unitomo.ac.id

RIWAYAT JABATAN

1. Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya (2008 s/d Sekarang).
2. Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Dr. Soetomo Surabaya (15 Januari 2013 s/d 29 Januari 2016).
3. Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Dr. Soetomo Surabaya (21 Agustus 2016 s/d 01 Oktober 2016).
4. Sekretaris Lembaga Kejahatan Indonesia Jawa Timur (27 April 2016 s/d Sekarang).
5. Ketua Bidang Pendidikan Pelatihan Persatuan Wanita Wirausaha Indonesia PERWIRA Jawa Timur (April 2016 s/d Sekarang).
6. Ketua Bidang Pendidikan Pelatihan Persatuan Wanita Wirausaha Indonesia Kadin Paradigma Baru Jawa Timur (September 2016 s/d Sekarang).

7. Ketua Perkumpulan Ahli dan Dosen Republik Indonesia (ADRI) Jawa Timur (Oktober 2016 s/d Sekarang).
8. Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Dr. Soetomo Surabaya (Desember 2016 s/d Sekarang).
9. Ketua Himpunan Masyarakat Anti Narkoba Republik Indonesia (HIMABA) Propinsi Jawa Timur (s/d Sekarang).
10. Ketua Ikatan Penulis Buku Perguruan Tinggi (IPB PT) (s/d Sekarang).
11. Editor In Chief Sinergi International Journal (s/d Sekarang).
12. Ketua Pengelola Jurnal Online Uritomo Surabaya (s/d Sekarang).
13. Ketua Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Unitomo Surabaya (s/d Sekarang).

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI NAHDLATUL ULAMA
TRATE GRESIK**

Jl. KH. Abdul Karim No. 60 Gresik - Telp. (031) 99100911
www.stienugresik.ac.id / stienugresik@yahoo.com

