

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Indonesia dan Tiongkok tergabung dalam *The Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)* yaitu forum kerjasama yang bertujuan untuk mengembangkan fokus dalam aktivitas perdagangan Internasional seiring dengan berkembangnya dan berubahnya dinamika perekonomian global. Forum RCEP yang dilaksanakan pada tanggal 23-25 Agustus 2019 memfokuskan pembahasan mengenai substansi dalam perdagangan digital (e-commerce). Perdagangan digital saat ini menjadi salah satu aktivitas yang akan semakin berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Aktivitas perekonomian yang berbasis digital ini diprediksi akan menjadi keunggulan dalam meningkatkan aktivitas perdagangan dengan skala yang lebih luas.

Indonesia sebagai negara berkembang dan tergabung dalam kerjasama RCEP dengan beberapa negara lainnya melihat bahwa perdagangan digital menjadi peluang bagi mereka untuk meningkatkan pendapatan dari sektor perdagangan. RCEP sendiri menitikberatkan pada upaya integrasi ekonomi khususnya pada perdagangan barang, jasa, dan investasi. E-commerce salah satunya menjadi isu yang dibahas di dalam perundingan ini. Negara-negara anggota ASEAN yang mayoritas masih menjadi negara berkembang bisa dikatakan sangat mendominasi perkembangan perdagangan digital di dunia.

Indonesia merupakan negara dengan tingkat perkembangan e-commerce terbesar di Kawasan Asia Tenggara. Perkembangan industri e-commerce di Indonesia sendiri dimulai sejak tahun 2010 dan terus mengalami peningkatan hingga saat ini. Kemunculan perdagangan digital atau e-commerce merupakan hal yang perlu di cermati secara seksama. karakter regional di Kawasan Asia dipengaruhi oleh perkembangan ekonomi pasar dibandingkan dengan peranan dari institusi regionalnya.

RCEP merupakan asosiasi negara-negara yang terbentuk karena adanya kesepakatan antar anggota dengan sistem yang tetap dimana bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional yang diwujudkan melalui kerjasama antar anggotanya menurut definisi organisasi Internasional oleh Archer. Selain itu, Brechin dan Ness mendefinisikan istilah organisasi internasional digunakan mencakup perusahaan multinasional, organisasi bilateral, organisasi multilateral, dan organisasi non-pemerintah.

Istilah ini juga merujuk kepada semua bentuk aktor non-negara yang bekerja di tingkat internasional atau global. Kerjasama RCEP dinilai akan memberikan tantangan tersendiri bagi produk-produk dalam negeri terutama kepada pengusaha UMKM yang masih kurang diperhatikan oleh Pemerintah Indonesia. Kesiapan Indonesia bisa dikatakan masih tertinggal yang kemudian hal ini membuat Indonesia sangat berhati-hati dalam mengakses pasar via elektronik. Hal ini dilakukan Indonesia karena pada saat ini Indonesia sedang mempersiapkan Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) mengenai perdagangan berbasis elektronik.

Meningkatnya perkembangan perdagangan digital atau e-commerce di Indonesia diprediksi akan terus meningkat jika dilihat dari kebutuhan masyarakat dan perkembangan digitalisasi. Indonesia telah dilirik oleh negara-negara besar yang bergabung dalam kerjasama RCEP sebagai pasar utama perdagangan digital. Tiongkok sebagai negara yang sudah lebih dulu mengembangkan perdagangan digital telah melakukan ekspansi ke Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari mulai banyaknya perusahaan perdagangan digital atau e-commerce asal Tiongkok yang beroperasi di Indonesia.

Lazada sebagai perusahaan holding dari Alibaba Grup telah lama beroperasi di Indonesia. Usaha kerjasama dari RCEP untuk menghapus hambatan dalam aktivitas perdagangan regional akan memberikan dampak yang cukup baik bagi Indonesia apabila dicermati dengan baik. Tiongkok sebagai negara produsen dari berbagai macam produk bisa dijadikan mitra strategis bagi Indonesia untuk meningkatkan perdagangan digital.

Pada saat ini, Pemerintah Indonesia telah melakukan beberapa kerjasama dengan Tiongkok untuk mengembangkan industri e-commerce. Pemerintah Indonesia melihat adanya peluang bagi produk lokal untuk menembus pasar Tiongkok dengan adanya perdagangan digital dan poin-poin yang ada dalam kesepakatan RCEP. Kerjasama internasional yang dilakukan melalui RCEP merupakan sisi lain dari konflik internasional yang juga merupakan salah satu aspek dalam hubungan internasional. Kepercayaan bahwa manusia saling membutuhkan menjadikan manusia dan pemerintah saling membutuhkan satu sama lain.

Logika saling membutuhkan ini menjadi pendorong berkembangnya sektor ekonomi. Progress dan kebahagiaan sebagaimana dikatakan oleh para liberalis klasik menjadi suatu hal yang ingin dicapai secara bersama dengan asas saling membutuhkan. Menurut Robert Keohane dan Joseph Nye di dalam buku *Power Interdependence* tahun 1977, konsep ini lahir seiring dengan hadirnya globalisasi yang kemudian menyadarkan negara bahwa militer bukanlah solusi untuk mencapai kepentingan negara seperti penyelesaian konflik, ekonomi, dan permasalahan sosial. Kerjasama Internasional lebih efektif dalam mencapai tujuan dan kepentingan-kepentingan negara.

Melalui layanan e-commerce lintas batas, produk murah dari luar negeri dapat masuk ke dalam negeri dan meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam negeri. Oleh karena itu, undang-undang e-commerce Indonesia yang akan datang harus lebih memperhatikan untuk mempromosikan perkembangan yang sehat dari industri e-commerce. Perdagangan dapat membuat situasi semua orang menjadi lebih baik. Dengan demikian, Indonesia harus membuat undang-undang e-commerce yang lengkap untuk memaksimalkan keunggulan layanan online lintas batas. Hal ini dapat dipelajari dari Tiongkok dalam membuat peraturan melalui undang-undang yang rinci. Mengingat Indonesia dan Tiongkok merupakan kedua negara yang sama-sama memiliki populasi penduduk yang besar sehingga kedua negara tersebut memiliki *demand* yang tinggi.

5.2 Saran

Dalam rangka mewujudkan pertumbuhan e-commerce di Indonesia, semua pihak harus turut andil bertanggung jawab pada prosesnya. Mengingat adanya beberapa hal yang dapat menghambat pertumbuhan e-commerce seperti pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, komunikasi, logistik, edukasi, dan juga sumber daya manusia. Sehingga, isu-isu tersebut harus dibenahi bersama-sama oleh lembaga terkait seperti Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Keuangan, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perhubungan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Badan Koordinasi Penanaman Modal, Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM, Pos Indonesia, ASPERINDO, IdeA, dan lain-lainnya, agar menghasilkan kebijakan yang komprehensif dan tersinkronisasi.

Selain itu, pemerintah perlu merumuskan prinsip-prinsip utama dalam mengembangkan bisnis e-commerce melalui aksi afirmatif. Terdapat 5 prinsip, antara lain seluruh warga negara Indonesia memiliki kesempatan yang sama dalam mengakses dan menjadi pelaku e-commerce, seluruh warga negara Indonesia dapat memiliki ilmu pengetahuan agar dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk perekonomian, meminimalisir hilangnya beberapa jenis pekerjaan saat era transisi menuju perekonomian digital, implementasi perangkat hukum dan kebijakan yang harus mendukung keamanan e-commerce yang mencakup *technology neutrality*, transparansi dan konsistensi internasional baik pelaku bisnis e-commerce lokal maupun pelaku bisnis pemula dan juga UKM harus mendapatkan perlindungan layak serta menjadi prioritas utama.

Pemerintah dapat memberikan stimulus kepada para pelaku bisnis e-commerce mulai dari level pemula UKM hingga *established business*. Selain itu, pemerintah juga harus mendapat dukungan dari masyarakat, pihak swasta, media, maupun organisasi non-profit untuk mendukung e-commerce menjadi suatu gerakan nasional. Tiongkok yang telah meluncurkan *Five Year Plan for the Development of e-Commerce* pada tahun 2011 dapat dijadikan contoh karena dalam kurun waktu tiga tahun volume transaksi bisnis E-commerce Tiongkok mencapai 10,1 persen dengan angka mencapai USD 426 dari total penjualan ritel.

