

Konsep Laporan Akhir
Final Report

Asia-EU Connectivity: Potensi Ekonomi Digital



Konsep Laporan Akhir (Final Report)

“Konektivitas Asia-EU: Potensi Ekonomi Digital”

22 November 2020

Penelitian untuk:



Penelitian oleh:



Penelitian untuk **Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia**

Judul **Konsep Laporan Akhir (Final Report) -
“Konektivitas Asia - EU: Potensi Ekonomi Digital”**

Intisari **Penelitian ini merupakan kerja sama antara Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Tahun Anggaran 2020 dengan Komunitas Indonesia untuk Kajian Eropa bertema “Asia - EU Connectivity: Potensi Ekonomi Digital”. Jangka waktu pelaksanaan kerja sama adalah selama 6 (enam) bulan terhitung mulai 8 Juni 2020 s.d. 8 Desember 2020.**

Melalui Konsep Laporan Akhir ini, telah terangkum Rancangan Penelitian dan perkembangan penelitian sesuai kontrak kerja sama. Hal tersebut memperlihatkan secara rinci ragam aktivitas yang dilakukan dalam penelitian.

Referensi	Kesepakatan Kerja Sama	Nomor: PRJ/JB/00014/06/2020/74/12 Nomor: KK/06/2020/I/0001
	Surat Perjanjian Kontrak	Nomor: PRJ/JB/00150/06/2020/74 Nomor: KK/06/2020/I-74.12/0001
	Kerja Addendum	6 November 2020 pada Pasal 3 Butir (2) Huruf c

Susunan Tim Penelitian

Tim Peneliti	Agung Permadi, Elistania, Esti Kukuh Perbawati, Firstyarinda Valentina Indraswari, Hafid Adim Pradana, Ikhtrotul Fitriyah, Meilinda Sari Yayusman, Muhadi Sugiono, Muhammad Indrawan Jatmika, Muhammad Maulana Iberahim, Mutia Hariati Hussin, Naomi Monicarolina P. H. S., Ningrum Ambarsari, Novandra Adi Kusuma, Nova Sutifani, Paramitaningrum.
Administrator	Nindita Nilasari.

Daftar Isi

Daftar Isi.....	i
Daftar Tabel.....	iii
Daftar Grafik	iv
Daftar Singkatan	v
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Kerangka Konseptual	4
1.3.1. Ekonomi Digital sebagai Bagian dari Globalisasi	4
1.3.2. Mengelola Ekonomi Digital.....	5
1.3.3. Kemitraan dan Kemitraan Strategis.....	6
1.4. Metodologi Penelitian	9
1.4.1. Kajian Pustaka dan Dokumen.....	9
1.4.2. Diskusi Kelompok Terarah.....	9
1.4.3. Wawancara Mendalam	9
Bab 2 Perkembangan Ekonomi Digital, Strategi Digital Eropa, dan Konektivitas Uni Eropa dan Asia pada Sektor Ekonomi Digital.....	11
2.1 Ekonomi Digital dan Produk Domestik Bruto.....	11
2.2 Sektor-Sektor Ekonomi Digital.....	12
2.3 Uni Eropa sebagai Aktor Ekonomi Digital.....	15
2.4 Implementasi Strategi Digital UE.....	19
2.4.1 Strategi Digitalisasi UE.....	20
2.4.2 Investasi Digital Hijau	21
Bab 3 Penjabaran Komprehensif Konektivitas UE-Asia	23
3.1. Kemitraan Asia-UE (India, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, dan Vietnam)	26
3.1.1. India.....	26
3.1.2. Jepang.....	30
3.1.3. Korea Selatan	32

3.1.4. Tiongkok.....	34
3.1.5. Vietnam	37
3.2. Kemitraan ASEAN-UE	38
3.2.1. Master Plan on ASEAN Community 2010 (MPAC 2010).....	39
3.2.2. Master Plan on ASEAN Community 2025	41
3.2.3. ASEAN ICT Masterplan (AIM).....	45
3.2.4. Implementasi MPAC 2010 & 2025.....	46
3.2.5. Fokus Ekonomi Digital dalam MPAC.....	48
3.2.6. Dinamika Kemitraan ASEAN-UE	48
3.2.7. Prospek Kerja Sama Strategis UE - ASEAN dalam mewujudkan MPAC.....	51
Bab 4 Perkembangan Ekonomi Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi Indonesia	53
4.1. Peluang.....	53
4.2. Tantangan.....	59
Bab 5 Pandemi COVID-19 dan Konektivitas Digital UE	66
5.1. Kerja Sama Ekonomi Digital Tiongkok dan UE dalam Penanganan COVID-19	67
5.2. Kerja Sama ASEAN dan UE dalam Penanganan Pandemi COVID-19.....	68
Bab 6 Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan.....	70
6.1. Menyikapi Uni Eropa sebagai Aktor Ekonomi Digital.....	70
6.2. Rekomendasi Kebijakan: Menciptakan Konektivitas Ekonomi Digital Indonesia yang Berkualitas, Kompetitif, dan Berkelanjutan dalam Menyambut Era Revolusi Industri 4.0 dan Kemitraan Strategis Indonesia-Uni Eropa	72
Referensi	77

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Ranking Daya Saing Digital 2019	2
Tabel 2.1 Penjualan Terbesar 10 Negara melalui E-commerce, 2017.....	14
Tabel 2.2 Kapitalisasi Pasar Platform Utama Global	15
Tabel 3.2 Kerja Sama UE - ASEAN yang disepakati pada 21st EU - ASEAN JCC Meeting untuk Periode 2014-2020.....	49
Tabel 4.1 Pengguna Internet di Indonesia 2017-2020.....	55
Tabel 4.2 Pendapatan Bisnis Online di Asia Tenggara Tahun 2018 (dalam US\$ Miliar).....	56
Tabel 4.3 Peningkatan Kontribusi Ekonomi Digital Asia Tenggara.....	58

Daftar Grafik

Grafik 2.1 Kontribusi Ekonomi Digital Terhadap PDB (dalam persen)	11
Grafik 2.2 Pengeluaran IoT	12
Grafik 2.3 Lalu Lintas Protokol Internet, 2017-2022 (exabytes per bulan)	13
Grafik 3.1 Skema Kerjasama Terkini antara Uni Eropa dengan Negara-negara di Asia dan Organisasi ASEAN	25
Grafik 4.1 Perkembangan Startup Fintech di Indonesia.....	57
Grafik 4.2 Jumlah Usaha di Sektor Ekonomi Digital di Indonesia	60
Grafik 4.3 Persentase Penduduk Negara Pengguna Internet (Asia Tenggara)	61
Grafik 4.4 Penetrasi Internet Berdasarkan Wilayah di Indonesia	62
Grafik 4.5 Jumlah Pengaduan YLKI Tahun 2015	64
Grafik 4.6 Persentase Tingkat Kekhawatiran Penyalahgunaan Data Pribadi (Asia Tenggara)	64
Grafik 4.7 Penggunaan Ekstensi Pemblokir Iklan (Ad Blocker) di Asia Tenggara	65

Daftar Singkatan

ABC	: <i>ASEAN Broadband Corridor (ABC)</i>
ACCC	: <i>ASEAN Connectivity Coordinating Committee</i>
AFTECH	: Asosiasi Fintech Indonesia
AHN	: <i>ASEAN Highway Network (AHN)</i>
AIM	: <i>ASEAN Information and Communications Technology Master Plan</i>
AIX	: <i>The ASEAN Internet Exchange Network</i>
APII	: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
ARF	: <i>ASEAN Regional Forum</i>
AS	: Amerika Serikat
ASEAN	: <i>Association of Southeast Asian Nations</i>
AVLRC	: <i>ASEAN Virtual Learning Resources Centres</i>
B2B	: Business-to-Business
B2C	: Business-to-Consumer
Bekraf	: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia
BIFTO	: <i>BI Fintech Office</i>
BRI	: <i>Belt and Road Initiative</i>
BTS	: <i>Base Transceiver Station</i>
BUT	: Badan Usaha Tetap
CATA	: <i>Comprehensive Air Transport Agreement</i>
CEF2	: <i>Connecting Europe Facility Artificial Intelligence (AI)</i>
CPS	: <i>Cyber Physical System</i>
DESI	: <i>Digital Economy and Society Index</i>
DETF	: <i>Digital Economy Task Force</i>
DLA	: <i>Digital Leadership Academy</i>
DMCA	: <i>Digital Millennium Copyright Act</i>
DTS	: <i>Digital Talent Scholarship</i>
E-READI	: <i>The Enhanced Regional EU-ASEAN Dialogue Instrument</i>
EAC	: Europe-Asia Connectivity
EEC	: <i>European Economic Community</i>
EU-ABC	: <i>EU-ASEAN Business Council</i>
EU-PCA	: <i>EU-Vietnam Framework Agreement on Partnership and Cooperation</i>
FGD	: Focus Group Discussions
FTA	: <i>Free Trade Agreement</i>
FTF	: <i>Foreign Terrorist Fighters</i>
G20	: <i>Group of 20</i>
GNLD	: Gerakan Nasional Literasi Digital
GVC	: <i>Global Value Chain</i>
HTS	: <i>High-Throughput Satellite</i>
ICT	: <i>Information and Communications Technology</i>
IMD	: <i>Institute for Management Development</i>
IOR	: <i>Indian Ocean Region</i>
IoT	: Internet of Things
IPA	: <i>Investment Protection Agreement</i>

IPM	: <i>Inter-Parliamentary Meeting</i>
ITU	: <i>International Telecommunication Union</i>
JCC	: <i>Joint Cooperation Committee</i>
Kemenkominfo	: Kementerian Komunikasi dan Informatika
MPAC	: <i>Master Plan of ASEAN Connectivity</i>
MRAs	: <i>mutual recognition arrangements</i>
Nexticorn	: <i>The Next Indonesian Unicorn</i>
NSWs	: <i>National Single Windows</i>
OJK	: Otoritas Jasa Keuangan
OTT	: <i>Over The Top</i>
P2PL	: <i>peer to peer lending</i>
PCA	: Partnership Cooperation Agreement
PDB	: Produk Domestik Bruto
PDN	: Pusat Data Nasional
PDP	: Perlindungan Data Pribadi
PSE	: Penyelenggaraan Sistem Elektronik
QoE	: <i>Quality of Experience</i>
QoS	: <i>Quality of Service</i>
RIPIN	: Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional
RUU	: Rancangan Undang-Undang
SDGs	: Sustainable Development Goals
SDM	: Sumber Daya Manusia
SHARE	: <i>Support to Higher Education in the ASEAN Region</i>
SKRL	: <i>Singapore Kunming Rail Link (SKRL)</i>
SMAC	: <i>Social-Mobile-Analytics Cloud</i>
TIK	: Teknologi Informasi dan Komunikasi
UE	: Uni Eropa
UMKM	: Usaha Mikro Kecil dan Menengah
VOIP	: <i>Voice Over Internet Protocol</i>
WC-PSS	: <i>Working Committee on Payment Systems and Settlement</i>
WC-FINC	: <i>The Working Committee on Financial Inclusion</i>
WEF	: <i>World Economic Forum</i>
WPPI	: Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri
YLKI	: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Bab 1

Pendahuluan

Ekonomi global mengalami perubahan global seiring dengan perubahan teknologi informasi (Mühleisen 2018). Berkembangnya ekonomi digital mengubah hakikat ekonomi sehingga institusi maupun perilaku aktor-aktor dalam ekonomi tidak lagi bekerja dengan cara yang konvensional. Konsep-konsep kunci seperti pasar, produksi, modal maupun kemampuan kompetitif mengalami perubahan makna secara signifikan.

Digitalisasi menjadi pionir dalam fenomena perubahan cepat perekonomian konvensional. Sejak memasuki era 2000-an, dunia mengalami berbagai inovasi yang pada akhirnya mengubah kehidupan sosial masyarakat. Internet digunakan secara massal pada tahun 1990-an dan mengawali era digitalisasinya sebagai akar dari pertumbuhan ekonomi digital. Tahun 2000-an sampai dengan 2010, teknologi informasi dan komunikasi (ICT) mulai menyebar dan mendukung perubahan ekonomi secara signifikan. Ekonomi digital tumbuh dengan pesat hingga 15-25% per tahun dari pasar yang berkembang (Bukht 2017). Pada tahun 2015, pendapatan dari ekonomi aplikasi digital mencapai lebih dari US\$ 100 miliar (Schwab 2019, h. 43).

Berkembangnya ekonomi digital membuka peluang yang lebih besar kepada aktor-aktor ekonomi. Tetapi, pada saat yang sama ekonomi digital cenderung memperkuat konfigurasi ekonomi global yang ada yang ditandai dengan kesenjangan yang sangat besar antara negara-negara industri maju dengan negara-negara yang sedang berkembang maupun negara-negara yang kurang berkembang. Selain itu, berbeda dari yang diasumsikan oleh banyak orang, peran negara, melalui kebijakan ekonomi digitalnya memainkan peran yang sangat besar (Nagy 2018, h. 1). Oleh karenanya, peta ekonomi digital secara jelas mencerminkan kebijakan ekonomi digital negara-negara di dunia.

1.1. Latar Belakang

Dengan perkembangan ekonomi digital, kemampuan pemerintah dalam beradaptasi dengan kekuatan baru yang memungkinkan bergesernya dominasi peran aktor-aktor pemerintah ke non-pemerintah sangat dibutuhkan untuk menjawab laju perubahan yang begitu cepat di era digitalisasi dewasa ini (Schwab 2019, h. 85). Dalam menghadapi pesatnya perkembangan ekonomi digital yang berpotensi semakin memperlemah eksistensi negara, sedikitnya terdapat dua strategi yang dapat dijalankan oleh pemerintah, yaitu memelihara ekosistem transformasi digital nasional serta membangun ekonomi digital yang inovatif dan inklusif. Setiap negara yang menyadari potensi besar dari perkembangan ekonomi digital tentunya memiliki cara yang berbeda dalam menjalankan dua strategi di atas. Sebagai contoh, Amerika Serikat (AS) dan Korea Selatan memiliki regulasi yang berbeda dalam upaya kedua negara untuk menciptakan lingkungan yang mendukung digitalisasi. AS, sejak 1998 telah menerapkan *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA) yang memberikan perlindungan kepada pemilik atau pencipta platform digital. Hal ini pada gilirannya turut berkontribusi dalam melahirkan berbagai platform digital yang tetap eksis sampai dengan saat ini, seperti eBay dan Youtube. Sementara itu, Korea Selatan sejak 2002 memusatkan perhatian pada peningkatan infrastruktur internet yang kemudian diikuti oleh banyaknya perusahaan teknologi di negara tersebut. Melalui investasi besar-besaran dalam infrastruktur internet, hingga saat ini Korea Selatan menjadi negara dengan penetrasi internet paling tinggi di dunia.

Kebijakan yang dilakukan oleh AS maupun Korea Selatan membuat kedua negara berhasil masuk dalam 10 besar peringkat digital dunia menurut *The IMD World Digital Competitiveness ranking 2019* sebagaimana ditunjukkan oleh tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Ranking Daya Saing Digital 2020

Negara/Perekonomian	2020	Transisi	2019
Amerika Serikat	1	— (0)	1
Singapura	2	— (0)	2
Denmark	3	▲ (+1)	4
Swedia	4	▼ (-1)	3
Hong Kong SAR	5	▲ (+3)	8
Swiss	6	▼ (-1)	5
Belanda	7	▼ (-1)	6
Korea Selatan	8	▲ (+2)	10
Norwegia	9	— (0)	9
Finland	10	▼ (-3)	7
Chinese Taipei	11	▲ (+2)	13
Kanada	12	▼ (-1)	11
Inggris	13	▲ (+2)	15
Uni Emirat Arab	14	▼ (-2)	12
Australia	15	▼ (-1)	14
Tiongkok	16	▲ (+6)	22
Austria	17	▲ (+3)	20
Jerman	18	▼ (-1)	17
Israel	19	▼ (-3)	16
Irlandia	20	▼ (-1)	19
Estonia	21	▲ (+8)	29
Selandia Baru	22	▼ (-4)	18
Iceland	23	▲ (+4)	27
Prancis	24	— (0)	24
Belgia	25	— (0)	25
Malaysia	26	— (0)	26
Jepang	27	▼ (-4)	23
Luxembourg	28	▼ (-7)	21
Lithuania	29	▲ (+1)	30
Qatar	30	▲ (+1)	31
Slovenia	31	▲ (+1)	32
Polandia	32	▲ (+1)	33

Negara/ Perekonomian	2020	Transisi	2019
Spanyol	33	▼ (-5)	28
Saudi Arabia	34	▲ (+1)	39
Republik Czech	35	▲ (+2)	37
Kazakhstan	36	▼ (-1)	35
Portugal	37	▼ (-3)	34
Latvia	38	▼ (-2)	36
Thailand	39	▲ (+1)	40
Cyprus	40	▲ (+14)	54
Chile	41	▲ (+1)	42
Italia	42	▼ (-1)	41
Rusia	43	▼ (-5)	38
Turki	44	▲ (+8)	52
Bulgaria	45	— (0)	45
Yunani	46	▲ (+7)	53
Hungaria	47	▼ (-4)	43
India	48	▼ (-4)	44
Romania	49	▼ (-3)	46
Republik Slovakia	50	▼ (-3)	47
Brazil	51	▲ (+6)	57
Kroasia	52	▼ (-1)	51
Yordania	53	▼ (-3)	50
Meksiko	54	▼ (-5)	49
Peru	55	▲ (+6)	61
Indonesia	56	— (0)	56
Filipina	57	▼ (-5)	55
Ukraina	58	▲ (+2)	60
Argentina	59	— (0)	59
Afrika Selatan	60	▼ (-12)	48
Kolombia	61	▼ (-3)	58
Mongolia	62	— (0)	62
Venezuela	63	— (0)	63

Sumber : IMD World Competitiveness Center, 2020

Berbeda dengan AS dan Korea Selatan, Tiongkok menetapkan “visi Digital Tiongkok” yang diimplementasikan melalui kebijakan penarikan kembali para teknisi yang berkuliah di luar negeri untuk kembali ke Tiongkok guna memperluas lapangan pekerjaan serta membangun teknologi *startup* seperti Alibaba. Meskipun dari data di atas Tiongkok berada pada peringkat 22, pada perdagangan elektronik, Tiongkok menyumbang lebih dari 40 persen dari transaksi global, dan penetrasi *e-commerce* (dalam persen dari total penjualan ritel) sekarang berada pada 15 persen, dibandingkan dengan 10 persen di AS. Sedangkan dalam sektor *financial technology* (fintech), Perusahaan Tiongkok menyumbang lebih dari 70 persen dari total rantai nilai global. Nilai pembayaran mobile terkait konsumsi Tiongkok oleh individu berjumlah US\$ 790 miliar pada tahun 2016 11 kali lipat dari AS. Terkait dengan pertumbuhan pasar yang cukup besar ini, kecepatan pemrosesan kapasitas dari salah satu penyedia pembayaran seluler terbesar di Tiongkok kira-kira 3 kali lebih cepat daripada dari mitra AS ([IMF Working Paper 2019](#)).

Tak kalah pentingnya yaitu Singapura sebagai negara peringkat pertama di Asia dalam hal kesiapan digital serta peringkat ketiga ekonomi paling inovatif di dunia, yang berambisi untuk menjadi yang terdepan dalam hal ekonomi digital (Infocomm Media Development Authority 2018). Dalam kompetisi ekonomi digital yang masih dikuasai oleh Amerika Serikat dan beberapa negara di kawasan Asia Timur seperti Tiongkok, Korea Selatan, dan Jepang, negara-negara di kawasan Eropa juga menjadi aktor penting dalam ekonomi digital.¹ Hal ini menjadikan pengambilan kebijakan yang dapat mendorong terciptanya konektivitas ekonomi digital menjadi krusial bagi Uni Eropa sebagai rezim supranasional yang menaungi negara-negara di kawasan Eropa. Perhatian Uni Eropa terhadap ekonomi digital semakin besar seperti tercermin dalam dokumen *A New Strategic Agenda 2019-2024*. Dalam agenda tersebut, Uni Eropa memiliki empat prioritas sebagai landasan kerja selama lima tahun ke depan, yaitu: (1) melindungi warga negara dan kebebasannya; (2) mengembangkan basis ekonomi yang kuat; (3) membangun Eropa yang netral iklim, hijau, adil, dan berlandaskan sosial; dan (4) mempromosikan kepentingan dan nilai-nilai Eropa di tingkat global (European Council 2020). Kebijakan Uni Eropa tentang ekonomi digital kembali ditegaskan dengan dicantumkannya kebutuhan akan konektivitas digital dalam prioritas kebijakan Komisi Eropa 2019- 2024. Dalam satu poin dari prioritas kebijakan tersebut tertulis '*A Europe Fit for Digital Age*'. Melalui poin ini, Uni Eropa berusaha mewujudkan kawasan Eropa sebagai zona yang cocok dan siap dalam menghadapi era digital. Uni Eropa melihat bahwa perkembangan teknologi harus dapat menguntungkan masyarakat dan pelaku bisnis, serta dapat mendukung tercapainya Eropa yang beriklim netral dengan menciptakan perkembangan ekonomi Eropa yang bebas emisi gas rumah kaca pada tahun 2050. Selain itu, melalui prioritas ini Eropa ingin menjadikan dirinya sebagai percontohan dalam pendefinisian standar global akan pengembangan teknologi digital (Von der Leyen 2019).

Berdasarkan prioritas tersebut, terlihat bahwa salah satu prioritas Uni Eropa adalah pada pengembangan basis ekonomi yang kuat di mana transformasi digital perlu diperhatikan dan akan menjadi aspek kunci dalam pengembangan ekonomi berbasis digital Uni Eropa. Secara spesifik, kebijakan Uni Eropa tentang pengembangan ekonomi digital ditampilkan ke dalam *European Digital Strategy* pada Februari 2020. Dalam dokumen tersebut, strategi digital tidak terlepas dari agenda prioritas Uni Eropa dalam mengembangkan kebijakan ekonomi digitalnya, antara lain: (1) *technology that works for people*, (2) *a fair and competitive digital economy*, (3) *an open, democratic and sustainable digital society*; dan (4) *Europe as a digital global player* (European Commission 2020). Strategi pertama diwujudkan dengan pengembangan kemampuan digital bagi pekerja, pengembangan kecerdasan buatan dan teknologi komputasi kuantum, pengembangan infrastruktur konektivitas dan jaringan 5G, hingga memperkuat sistem keamanan siber. Strategi kedua diwujudkan dengan menciptakan pasar tunggal yang mendukung terciptanya persaingan bebas dan mendorong kreativitas dalam penggunaan teknologi. Pasar tunggal ini akan didasari dengan penggunaan *big data* agar pelaku usaha dapat lebih maksimal dalam memahami perkembangan pasar baik secara regional maupun global. Strategi ketiga diwujudkan dengan membangun lingkungan digital yang demokratis, terbuka, menghormati hak-hak asasi manusia, mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, netral terhadap iklim, dan efisien sumber

¹ Secara individual, beberapa negara anggota Uni Eropa merupakan pemain penting dalam ekonomi digital seperti ditunjukkan dalam tabel di atas.

daya. Strategi keempat diwujudkan dengan komitmen Eropa untuk mengembangkan standar digital dan mempromosikannya secara internasional. Usaha ini dilakukan dengan menjadikan Eropa sebagai wilayah paling terbuka untuk perdagangan dan investasi di dunia terutama di bidang konektivitas digital, dengan syarat masyarakat dan pelaku bisnis yang tertarik menjalankan hubungan bisnis dengan Eropa wajib menghormati dan mentaati peraturan-peraturan yang dimiliki Uni Eropa ([European Commission 2020](#)).

Dalam strategi konektivitas Uni Eropa terhadap kawasan lain, Asia menempati posisi penting dalam skala prioritas pembangunan hubungan antar kawasan (*EU-Asia Connectivity*). Dalam konektivitasnya dengan Asia, Uni Eropa mengedepankan empat pilar, yaitu: (1) transportasi; (2) energi; (3) digital; (4) dimensi perorangan ([EEAS 2019](#)). Secara jelas dalam strategi tersebut, pilar digital kembali menjadi bagian penting. Kebijakan Uni Eropa yang memberikan perhatian besar terhadap aspek digital dapat menjadi pintu masuk bagi Indonesia untuk menegosiasikan kepentingannya dalam strategi konektivitas Uni Eropa dan Asia. Bagi Indonesia, Uni Eropa merupakan sebuah peluang yang sangat potensial bagi pengembangan ekonomi digital Indonesia.

Sejalan dengan kecenderungan transformasi ekonomi digital secara umum, teknologi merupakan salah satu pendukung kunci dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berbagai inovasi di bidang ekonomi digital juga terus berkembang. Berdasarkan laporan McKinsey ([2019](#)), Indonesia berada pada urutan pertama sebagai negara dengan pertumbuhan tercepat dalam mengadopsi ekonomi digital di dunia. Dalam lima tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi digital Indonesia juga termasuk yang paling pesat di Asia Tenggara. Lebih dari itu, Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan usaha rintisan tercepat di dunia. Data [startupranking.com](#) menunjukkan bahwa *startup* Indonesia tumbuh dari 1.400 usaha pada 2017 menjadi 2.214 usaha pada 2019 ([startupranking.com 2019](#)). Dengan pertumbuhan tersebut, Indonesia menempati urutan kedua di Asia dan urutan kelima dunia. Melalui usaha rintisan ini, Indonesia diprediksi dapat menghimpun perekonomian melalui digital sebesar US\$ 133 miliar pada 2025 ([e-Conomy SEA 2019](#)). Disamping itu, tiga sektor kunci dalam ekonomi digital Indonesia, yaitu *e-commerce*, *digitally-facilitated transportation services*, dan *financial technology* diproyeksikan akan menjadi pemain utama yang akan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi digital Indonesia ([LPEM FEB UI 2019](#)). Hal ini didukung pula dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, yakni mencapai 64,8% dengan 171,7 juta orang pengguna ([APJII 2019](#)). Artinya, banyak kegiatan perekonomian Indonesia yang akan berbasis digital.

Dengan potensi yang dimilikinya, Uni Eropa merupakan partner yang sangat penting bagi Indonesia untuk mengembangkan ekonomi digitalnya. Membangun konektivitas dengan Uni Eropa, oleh karenanya memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi hubungan antara Indonesia dan Uni Eropa. Untuk itu, diperlukan sebuah strategi untuk melihat celah dan prioritas dari kebijakan ekonomi digital Uni Eropa guna menegosiasikan kepentingan nasional Indonesia dalam kerangka strategi konektivitas ini.

1.2. Rumusan Masalah

Riset ini dimaksudkan untuk mengkaji peluang dan potensi Uni Eropa bagi pengembangan ekonomi digital di Indonesia dengan dua pertanyaan utama, yaitu: (1) *Apa potensi ekonomi digital Uni Eropa bagi Indonesia dan bagaimana Indonesia dapat memperoleh keuntungan dari potensi ekonomi digital Uni Eropa?* Dan (2) *Apa tantangan dan bagaimana peluang Indonesia dalam memanfaatkan potensi konektivitas ekonomi digital yang dimiliki Uni Eropa?*

1.3. Kerangka Konseptual

1.3.1. Ekonomi Digital sebagai Bagian dari Globalisasi

Dalam penelitian ini, berkembangnya ekonomi digital dianggap sebagai salah satu bagian dari dimensi globalisasi yang meliputi berbagai fenomena dalam ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan budaya. Poster (2008) memandang globalisasi sebagai kesatuan wilayah dunia tanpa adanya batasan atau dunia yang bersifat kosmopolitan. Steger (2002) memberikan definisi globalisasi sebagai meningkatnya keterhubungan antar negara, intensifikasi hubungan sosial di dunia, penyempitan jarak ruang dan waktu, proses kompleks yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan politik, dan munculnya perubahan yang menghapus halangan penyaluran ide-ide antar negara. Perdebatan besar globalisasi berimplikasi pada semakin berkembangnya studi globalisasi yang bersifat dinamis. Pendapat ini didukung oleh Keohane dan Milner yang menyatakan perdebatan besar telah mendorong para peneliti berpikir kritis di luar batas-batas ilmu politik internasional (Daves 2002, h. 120-121).

Masifnya perkembangan teknologi dan informasi pada awal abad ke-21 merupakan konsekuensi dari revolusi industri 4.0. yang ditandai dengan digitalisasi dan penggunaan internet. Pada perkembangannya, revolusi tersebut berdampak pada transformasi aktivitas individu di seluruh dunia. Salah satunya ialah aktivitas ekonomi, dimana saat ini kegiatan ekonomi sedang berada dalam proses peralihan dari tradisional ke digital. Ekonomi digital sendiri sering dipahami sebagai digitalisasi kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari miliaran transaksi daring sehari-hari, interaksi dan kegiatan di antara orang, bisnis, perangkat, data, dan proses melalui penggunaan teknologi digital.

Perkembangan dan kemampuan teknologi saat ini mendorong transformasi pada proses globalisasi. Globalisasi telah memasuki era baru yang terafirmasi dalam aliran data dan informasi yang mampu mengirimkan informasi, ide, dan dapat menghasilkan pendapatan ekonomi. Aliran data menyumbang US\$ 2,8 triliun dari efek tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa ekonomi digital mengubah ekonomi global dengan memberikan dampak yang lebih besar yang memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional yang memberi kesempatan bagi para aktor pemula untuk terlahir secara global. Kemudian, digitalisasi mendorong persaingan karena memungkinkan model bisnis yang inovatif dan memungkinkan perusahaan untuk berkembang dengan cepat apalagi jika bergabung dengan pasar *e-commerce*. Penjualan *e-commerce* global mencapai US\$ 1,3 triliun pada tahun 2014 (McKinsey Global Institute, 2016).

Dengan demikian, ekonomi digital merupakan wujud dari percepatan globalisasi. Hal tersebut pada gilirannya menjadi tantangan baru bagi negara, terutama dalam kaitannya dengan pengelolaan ekonomi digital. Selama beberapa tahun terakhir, mayoritas negara berkembang dan sejumlah negara dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat seperti Tiongkok telah mengalami penurunan signifikansi di bidang upah buruh sebagai bagian dari presentasi PDB. Penurunan tersebut disebabkan jatuhnya harga relatif (*relative price*) barang-barang investasi yang didorong oleh perkembangan inovasi

yang kemudian memaksa perusahaan untuk menukar tenaga kerja (buruh) demi modal (Schwab 2019, h. 10).

Sebaran teknologi digital mengubah arus global barang, jasa, uang dan manusia. Walaupun sulit untuk mengukurnya namun nyatanya perdagangan digital sudah tumbuh dan berkembang dengan begitu pesat. Ada tiga proses transformasi ini dapat terjadi, pertama melalui arus lintas barang-barang murni digital. Kedua menggunakan “*digital wrappers*” yang memungkinkan arus barang secara fisik. Ketiga melalui terciptanya platform daring untuk proses produksi, pertukaran dan konsumsi. Data yang dikirimkan melalui internet tidak mengenal batas nasional. Faktor inilah yang mendorong teknologi informasi membuka jalan baru dalam perdagangan global. Orang-orang di negara yang berbeda dapat bekerja pada proyek yang sama tanpa harus pindah secara fisik. Informasi tentang produk baru, pendapatan perusahaan, dan lain lain., dapat dibagikan secara bersamaan dalam sebuah jaringan ekonomi melalui sistem surel perusahaan, jaringan nilai tambah atau melalui internet.

Sebagai aktor yang senantiasa menyusun kembali kekuasaan, fungsi, dan otoritas nasional di tengah perkembangan ekonomi digital – sebagaimana pandangan transformasionalis, negara dihadapkan pada dua pilihan sikap. Pada satu sisi, negara dapat membiarkan diri untuk tergantikan perannya oleh aktor-aktor non negara. Sementara di sisi lain, negara dapat aktif memanfaatkan globalisasi untuk semakin memperkuat eksistensinya. Globalisasi sendiri sering dipahami sebagai sebuah proses yang memberi dampak signifikan terhadap aktor-aktor internasional, baik aktor-aktor negara, pemerintah, pelaku bisnis, masyarakat, maupun individu. Dalam menghadapi globalisasi, suatu aktor internasional harus mempersiapkan dirinya agar berhasil mendapatkan dampak positif dan dapat menghindarkan diri dari dampak negatif dari globalisasi. Para aktor dituntut secara aktif mengambil inisiatif untuk memahami sifat-sifat dasar dari globalisasi, faktor-faktor penyebabnya, dan konsekuensi yang ditimbulkan dari proses yang terjadi. Kemudian masing-masing aktor harus dapat menganalisis peluang, kekuatan, dan hambatan dalam proses globalisasi tersebut, sehingga para aktor dapat menyusun cita-cita dan tujuan yang realistis dalam menghadapi globalisasi. Untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, konsep *managing globalization* diperlukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai kepentingan dari aktor tersebut dalam proses globalisasi (Kiggundu, 2002).

1.3.2. Mengelola Ekonomi Digital

Managing globalization, sesuai dengan asal usul kata kerjanya yaitu ‘manage’, secara umum dapat dipahami sebagai mengubah arah globalisasi yang sudah ada dan mengarahkannya untuk mencapai satu tujuan tertentu. Secara spesifik *managing globalization* didefinisikan sebagai usaha aktor publik maupun swasta untuk memastikan bahwa liberalisasi peraturan tentang arus barang dan jasa internasional, modal, dan tenaga kerja berjalan sesuai dengan praktik formal untuk dapat memikat dan memfasilitasi pasar yang ada sesuai dengan tujuan dan kepentingan mereka (Jacoby & Meunier, 2010, h. 299). Tujuan utama dari mengelola globalisasi adalah mencapai cita-cita maupun kepentingan tertentu suatu aktor yang sudah ditentukan melalui studi analisis mengenai peluang, kekuatan, dan hambatan sebuah negara dalam menghadapi proses globalisasi. Kemudian nantinya aktor tersebut akan membuat rancangan kebijakan yang tidak hanya mengikat negara, tapi juga komunitas internasional dan institusi internasional. Agar pengelolaan globalisasi ini dapat berjalan dengan baik maka melakukannya dalam kemitraan dengan aktor lain dapat meningkatkan tingkat keberhasilan sekaligus memperkecil resiko yang dihadapi (Kiggundu, 2002). Mengelola globalisasi (*managing globalization*) menjadi tantangan bagi

dunia internasional seiring dengan situasi dan dinamika interaksi yang semakin beragam dan kompleks, termasuk karena perkembangan ekonomi digital.

Konsep *managing globalization* bukanlah suatu hal yang baru bagi Eropa. Selama 25 tahun terakhir konsep ini telah menjadi latar belakang penting bagi kebijakan Uni Eropa (Jacoby & Meunier, 2010, h. 299). Tujuan Uni Eropa dalam mengelola globalisasi adalah memastikan bahwa globalisasi dapat berjalan sesuai dengan *Europe's way* dan memastikan kesediaan negara-negara lain dalam menerima standar Eropa. Kemudian Uni Eropa juga memiliki kepentingan untuk melindungi warga masyarakatnya dan meminimalisir dampak negatif yang disebabkan oleh tantangan dari luar (Jacoby & Meunier, 2010 h. 304-305). Untuk mencapai tujuan tersebut Uni Eropa memiliki lima mekanisme kebijakan dalam mengelola globalisasi, yakni dengan memperluas ruang lingkup kebijakan, menjalankan pengaruh tata kelola, mendukung dan memberdayakan peran lembaga internasional, memperbesar lingkup teritorial pengaruh Uni Eropa serta mendistribusikan kembali biaya globalisasi. Hal ini dilakukan dengan membantu individu-individu dan negara-negara yang masih tertinggal untuk dapat meningkatkan kemampuan dan siap bersaing dalam globalisasi. Strategi ini memainkan peran penting dalam mempertahankan dukungan publik untuk keterbukaan ekonomi. Bantuan yang diberikan oleh Uni Eropa diharapkan dapat membantu negara-negara berkembang untuk menyesuaikan diri dengan perdagangan yang lebih bebas (Jacoby & Meunier 2010, h. 304-310).

Bagaimana Uni Eropa mengelola globalisasi tercermin dengan jelas dalam strategi Eropa dalam mengembangkan konektivitas ekonomi digital. Meningkatnya konektivitas digital sebagai konsekuensi dari proses globalisasi dicoba dikelola oleh Eropa agar dapat memberi keuntungan yang maksimal bagi mereka serta menghindari dampak negatif dan memberi proteksi bagi negara-negara anggotanya. Untuk itu, dalam penelitian mengenai strategi konektivitas ekonomi digital Uni Eropa ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan sesuai dengan kerangka konsep *managing globalization*. Hal pertama yang penting untuk dipahami adalah tujuan utama Eropa dalam strategi digital mereka. Dalam konsep *managing globalization* yang dipahami oleh Eropa kita dapat melihat bagaimana penyebaran dan penerimaan nilai-nilai Eropa menjadi tujuan utama dalam pengelolaan globalisasi yang dilakukan oleh Uni Eropa. Untuk itu, kita harus dapat memahami bagaimana hal tersebut diimplementasikan dalam kemitraan Eropa dengan aktor-aktor lain termasuk Indonesia. Kemudian lima mekanisme kebijakan Uni Eropa dalam mengelola globalisasi dapat dipahami sebagai dasar Uni Eropa menyusun strategi pengembangan konektivitas ekonomi digitalnya. Dari lima mekanisme tersebut kita juga dapat melihat di bagian mana Indonesia dapat mengambil peran serta mendapatkan keuntungan dari posibilitas kemitraan yang terbangun di antara kedua belah pihak.

1.3.3. Kemitraan dan Kemitraan Strategis

Krause Hansen & Salskov-Iversen (2005) menjelaskan salah satu dimensi dalam mendorong globalisasi adalah melalui globalisasi politik yang merujuk pada beragamnya bentuk organisasi transnasional – baik organisasi sektor publik nasional, organisasi internasional, perusahaan swasta dan organisasi masyarakat – yang dapat membentuk, membagi dan menyediakan pengetahuan dan keahlian dalam berbagai bidang cakupan. Apabila mengacu pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs) ke-17, kemitraan menjadi komponen penting dan perlu ditingkatkan oleh aktor-aktor negara maupun non-negara untuk saling berbagi dan melengkapi satu sama lain dalam mencapai tujuan tertentu. Kemitraan atau *partnership* adalah hubungan asosiasi antara

dua atau lebih entitas dan membentuk keadaan sebagai mitra. Dalam konteks studi hubungan internasional, *partnership* mencakup gagasan ‘timbang balik (*reciprocity*)’, ‘seimbang (*parity*)’, ‘kesetiaan (*loyalty*)’, ‘komitmen (*commitment*)’, ‘solidaritas (*solidarity*)’, dan ‘berbagi (*sharing*)’ serta ‘kesamaan (*commonality*)’ (Sautenet, 2007; Czechowska, 2013; Blanco, 2015). Menurut Blanco (2015), kemitraan dapat diinterpretasikan sebagai suatu kondisi, proses, dan komitmen untuk berbagi di mana dalam konteks hubungan internasional dan analisis kebijakan luar negeri, mitra perlu berbagi tidak hanya dalam hal maksud dan tujuan kerja sama, tetapi juga risiko-risiko yang akan dihadapi nantinya. Dalam hal ini, kemitraan dapat dibangun untuk mencapai tujuan yang sama dengan saling berbagi dan melengkapi satu sama lain. Hubungan kemitraan ini dapat dilakukan antar aktor negara dengan kekuatan yang sama atau dapat dilakukan pula dalam bentuk kemitraan antara negara maju dengan negara berkembang.

Dalam implementasinya, hubungan kemitraan dapat dibangun secara lebih komprehensif dan strategis dengan mitra-mitra tertentu. Atribut ‘strategis’ dapat berkonotasi terhadap dua hal, yaitu: signifikansi hubungan politik dan adanya dukungan dalam bentuk sebuah rencana utama (*masterplan*) yang menjelaskan gagasan dan strategi yang akan dicapai (Tyushka & Czechowska, 2019). Pertama kali muncul dalam gagasan studi ekonomi politik internasional, kemitraan strategis dipahami sebagai hubungan fundamental antara ekonomi dan politik diwakili oleh sebuah aliansi yang terjadi karena pola perdagangan internasional cenderung dilakukan untuk melengkapi kemitraan politik strategis suatu negara, dengan kata lain, ‘*trade follows the flag*’ (Watson, 2001). Seiring perkembangannya, kemitraan strategis dapat terbentuk dengan didasari oleh kesamaan kepentingan strategis antar aktor. Kemitraan strategis dapat didefinisikan sebagai hubungan kerja sama di berbagai bidang yang dilakukan antar aktor internasional utama (Cameron & Yongnian, 2007) atau sebagai bentuk kerja sama antara dua negara kuat yang dapat melakukan tindakan strategis dalam sistem internasional (Emerson, 2001). Dengan begitu, kemitraan strategis dapat menjadi elemen dalam kebijakan luar negeri suatu entitas atau negara untuk mencapai tujuan tertentu dengan mengedepankan isu-isu strategis melalui suatu hubungan kerja sama. Menurut Sautenet (2007), kemitraan strategis perlu memenuhi setidaknya tiga karakteristik, yaitu: kepatuhan oleh mitra untuk setidaknya mencapai tolok ukur minimum dalam kerja sama, hubungan yang setara antarmitra, dan proses dinamis untuk pembangunan masa depan yang sama. Berbeda dengan kemitraan pada pengertian umumnya, kemitraan strategis cenderung menempatkan posisi pada suatu hubungan kerja sama di mana aktor memiliki potensi atau kapabilitas yang setara.

Melihat dalam konteks Uni Eropa (UE), berbagai bentuk kemitraan dan kemitraan strategis dilakukan oleh institusi ini. Kemitraan dan kemitraan strategis merupakan wujud dari kebijakan luar negeri UE yang bersifat normatif. Park (2019) menjelaskan bahwa UE cenderung menggunakan kemitraan strategis sebagai alat diplomatik untuk mencapai tujuan spesifik dan oleh karena itu, digunakan sebagai instrumen untuk mempengaruhi kebijakan luar negeri negara-negara mitra. Alih-alih berperan sebagai ‘*norm entrepreneur*’, UE sebagai aktor global memiliki karakteristik kepentingan untuk mendifusikan norma-norma ke negara lain sebagai salah satu bentuk implementasi hubungan eksternalnya dalam bentuk kemitraan. Dengan demikian, UE menempatkan diri sebagai ‘model’ dalam mempromosikan norma yang diadopsinya. Internalisasi norma-norma UE ke negara-negara lain yang dilakukan dengan media kebijakan luar negeri dalam kerangka kemitraan dapat dilogikakan menggunakan Model Siklus Norma (*Norms cycle model*) yang diprakarsai oleh Finnemore & Sikkink

(1998), yaitu: (a) *norm emergence*, di mana UE sebagai ‘*norm entrepreneur*’ meyakinkan negara mitra untuk menerima norma-norma yang sudah diakui secara internasional; (b) *norm cascade*, di mana proses sosialisasi berlangsung dengan mencoba mengirimkan norma-norma tersebut ke negara mitra; (c) *norm internalization*, di mana norma sudah diterima begitu saja dan tidak lagi menjadi sebuah perdebatan publik, artinya masyarakat sudah terbiasa. Bentuk-bentuk norma yang ingin dimasukkan ke negara mitra tentunya dapat diwujudkan melalui berbagai sektor, baik ekonomi, politik, sosial, maupun budaya. Contohnya adalah norma yang dijunjung kuat oleh UE terkait hak asasi manusia, maupun standarisasi, dapat dimasukkan ke dalam kerangka kerja sama sektor tertentu pada suatu hubungan kemitraan yang dibangun.

Pada konteks kemitraan dengan Asia, potensi ekonomi digital yang dimiliki oleh UE dapat menjadi sektor penting dalam kemitraannya dengan negara-negara Asia, utamanya dalam kerangka Konektivitas UE-Asia (EAC). Inisiatif EAC, yang berfokus pada konektivitas “berkelanjutan,” “komprehensif,” dan “berbasis aturan,” menunjukkan niat UE untuk memainkan peran kepemimpinan dalam masalah pembangunan global, terutama dengan menggunakan kekuatannya sendiri sebagai kekuatan normatif (Park, 2019). UE yang berupaya mendefinisikan kembali hubungannya dengan Asia sejak tahun 2001 telah memperlihatkan keinginannya untuk memperkuat kehadiran politik dan ekonomi UE di Asia tanpa melupakan pertimbangan ideasional, hak asasi manusia, demokrasi, tata pemerintahan yang baik, dan aturan hukum yang dimiliki (CEC, 2001). Berlandaskan pada kerangka EAC, hubungan kemitraan UE dengan negara-negara Asia, termasuk Indonesia, dapat diwujudkan salah satunya pada sektor tata kelola ekonomi digital.

Akan tetapi, apabila dilihat dari perspektif globalisasi ekonomi, kemitraan yang dibentuk dapat dilihat sebagai upaya UE untuk mencapai skala ekonominya sebagai bentuk untuk memperkecil unit biaya produksi dengan menghasilkan output yang lebih maksimal. Dalam kerangka kerja sama ekonomi, model gravitasi merupakan model fundamental yang membentuk perdagangan antar negara (Krugman, P. R. et al, 2012). Adapun model ini dapat dibentuk berdasarkan faktor-faktor seperti kesetaraan ukuran ekonomi antar negara yang melakukan kerja sama. Selain itu, faktor lain yang membentuk kerangka kerja sama ekonomi ini adalah berdasarkan ketersediaan faktor produksi yang lebih intensif dan juga proses produksi yang lebih efektif. Dalam hal ini, UE memiliki faktor produksi yang intensif dalam hal ilmu pengetahuan, modal dan juga teknologi, sedangkan negara-negara Asia, khususnya Indonesia, memiliki faktor produksi yang intensif dalam sumber daya alam dan juga sumber daya manusia.

Oleh karena itu, melalui hubungan kemitraan, UE dan negara mitra dapat memahami perkembangan dalam sektor ekonomi digital masing-masing dan dapat menegosiasikan kepentingan bersama. UE yang belum menjadikan Indonesia sebagai partner strategis, seperti negara-negara Asia lainnya, Korea Selatan dan Tiongkok, dapat bernegosiasi dengan Indonesia melalui ekonomi digital guna meningkatkan hubungannya untuk mencapai kemitraan strategis. Di sisi lain, belajar dari UE sebagai ‘model’, meskipun dalam konteks Indonesia potensi ekonomi digital sudah mulai dikembangkan, kita dapat membangun ekonomi digital agar lebih kuat dan sesuai dengan kepentingan negara.

1.4. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilakukan dengan kombinasi beberapa metode pengumpulan data, yaitu kajian pustaka dan dokumen, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terarah.

1.4.1. Kajian Pustaka dan Dokumen

Merujuk pada Dickinson (1995), kajian literatur sistematis dilakukan dengan cara mengaplikasikan kata kunci sesuai dengan variabel penelitian sehingga menghasilkan temuan literatur yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Selain untuk memperkuat basis konsep dan teori, kajian literatur juga berguna untuk proses triangulasi terhadap data-data empiris. Disamping itu dilakukan juga kajian atas dokumen-dokumen resmi dari berbagai sumber, diantaranya adalah dokumen Pemerintah Republik Indonesia, seperti Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan, Kementerian Luar Negeri RI dan dokumen resmi Uni Eropa baik dari Dewan Eropa, Komisi Eropa, Parlemen Eropa, maupun Delegasi Uni Eropa untuk Indonesia dan Brunei Darussalam. Selain dokumen primer, dokumen-dokumen sekunder yang mencakup hasil-hasil penelitian atau laporan yang telah dihasilkan oleh berbagai lembaga penelitian nasional maupun internasional dan kajian akademis lainnya juga digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini.

1.4.2. Diskusi Kelompok Terarah

Diskusi Kelompok Terarah atau *Focus Group Discussion* (FGD) merupakan salah satu cara efektif untuk mengumpulkan data umum dari subyek-subyek penelitian, yakni dengan cara mendiskusikan topik tertentu berdasarkan fokus penelitian. Diskusi akan dipandu oleh moderator (atau fasilitator) yang menyampaikan topik untuk didiskusikan dan membantu partisipan untuk berdiskusi secara natural dan aktif di antara sesamanya. FGD ditargetkan dapat dilakukan dengan:

1. Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Kawasan Amerika dan Eropa, Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan, Kementerian Luar Negeri RI (P3K2 Amerop, BPPK Kemenlu);
2. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, Asisten Deputi Bidang Telematika dan Utilitas dan Tim Penulis Buku Putih “*Indonesia Digital for Future Economy and Inclusive Urban Transformation*”;
3. *Stakeholders* dalam ekonomi digital di Indonesia seperti misalnya Kadin;
4. Anggota Komunitas Indonesia untuk Kajian Eropa (KIKE).

1.4.3. Wawancara Mendalam

Metode wawancara mendalam dibutuhkan untuk mendapatkan data yang lebih dalam mengenai persepsi dan motivasi seseorang. Penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif. Layaknya penelitian kualitatif pada umumnya, penelitian ini bersifat dinamis dan berkembang. Dengan kata lain, penelitian ini tidak menggunakan metode yang kaku dan secara fleksibel membangun konsep seiring dengan penemuan-penemuan baru di dalam proses penelitian. Teknik yang akan ditempuh untuk pengolahan data antara lain:

- a. Membuat laporan ringkas setiap wawancara;
- b. Memperluas laporan dari catatan awal sehingga informasi yang diterima lebih jelas;

- c. Membuat catatan dalam jurnal harian tentang pengalaman, ide, kesalahan dan berbagai permasalahan yang muncul di lapangan;
- d. Mengadakan hubungan berkesinambungan dengan subyek penelitian;
- e. Mendiskusikan hasil observasi agar penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan.

Wawancara mendalam direncanakan dapat dilakukan dengan:

1. Delegasi Uni Eropa untuk Indonesia dan Brunei Darussalam, bersama dengan Duta Besar dan Perwakilan dari Bagian Politik, Bagian Ekonomi, dan Bagian Kerja Sama;
2. Duta Besar Uni Eropa untuk ASEAN
3. Akademisi Pengkaji Konektivitas UE-Asia dan digital/ekonomi digital.

Melalui wawancara mendalam, diharapkan informasi yang diperoleh dari berbagai sudut pandang dari aktor-aktor kunci dapat melengkapi kekurangan pada saat diskusi kelompok terarah, sehingga hasil penelitian dapat dituliskan secara komprehensif.

Bab 2

Perkembangan Ekonomi Digital, Strategi Digital Eropa, dan Konektivitas Uni Eropa dan Asia pada Sektor Ekonomi Digital

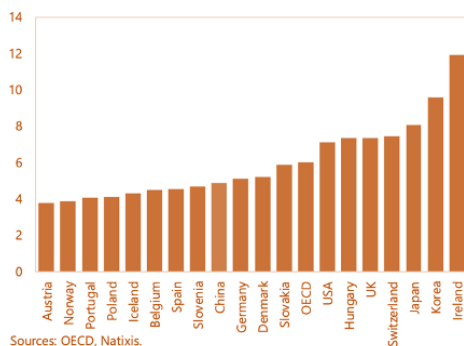
Menurut perspektif bisnis, fenomena digitalisasi dalam rantai nilai global (*global value chain*) telah membuka kanal baru dalam menangkap kesempatan ekonomi lebih luas, baik secara nilai tambah maupun perubahan struktural. Namun untuk mengukur nilai dan indeks ekonomi digital global merupakan hal yang sulit. Sebagaimana yang terdapat pada *Digital Economy Report 2019*, tidak adanya definisi ekonomi digital yang disepakati secara luas mengakibatkan perbedaan dalam penyusunan data maupun pengukuran indeks ekonomi digital dalam skala global (UNCTAD, 2019). Meskipun di Eropa terdapat *Digital Economy and Society Index* (DESI) yang berfungsi sebagai indikator performa digital dan sosial dengan menggunakan komponen statistik seperti konektivitas, modal manusia, penggunaan jasa internet, integrasi teknologi digital, serta pelayanan publik digital – negara-negara lain, khususnya negara berkembang belum memiliki statistik yang cukup komprehensif.

2.1 Ekonomi Digital dan Produk Domestik Bruto

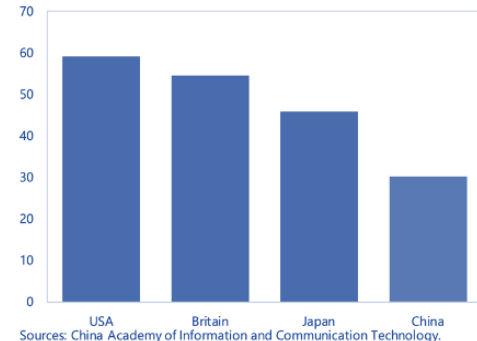
Pada dasarnya definisi ekonomi digital memiliki cakupan yang luas – tidak hanya terbatas pada aktivitas bisnis barang dan jasa yang dijual melalui internet, atau platform digital yang menghubungkan antara permintaan dan penawaran, tetapi juga dapat diartikan sebagai proses adopsi digitalisasi dan teknologi digital dalam industri 4.0 maupun dalam sektor yang menggunakan automasi. Namun secara umum dapat disepakati bahwa ada dua jenis definisi ekonomi digital dan skala perhitungan terhadap kontribusi produk domestik bruto (PDB), yaitu definisi *sempit* dan *luas*. Secara definisi sempit, Irlandia, Korea Selatan, dan Jepang merupakan tiga negara teratas yang ekonomi digitalnya berkontribusi cukup signifikan terhadap PDB. Dalam kontribusi ekonomi digital terhadap PDB, negara-negara Eropa seperti Irlandia, Swiss, Inggris, Hungaria, Denmark, Jerman, telah menyumbang sebesar 5-10% dari total PDB. Namun jika dilihat dari definisi luas, Amerika, Inggris, dan Jepang serta diikuti oleh Tiongkok merupakan empat negara teratas yang ekonomi digitalnya telah menyumbang 30-60% dari total PDB (lihat Grafik 2.1).

Grafik 2.1 Kontribusi Ekonomi Digital Terhadap PDB (dalam persen)

Ekonomi Digital/PDB – Definisi Sempit



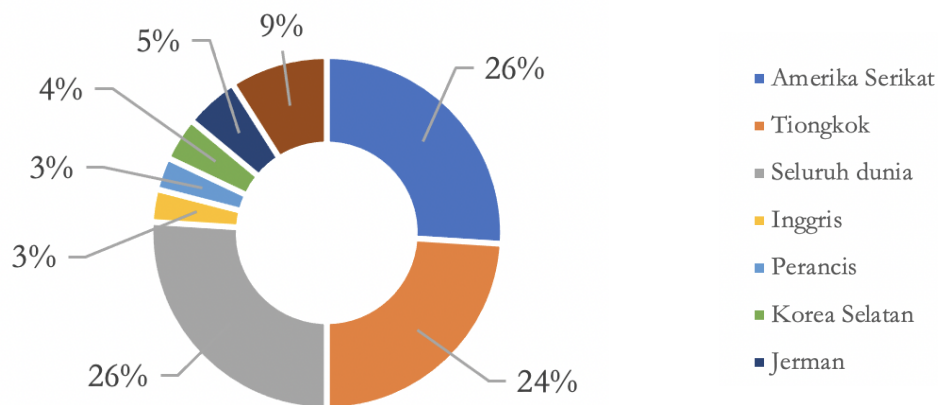
Ekonomi Digital/PDB – Definisi Luas



2.2 Sektor-Sektor Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital sangat erat kaitannya dengan revolusi teknologi. Beberapa di antaranya adalah *big-data analytics*, *blockchain*, *artificial intelligence*, dan teknologi berbasis *software*. Salah satu trend perkembangan sektor digital teknologi adalah perkembangan *internet of things* (IoT) yang pasar globalnya masih didominasi oleh Amerika Serikat dan Tiongkok. UNCTAD (2019) memprediksi bahwa pasar IoT akan berkembang sepuluh kali lipat dari US\$ 151 miliar di 2018 menjadi US\$ 1.567 miliar di 2025. Sementara itu, beberapa negara Eropa hanya memiliki persentase kecil dalam grafik pengeluaran IoT 2019 (lihat Grafik 2.2).

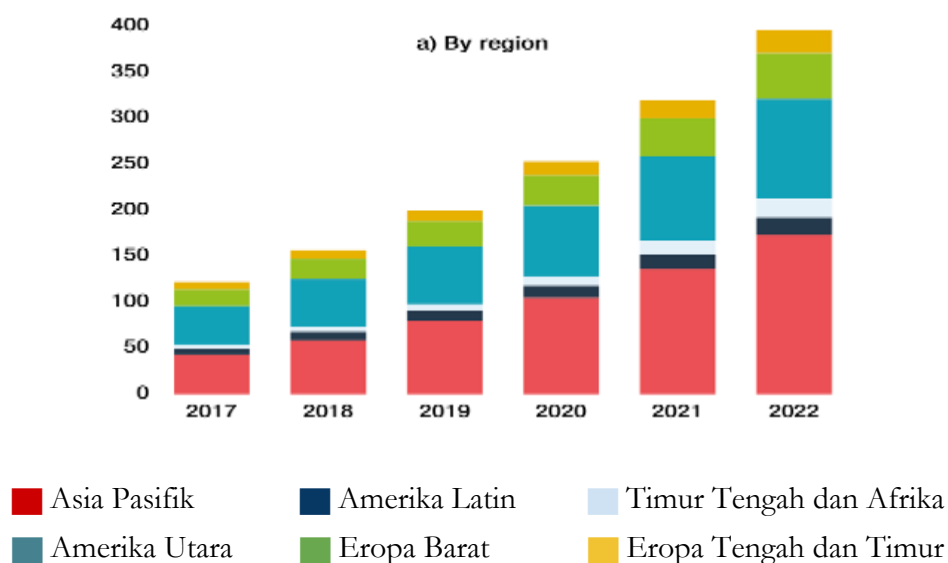
Grafik 2.2 Pengeluaran IoT



Sumber: (UNCTAD, 2019)

Untuk mengukur kekuatan ekonomi digital yang pada dasarnya mengacu pada berbagai komponen statistik, diperlukan adanya data yang menggambarkan lalu lintas protokol internet (lihat Grafik 2.2). Statistik lalu lintas protokol internet menggambarkan bahwa jumlah penggunaan data yang banyak diikuti dengan kecepatan internet yang tinggi merupakan komponen penting dalam pengukuran kekuatan dan kesiapan digital, serta berperan pada transformasi model bisnis, baik dalam skala korporasi besar hingga pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hingga kini, lalu lintas protokol internet masih terkonsentrasi di Asia Pasifik dan Amerika Utara yang terhitung lebih dari 70%, diikuti dengan kawasan lainnya seperti Eropa Barat, Eropa Tengah dan Timur.

Grafik 2.3 Lalu Lintas Protokol Internet, 2017-2022 (exabytes per bulan)



Sumber: (UNCTAD, 2019)

Selain dari statistik lalu lintas protokol internet sebagai komponen yang mencerminkan aktivitas digital, sektor *e-commerce* yang merupakan komponen utama ekonomi digital masih menjadi tolok ukur utama kekuatan ekonomi digital. *E-commerce* meliputi jual beli daring, termasuk transaksi platform *ride-hailing*, baik dalam klasifikasi *Business-to-Business* (B2B) maupun *Business-to-Consumer* (B2C). UNCTAD (2019) melaporkan bahwa Amerika Serikat mendominasi penjualan *e-commerce* B2B dan secara umum. Di sisi lain, penjualan *e-commerce* B2C dikuasai oleh Tiongkok, diikuti oleh Amerika Serikat sebagai urutan kedua, dan beberapa negara besar Eropa lainnya seperti Inggris. 10 negara berikut dalam Tabel 2.1 menampilkan data penjualan *e-commerce* dan kontribusinya terhadap pendapatan domestik bruto tak hanya sebagai dalam kanal penjualan sesama korporat – yang tentu saja jumlah transaksinya terhitung lebih besar – tetapi juga *retail* terhadap konsumen lebih luas. Tabel tersebut juga menampilkan rata-rata pengeluaran belanja daring per orang per tahun – jumlah yang bervariasi, namun cenderung lebih besar di negara-negara maju.

Tabel 2.1. Penjualan Terbesar 10 Negara melalui *E-commerce*, 2017

Peringkat	Negara	Total penjualan e-commerce	Kontribusi terhadap PDB	B2B	Persentase e-commerce B2B dari total transaksi	Rata-rata pengeluaran belanja daring per orang per tahun (US\$)
		(US\$ miliar)	(persen)	(US\$ miliar)	(persen)	
1	Amerika Serikat	8.883	46	8.129	90	753
2	Jepang	2.975	61	2.828	95	147
3	Tiongkok	1.931	16	869	49	1062
4	Jerman	1.503	41	1.414	92	88
5	Korea Selatan	1.290	84	1.220	95	69
6	Inggris	755	29	548	74	206
7	Perancis	734	28	642	87	92
8	Kanada	512	31	452	90	60
9	India	400	15	369	91	3
10	Italia	333	17	310	93	23
	Total di atas	19315	36	16.782	87	2.533
	Seluruh dunia	29.367		25.516		3.851

Sumber: (UNCTAD, 2019)

Meskipun demikian, peran perusahaan multinasional berbasis platform digital juga tidak akan dapat dilepaskan jika melihat kontribusinya terhadap pendapatan di negara asalnya, terlebih di negara-negara ekonomi maju. Bagaimanapun juga, perusahaan platform digital asal Amerika seperti Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, Alphabet masih menguasai pasar dunia dengan segmentasinya masing-masing, beberapa platform digital berasal Eropa dan Asia juga harus dicatat keberadaannya mengingat besarnya jumlah pangsa pasar yang dikuasai dalam kawasan maupun di luar kawasan, serta potensi untuk ekspansi lebih luas – seperti yang terdapat pada [Tabel 2.2](#) berikut.

Tabel 2.2 Kapitalisasi Pasar Platform Utama Global

No	Kawasan	Platform/Perusahaan	Asal Negara/HQ	Kapitalisasi Pasar dalam Miliar US\$
1	Eropa	SAP	Jerman	122
2		Spotify	Swedia	21
3		Wirecard	Jerman	19
4		Adyen	Belanda	16
5		Yandex	Rusia	10
6		Delivery Hero	Jerman	7
7		Zalando	Jerman	6
8		Mail.ru	Rusia	5
9		Scout24	Jerman	4
10		The Hut Group	Inggris	4
1	Asia	Tencent	Tiongkok	376
2		Alibaba	Tiongkok	355
3		Samsung	Korea Selatan	207
4		Ant F.	Tiongkok	150
5		Bytedance	Tiongkok	75
6		Didi Chuxing	Tiongkok	56
7		Baidu	Tiongkok	55
8		Lufax	Tiongkok	40
9		JD.com	Tiongkok	35
10		Meituan-Dianping	Tiongkok	31
11		Netease	Tiongkok	31
12		Kuaishou	Tiongkok	25
13		Pinduoduo	Tiongkok	25
14		Flipkart	India	21
15		Lu.com	Tiongkok	19
16		Naver	Korea Selatan	18
17		Weibo	Tiongkok	13
18		GrabTaxi	Singapura	11
19		Ele.me	Tiongkok	10
20		One97	India	10
21		Rakuten	Jepang	10
22		Go-Jek	Indonesia	9
23		Ola	India	7
24		Coupang	Korea Selatan	5
25		Sina	Tiongkok	4
26		YY	Tiongkok	4

Sumber: (UNCTAD, 2019)

2.3 Uni Eropa sebagai Aktor Ekonomi Digital

Uni Eropa (UE) atau *European Union* memandang positif terhadap perkembangan ekonomi digital karena dianggap dapat mewakili masa depan pertumbuhan ekonomi di dunia dan UE secara khusus. Mendorong perkembangan transformasi digital ditempatkan dalam posisi yang cukup penting dalam agenda politik Uni Eropa, dan telah diidentifikasi sebagai prioritas untuk membuka pertumbuhan masa depan di Eropa. Uni Eropa berusaha mempromosikan transformasi digital yang mencerminkan masa depan ideal bagi Eropa yaitu menciptakan kawasan yang terbuka, adil, beragam, demokratis, dan percaya diri. Uni Eropa ingin menghadirkan masyarakat Eropa yang didukung oleh solusi digital yang mengutamakan kepentingan rakyat, membuka peluang baru untuk bisnis, dan mendorong pengembangan teknologi untuk mendorong masyarakat yang terbuka dan demokratis serta

ekonomi yang dinamis dan berkelanjutan. Transformasi ke arah digital juga diharapkan dapat menjadi pendorong utama untuk memerangi perubahan iklim dan mencapai transisi hijau (Driesmans, 2020).

Uni Eropa juga memandang konektivitas sebagai agenda yang penting untuk dicapai di era Industri 4.0. Konektivitas adalah bagian fundamental dari transformasi digital dan masa depan yang berkelanjutan. Konektivitas merupakan faktor kunci dalam menutup perpecahan ekonomi, sosial dan teritorial. Konektivitas yang ditingkatkan akan mendukung lebih banyak koneksi (dan akan lebih cepat dan lebih andal). Dengan demikian, masyarakat dan bisnis akan memiliki jangkauan internet yang lebih cepat dan lebih luas, dan warga akan memiliki akses ke layanan digital yang lebih efisien. Maka dari itu mewujudkan konektivitas ekonomi digital merupakan prioritas penting bagi masa depan Uni Eropa (Driesmans, 2020).

Ekonomi digital oleh UE diperkirakan akan menciptakan satu juta lapangan kerja baru dan mendukung perkembangan ekonomi dengan nilai lebih dari € 500 miliar di negara-negara UE pada akhir tahun 2020. Dengan kebijakan terpadu seperti *European Digital Single Market* atau Pasar Tunggal Digital, UE dapat menawarkan banyak hal kepada warganya. (Mondekar, 2017).

Statistik aktivitas masyarakat UE dalam dunia digital tercatat dalam *Digital Economy and Society Index* (DESI) yang merupakan indeks komposit yang merangkum indikator relevan tentang kinerja digital Eropa dan melacak perkembangan negara anggota UE dalam daya saing digital. Data DESI terbaru yang tersedia (DESI 2020) diterbitkan pada Juli 2020 berdasarkan data aktivitas masyarakat Eropa di tahun 2019 (Driesmans, 2020). Masyarakat UE merupakan pengguna internet yang cukup aktif dimana 85% masyarakatnya telah terkoneksi dalam jaringan internet pada tahun 2019. Penggunaan internet oleh masyarakat Eropa dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu akses konten daring untuk mencari informasi/hiburan, berkomunikasi, dan melakukan transaksi keuangan yang berhubungan erat dengan perkembangan ekonomi digital. Dalam hal ini 66% pengguna internet di Eropa pernah menggunakan internet untuk melakukan kegiatan perbankan, 71% pengguna internet pernah berbelanja daring dan 23% pengguna internet pernah menjual barangnya secara daring (European Commission, 2020).

Meskipun memiliki persentase total yang cukup tinggi, namun data juga menunjukkan bahwa setiap negara anggota UE memiliki persentase yang berbeda-beda dalam penggunaan internet. Data dari negara-negara seperti Denmark, Swedia, dan Belanda menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk (95%) menggunakan internet setidaknya sekali seminggu. Namun, di beberapa negara anggota, lebih dari seperempat populasi masih belum memanfaatkan jaringan internet secara rutin seperti hanya 33% dari populasi Bulgaria dan 28% populasi dari Rumania memanfaatkan jaringan internet secara rutin (European Commission, 2020).

Ketimpangan ini juga berpengaruh terhadap persentase aktivitas masyarakat dalam sektor ekonomi digital. Meskipun 71% pengguna internet di UE menggunakan jaringan internet untuk bertransaksi maupun memesan barang dan jasa secara daring, penggunaan internet untuk sarana transaksi daring ini sangat bervariasi di seluruh Negara Anggota UE. Misalnya pada 2019, 91% pengguna internet di Inggris dan 86% di Denmark pernah melakukan transaksi daring, dibandingkan dengan hanya 29% di Rumania. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi digital adalah usia, tingkat pendidikan dan situasi pekerjaan. Anak muda merupakan kelompok usia paling aktif dari pembeli daring (78% dari 16-24 tahun), sedangkan proporsi pengguna internet dengan tingkat

pendidikan yang lebih tinggi berbelanja daring (85%) adalah 35% lebih tinggi daripada mereka yang memiliki tingkat pendidikan formal yang lebih rendah.

Data yang dirilis oleh Komisi Eropa juga menunjukkan bahwa perdagangan secara daring, sebagian besar masih dikuasai oleh pasar domestik masing-masing negara. Hal ini terlihat dari 87% pelaku transaksi daring membeli barang yang dijual oleh penjual dari masing-masing negaranya. Baru sekitar 35% pelaku transaksi membeli barangnya dari negara lain di dalam UE. Sementara itu 27% pelaku transaksi membeli barangnya dari penjual yang berasal dari luar UE. Meskipun secara total jumlah tersebut belum signifikan namun terdapat peningkatan dari tahun ke tahun dalam jumlah ini (dari 17% pada 2014 menjadi 27% pada 2019). Dari jenis produk yang dibeli oleh konsumen, peralatan olahraga dan pakaian menjadi komoditas utama dengan 65% pelaku transaksi daring membeli produk tersebut. Setelah pakaian dan peralatan keluarga, akomodasi perjalanan dan liburan (54%), perlengkapan rumah tangga (46%), dan tiket untuk acara (41%) menjadi komoditi yang dipilih oleh pelaku dan terakhir buku, majalah dan surat kabar, yang dipilih oleh sepertiga orang Eropa (33%). Ketimpangan juga terlihat dari statistik mengenai aktivitas penjual yang menjual barangnya melalui pasar digital. Data menunjukkan bahwa di beberapa negara seperti Yunani, Rumania, dan Siprus menunjukkan bahwa kurang dari 5% pengguna internet pernah menjual barangnya secara daring. Data ini cukup timpang apabila dibandingkan dengan negara-negara seperti Belanda (38%), Malta (35%), dan Finlandia (33%) menurut European Commission (2020).

Dari data- data yang tersaji dapat disimpulkan bahwa hambatan utama bagi pengembangan sektor ekonomi digital di Eropa adalah ketimpangan partisipasi masing-masing negara dalam pemanfaatan dan pengembangan ekonomi digital. Ketimpangan tersebut terutama dapat terlihat dari data yang ditunjukkan oleh negara- negara Eropa Utara dan Eropa Selatan. Negara- negara Eropa Utara seperti Belanda, Jerman, dan negara- negara Skandinavia memiliki partisipasi yang cukup tinggi dalam kegiatan ekonomi digital. Sementara negara- negara di Kawasan Eropa Selatan seperti Kroasia, Siprus, Slovenia, dan lain-lain, cenderung memiliki persentase yang cukup rendah dalam aktivitas ekonomi digital (Mondekar, 2017). Selain itu beberapa tantangan lain yang dapat ditemukan dari data yang tersaji adalah meningkatkan konektivitas antar negara baik negara- negara intra UE maupun dengan negara- negara dari luar UE.

Hambatan yang muncul disebabkan oleh beberapa hal. Hambatan yang pertama adalah kurangnya meratanya sumber daya fisik berupa infrastruktur teknologi maupun tenaga ahli yang dimiliki oleh masing-masing negara. Faktor penyebab berikutnya adalah kurangnya kepercayaan diri konsumen dan aktor-aktor ekonomi digital lainnya kepada pasar yang tersaji. Hal ini berkaitan erat dengan regulasi yang standarisasi yang dimiliki masing-masing negara. Kenyataan bahwa UE terdiri dari banyak negara anggota yang masing-masing memiliki regulasi tersendiri membuat konsumen kurang percaya terhadap kondisi pasar (L'Hoest, 2001). Dampaknya dapat kita lihat pada statistik transaksi daring para pelaku ekonomi digital di Eropa. Sebagian besar transaksi masih merupakan pertukaran barang/jasa yang bersifat domestik. Sedangkan transaksi yang bersifat antar negara di dalam UE, maupun dengan negara lain di luar UE masih sangat minim, bahkan belum menyentuh angka separuh dari total transaksi domestik. Untuk mengatasi hambatan tersebut maka UE dan negara-negara di dalamnya memiliki tantangan untuk konsisten dan saling mendukung pengembangan ekonomi digital satu sama lain. UE memainkan peran yang sangat penting dalam membangun

kepercayaan yang merupakan kunci bagi ekonomi digital untuk berkembang sehingga transaksi yang terjadi dapat menghasilkan keuntungan. Standar, protokol, hukum, dan peraturan - seperti komunikasi teknis dan standar interkoneksi; protokol keamanan; undang-undang tentang tanda tangan elektronik, sertifikasi, dan enkripsi; peraturan privasi dan konten - harus dapat ditetapkan untuk dapat menciptakan kepastian dan kepercayaan sehingga konsumen dapat lebih percaya diri melakukan kegiatan ekonomi digital (L' Hoest, 2001).

Secara spesifik beberapa poin yang menjadi hambatan dalam pembangunan konektivitas ekonomi digital di Eropa adalah sebagai berikut (Driesmans, 2020):

1. Sektor-sektor tertentu, seperti sektor konstruksi, masih tertinggal dalam hal digitalisasi;
2. Pasar tunggal digital masih belum menjadi kenyataan dengan hambatan ke layanan seperti e-commerce yang menghambat akses penuh ke barang dan jasa yang ditawarkan oleh bisnis di wilayah UE;
3. Adanya Kesenjangan digital - misalnya, perkotaan vs pedesaan;
4. Kurangnya tenaga kerja yang terampil secara digital – banyak pekerjaan akan membutuhkan keterampilan yang lebih maju secara digital - tetapi terdapat 37% tenaga kerja tidak memiliki keterampilan yang tepat;
5. Peringkat perusahaan digital yang rendah dalam industri digital dunia - 8 dari 200 perusahaan digital dunia teratas adalah perusahaan Eropa;
6. Kurangnya kesiapan keamanan siber.
7. Kurangnya investasi - € 500 miliar investasi diperlukan - untuk memenuhi tujuan konektivitas 2025 tetapi hingga saat ini masih ada kekurangan € 155 miliar;
8. Sulitnya membangun kepercayaan dalam transformasi digital. Terdapat rantai pasokan (*supply chains*) yang kompleks, sehingga menjadi lebih sulit untuk mengetahui siapa yang secara teknis dan hukum bertanggung jawab atas sesuatu yang terjadi dalam rantai industri tersebut.

Langkah nyata yang dilakukan oleh UE untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut sekaligus meningkatkan konektivitas ekonomi digital adalah dengan membuat satu kebijakan terpadu yaitu *European Digital Single Market* atau pasar tunggal digital Eropa yang diluncurkan pada tahun 2015 dengan tujuan untuk menghilangkan hambatan dalam kewirausahaan digital dan membuka potensi besar serta menciptakan ratusan ribu pekerjaan baru. Kebijakan ini memuat tiga pilar dengan masing-masing rincian sebagai berikut:

1. Akses yang lebih baik bagi konsumen dan bisnis ke barang dan layanan digital di seluruh Eropa. Pilar ini akan berfokus dalam penghapusan perbedaan diskriminatif utama dalam bisnis daring untuk memfasilitasi *e-commerce* dan perdagangan digital lintas batas negara.
2. Menciptakan lingkungan yang baik dan setara untuk jaringan digital dan mendorong inovasi layanan untuk berkembang. Langkah nyata dari infrastruktur yang cepat, aman, dan andal untuk pengiriman konten digital ditambah dengan kerangka peraturan untuk inovasi, investasi dan persaingan pasar yang sehat.
3. Memaksimalkan potensi pertumbuhan ekonomi digital - mendukung pembangunan komputasi Cloud, analitik Big Data, digital keterampilan dan layanan *e-government* - yang lebih baik (Mondekar, 2017).

Kebijakan pasar tunggal juga diperkuat dengan berbagai kebijakan pendukung, diantaranya:

1. *Connecting Europe Facility (CEF2) Digital* yang mendukung dan mengkatalisasi investasi dalam infrastruktur konektivitas digital yang menjadi kepentingan bersama dari tahun 2021 - 2027;
2. Rencana Aksi 5G - mewujudkan 5G bagi warga negara dan bisnis pada akhir tahun 2020;
3. WiFi4EU - mempromosikan akses gratis ke konektivitas WiFi untuk warga di ruang publik.

Kebijakan pasar tunggal digital ini memiliki tujuan untuk memastikan akses ke internet di seluruh UE untuk mendorong partisipasi dalam ekonomi digital dan masyarakat.

Secara spesifik tujuan dari pasar tunggal dan kebijakan- kebijakan Uni Eropa dalam mendukung konektivitas ekonomi digital adalah:

1. Memastikan seluruh rumah tangga Eropa memiliki akses ke koneksi 100Mbps pada tahun 2025;
2. Cakupan 5G tanpa gangguan tersedia di semua wilayah perkotaan;
3. Akses ke konektivitas seluler di mana saja;
4. Semua penggerak sosial-ekonomi utama - misalnya, sekolah dan pusat penelitian - memiliki akses ke konektivitas gigabit ([Driesmans, 2020](#)).

Kebijakan-kebijakan ini kemudian diperkuat dengan diluncurkannya Strategi Digital Eropa sebagai bagian dari prioritas kebijakan UE 2019-2024 yang memiliki tujuan untuk membuka peluang baru bagi bisnis digital, mendorong perkembangan teknologi yang dapat memberikan kepercayaan bagi masyarakat, menumbuhkan masyarakat yang terbuka dan demokratis, memungkinkan ekonomi yang hidup dan berkelanjutan, serta membantu melawan perubahan iklim dan mencapai transisi hijau.

2.4 Implementasi Strategi Digital UE

Salah satu bentuk implementasi dari strategi digital Eropa adalah dengan melakukan *partnership* (kerja sama) dengan negara atau kawasan di luar UE. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan konektivitas, integrasi ekonomi politik, akses pasar, maupun promosi nilai-nilai dan *rule of law* Eropa yang menjadi bagian penting dari strategi digital Eropa.

Sebagai sebuah institusi supranasional, UE memiliki peran penting untuk dapat meningkatkan konektivitas ekonominya dengan Asia. Lebih dari sepertiga ekspor UE menuju ke pasar Asia. Sementara itu, lebih dari setengah barang impor di UE berasal dari Asia. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Federica Mogherini ([2018](#)), yang merupakan menteri luar negeri Uni Eropa sekaligus mantan Perwakilan Tinggi UE urusan Luar Negeri dan Kebijakan Keamanan & Wakil Presiden Komisi Eropa (2014-19), bahwa konektivitas merupakan 'DNA' dari UE. Dia lebih jauh menjelaskan bahwa proyek konektivitas ini merupakan langkah politik yang berdasar pada integrasi ekonomi. Langkah-langkah UE akan terus menjunjung sistem internasional yang berbasis aturan dan perdamaian serta kerja sama melalui pendekatan forum multilateral. Sehingga UE menilai bahwa ASEAN merupakan aktor penting untuk mengidentifikasi dan mendukung proyek konektivitas UE-Asia.

UE juga berkomitmen untuk terus membangun koneksi dan jaringan baru untuk membangun konektivitas dan digitalisasi dengan partner strategis, termasuk negara-negara di Asia melalui berbagai macam metode. Salah satunya yaitu modernisasi infrastruktur fisik dan non-fisik. Komitmen UE selanjutnya dalam pembangunan ekonomi digital yang berkelanjutan dengan Asia adalah untuk terus

mengembangkan teknologi digital yang universal dan terjangkau (Mogherini, 2018). Prioritas ini merupakan strategi UE untuk dapat meningkatkan konektivitasnya melalui penguatan kerja sama bilateral, regional, dan internasional berdasarkan pada aturan dan standar yang disepakati bersama (European Union, 2020a). Igor Driesmans (2020), Duta Besar EU untuk ASEAN, menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan prioritas yang lebih tinggi daripada agenda politik UE di ASEAN, karena transformasi digital merupakan prioritas yang dapat membuka pertumbuhan ekonomi baru di Eropa.

Melalui berbagai macam dialog kerja sama antar pemerintah (*G-to-G approach*), upaya UE dalam membangun konektivitas dengan negara-negara di Asia mengutamakan *institutional arrangement* sebagai bentuk formalisasi dan langkah awal untuk lebih jauh mengintegrasikan ekonomi politik kedua kawasan. Berbagai macam upaya negosiasi dan komunikasi UE terhadap negara-negara di Asia direalisasikan ke dalam bentuk deklarasi, dialog formal dan informal, *summit*, *joint-research*, serta menggaet pihak swasta dalam penyempurnaan infrastruktur jaringan yang pada dasarnya sangat esensial dalam membangun konektivitas digital (European Union, 2020c).

Selain ASEAN yang merupakan mitra strategis, UE telah menerapkan kebijakan “*Shaping Europe’s Digital Future*” pada beberapa negara, misalnya India, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, juga dengan *Chinese Taipei*. Dalam strategi konektivitasnya dengan beberapa mitra di Asia, UE menerapkan berbagai macam prinsip seperti kerja sama, kolaborasi, kesetaraan, negosiasi dan partisipasi yang adil (European Union, 2020a). Digitalisasi memang merupakan salah satu strategi di tengah pesatnya revolusi teknologi, namun upaya membangun konektivitas juga mencakup perdagangan konvensional melalui rantai pasokan global diikuti dengan penyempurnaan sistem transportasi serta efisiensi energi dan sumber daya manusia.

Selain itu, UE juga mengedepankan instrumen dialog yang didorong oleh permintaan (*demand-driven*) untuk membahas isu-isu tertentu sesuai dengan kepentingan kedua belah pihak yang dalam prosesnya melibatkan berbagai macam aktor. Proses institusionalisasi, yang kerap menjadi ciri khas UE, menghimpun kepentingan yang diakumulasi dari masyarakat sipil, swasta, dan pemangku kepentingan lainnya, baik dalam proses formulasi pengambilan kebijakan strategis maupun keterlibatan pihak ketiga dalam merealisasikan proyek konektivitas UE-Asia (European Union, 2020a).

2.4.1 Strategi Digitalisasi UE

Selain menginstitusionalisasi prinsip dan kerangka kerja sama strategis dengan negara-negara di Asia, sebagaimana yang dikutip dari *Shaping Europe’s Digital Future* (European Commission, 2020), UE juga berpegang teguh pada strategi digitalnya yang meliputi: (1) teknologi yang bekerja untuk manusia; (2) ekonomi digital yang adil dan kompetitif; (3) masyarakat digital yang terbuka, demokratis, dan berkelanjutan; (4) Eropa sebagai pemain digital global. Strategi transformasi digital tersebut merefleksikan kepentingan UE yaitu sesuai dengan prinsip keterbukaan, adil, beragam, demokratis, dan percaya diri (Driesmans, 2020).

Pada strategi pertama, UE berkomitmen untuk berinvestasi pada kompetensi unggulan Eropa, yaitu menempatkan masyarakat *in-loop* dan teknologi yang bekerja untuk manusia. Selain itu, strategi ini juga bertujuan untuk melindungi dari ancaman siber yang kerap menjadi isu. Komitmen UE pada investasi teknologi juga tercermin pada keseriusannya dalam membangun *Artificial Intelligence* (AI) yang

dikembangkan berdasarkan kepercayaan dan hak manusia; akselerasi infrastruktur internet di rumah-rumah, sekolah, hingga rumah sakit seluruh kawasan UE; hingga mengembangkan kapasitas *super-computing* yang digunakan untuk pengobatan, transportasi, dan lingkungan.

Strategi kedua berfokus pada pengembangan ekonomi digital kepada UMKM dan *startup* agar dapat mengakses finansial secara lebih mudah serta dapat meningkatkan skala akselerasi dan ekspansi usaha. Instrumen untuk menjadikan transformasi dan ekonomi digital menjadi adil dan terbuka juga diikuti oleh tujuan akhirnya yaitu membuka kesempatan baru untuk bisnis dengan mendukung pengembangan teknologi yang terpercaya. Instrumen penting lainnya dalam strategi kedua adalah produk hukum yang dapat mempertanggungjawabkan platform daring dan memperjelas peraturan servis digital, sensitif serta dapat melindungi data personal bersamaan dengan upaya peningkatan akses data yang lebih berkualitas. UE juga berkomitmen untuk menjamin peraturan-peraturannya agar dapat sesuai dengan tujuan ekonomi digital dan perusahaan-perusahaan agar dapat bersaing secara adil dan sehat.

Dalam kaitannya dengan strategi ketiga, UE menekankan poin digitalisasi ekonomi yang berkelanjutan dan berusaha menggunakan teknologi untuk mencapai iklim yang netral pada 2050. Manifestasi keberlanjutan ini juga diikuti dengan upaya pengurangan emisi karbon pada sektor digital. Poin penting lainnya seperti prinsip keterbukaan dan demokratisasi digital bertujuan untuk melibatkan masyarakat dalam mengatur dan melindungi data-datanya, sehingga dapat mencapai ekonomi yang berkelanjutan dan masyarakat yang lebih antusias. Realisasi ini juga diikuti dengan upaya untuk memperbaiki konten dan media yang terpercaya serta memerangi disinformasi.

UE bercita-cita untuk menjadi pemain digital yang berpengaruh pada level global dengan menetapkan standar internasional yang bertujuan untuk menunjang keberlangsungan ekonomi, investasi, dan keperluan bisnis lainnya (European Union, 2020b). Standarisasi tersebut memprioritaskan beberapa sektor digital penting seperti 5G, IoT, *Cybersecurity*, *Cloud* dan *Big Data*. Dalam tingkat politis, UE berusaha untuk menjaga komitmen dari pemangku kepentingan terkait, mulai dari pemerintah, industri, hingga komunitas riset.

2.4.2 Investasi Digital Hijau

Komitmen UE dalam bertransisi menjadi pemain serta panutan digital dunia juga diikuti dengan transisi 'hijau'. Perubahan prioritas UE tercermin pada inisiasi *European Green Deal* yang merupakan diplomasi ekonomi mengedepankan ekonomi ramah lingkungan dan berkelanjutan (European Commission, 2019). Transformasi digital merupakan faktor *key enabler* dalam menghadapi perubahan iklim serta mencapai transisi hijau. Oleh karena itu, komitmen *Green Deal* juga tertuang pada anggaran jangka panjang UE 2021-2027 dalam prioritasnya untuk berinvestasi pada Eropa yang lebih hijau, digital, dan tangguh.

Ciocioiu (2011) menegaskan bahwa integrasi *green economy* yang secara konseptual telah mendominasi perdebatan kebijakan ekonomi yang berkelanjutan akan segera merambat pada ekonomi digital. Oleh karena itu, Ciocioiu menjelaskan bahwa *green economy* dan *digital economy* akan berjalan secara berdampingan. Dalam hal ini, UE tak hanya mengukur dampak industri ICT terhadap lingkungan secara langsung maupun tak langsung, tapi juga efek sistemis terhadap transformasi perilaku konsumen, struktur ekonomi dan sosial, dan proses pemerintahan.

Agenda menghijaukan dan digitalisasi ekonomi telah menjadi prioritas negara-negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat, Korea Selatan, Selandia Baru, Australia, hingga UE. Pandangan *green deal* ini terdiri dari dua proposisi utama, yaitu transformasi struktural pada sistem finansial nasional dan internasional, serta sistem perpajakan. Kedua, penyusunan prioritas ulang pada program berkelanjutan untuk berinvestasi dan mengerahkan konservasi energi terbarukan, diikuti dengan tata kelola yang efektif. Namun prioritas ini juga menjadi perdebatan internal antara anggota UE di tengah naiknya populisme nasional anti Eropa dan berkembangnya skeptisisme terhadap perubahan iklim dalam penentuan skala prioritas pemulihan yang membagi opsi antara ekonomi atau pemulihan bebas fosil (Hofhuis, 2020).

Yang menjadi perhatian utama dalam ambisi digitalisasi dan penghijauan ekonomi Eropa adalah setidaknya terdistribusi menjadi tiga diskursus besar yaitu: (1) Kekuatan publik terhadap ekonomi pasar, diikuti dengan pertanyaan seberapa besar pengaruh pendekatan *top-down* UE terhadap masa depan pasar bersama (*Single Market*) serta konektivitas dengan kawasan lainnya. (2) Kapasitas UE dalam menekan kebijakan negara anggota dalam menjalankan kesepakatan *green deal* serta digitalisasi sektor strategis. (3) Politik pemulihan hijau. Meskipun *green economy* merupakan agenda bersama, penghijauan ekonomi dan masyarakat hingga 2050 bukan merupakan pertimbangan utama bagi mayoritas politik (Hofhuis, 2020).

Seiring diresmikannya dokumen anggaran jangka Panjang UE di pertengahan Mei 2020 yang akan efektif berlaku pada 2021-27, UE telah mengalokasikan dana pemulihan sebanyak € 540 miliar untuk bantuan krisis pandemi COVID-19, *Next Generation EU* sebanyak € 750 miliar, serta *Multiannual Financial Framework* (MFF) sebanyak € 1,100 miliar. Anggaran ini tak hanya ditujukan untuk pemulihan pasca krisis yang berdampak pada ekonomi dan sosial, tetapi juga sebagai langkah awal untuk *kickstart* pemulihan serta persiapan generasi masa depan yang lebih baik. Dari total € 1,8 triliun untuk pemulihan, € 143 miliar telah dialokasikan untuk pasar tunggal, inovasi dan digitalisasi. Oleh karena itu, konektivitas dalam bentuk investasi hijau merupakan bagian fundamental dalam agenda transformasi digital serta masa depan yang berkelanjutan karena konektivitas sendiri merupakan kunci untuk menutup ketimpangan ekonomi dan sosial, serta pemerataan pembangunan.

Selain itu, dampak COVID-19 juga mengharuskan seluruh lapisan masyarakat untuk menggunakan *Voice Over Internet Protocol* (VOIP) dan konferensi video – yang merupakan satu objektif dari agenda ‘hijau’ dalam mengurangi lalu lintas dan emisi (Driesmans, 2020). Dengan demikian, UE percaya bahwa pengurangan emisi dapat mengarah pada meningkatnya kepercayaan diri pemerintah dalam mengembangkan program konektivitas untuk memungkinkan akses *bandwidth* dan internet dari semua penjuru. Pada akhirnya digitalisasi akan berperan penting dalam pemulihan ekonomi inter-regional, sebagaimana Dewan dan Komisi Eropa telah membingkai pemulihan ekonomi berjalan bersama-sama menuju transisi ke iklim netral dan transformasi digital yang tangguh.

Bab 3

Penjabaran Komprehensif Konektivitas UE-Asia

Konektivitas mengacu pada kemampuan membangun keterkaitan, komunikasi atau koneksi dimana keterhubungan antar ruang, kota, individu, dan komunitas terus berkembang dari waktu ke waktu (Larcon & Vadcar, 2020). Di balik istilah tersebut, terdapat sebuah tantangan utama dalam hal daya saing ekonomi, sehingga kemitraan menjadi salah satu alternatif di tengah urgensi membangun konektivitas. Keterhubungan ini ditandai dengan peningkatan jumlah pembangunan infrastruktur baik lokal, nasional, regional, dan global. Tidak dapat dipungkiri bahwa meningkatnya konektivitas adalah hasil dari penaklukan atas batasan ruang sebagai respon dari globalisasi sekarang ini (Baldwin 2016; 2019). Secara spesifik, konektivitas UE-Asia adalah strategi keterhubungan yang dibangun oleh UE terhadap Asia dengan menerapkan prinsip-prinsip konektivitas yang berkelanjutan, komprehensif, dan berbasis pada serangkaian peraturan yang diharapkan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kemakmuran, keselamatan, dan ketahanan masyarakat di Eropa dan Asia (EEAS, 2019). Namun, inisiasi konektivitas ini dibangun bukan tanpa kepentingan UE. Tentunya, UE sebagai aktor global memiliki karakter yang kuat dalam menjalankan hubungan eksternalnya, yakni menjunjung tinggi nilai-nilai normatif dengan serangkaian standarisasi dan peraturan yang dibentuk. Hal ini bertujuan agar UE dapat mempertahankan posisi tawarnya yang dikenal sebagai aktor normatif dunia melalui difusi kekuatan normatifnya, sehingga UE tetap memiliki kekuatan untuk mengambil peran dalam mengatur globalisasi.

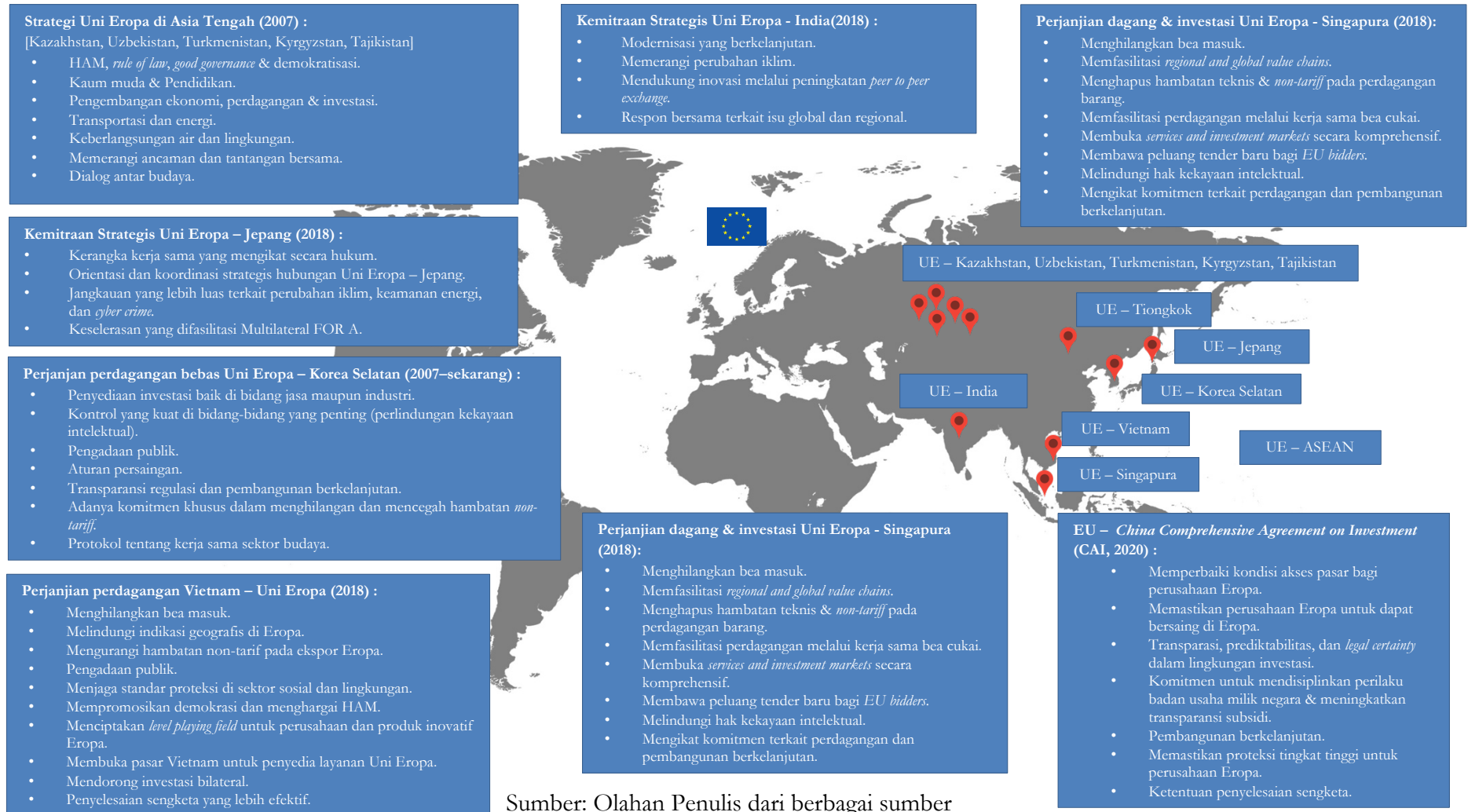
Terdapat empat pilar yang menjadi fokus dalam konektivitas UE-Asia, yaitu: 1) Transportasi; 2) Energi; 3) Digital; dan 4) Dimensi Manusia. Pertama, pilar transportasi bertujuan agar konektivitas dapat meningkatkan ragam rute perdagangan dan perjalanan karena jaringan transportasi yang saling terhubung, waktu transit yang lebih pendek, dan prosedur bea cukai yang lebih sederhana. Kedua, pada pilar energi, konektivitas diharapkan dapat memperkuat platform energi regional yang lebih terkoneksi satu sama lain, membangun sistem energi modern, dan menerapkan prinsip energi sebagai solusi ramah lingkungan. Ketiga, pada pilar digital, konektivitas juga diproyeksikan dapat meningkatkan akses ke layanan digital dengan tetap menjaga tingkat perlindungan data konsumen dan pribadi. Terakhir, konektivitas diharapkan dapat meningkatkan kerja sama lanjutan dalam bidang pendidikan, penelitian, inovasi, budaya, dan pariwisata.

Melihat komitmen UE, Asia menjadi wilayah yang berdekatan dengan Eropa dan dianggap penting bagi institusi ini. Konektivitas dilakukan UE sebagai wujud *managing globalization* dimana UE berperan sebagai aktor global dengan standarisasi yang dimiliki dan berusaha untuk memperluasnya ke negara-negara lain. Selain itu, di Asia, Tiongkok menjadi salah satu pesaing UE dalam memperluas pengaruhnya di dunia dalam wujud pembangunan konektivitas ke berbagai wilayah dalam kerangka *Belt Road Initiative* (BRI). Penguatan konektivitas juga sedang dilakukan oleh Tiongkok termasuk ke wilayah Eropa melalui investasi dan dana pinjaman pembangunan infrastruktur (Okano-Heijmans, 2019). Untuk itu, membangun keterhubungan dengan Asia menjadi penting pula bagi UE. Dalam memperkuat konektivitasnya, UE telah mengelola lebih dari € 8 miliar pendanaan bagi Asia untuk tahun 2014-2020, di mana jumlah ini digunakan untuk mendorong inisiasi kerja sama antara UE dengan Asia baik secara bilateral maupun regional (European Commission, 2018a). Dalam konektivitas digital,

Asia adalah kawasan ekonomi yang potensial di dunia dengan pasar yang dinamis dan kapasitas inovasi yang kuat (European Commission, 2020a). Dalam membangun konektivitasnya di Asia, UE telah berupaya untuk memperkuat hubungan dengan beberapa negara Asia dalam kerangka kemitraan yang bersifat strategis. Banyak dari mereka telah atau sudah membahas komitmen bersama dalam sektor digital, seperti Tiongkok, India, Jepang, dan Korea. Beberapa negara di Asia Tengah juga menjadi mitra UE dalam memperluas kerjasama strategisnya. Negara-negara tersebut antara lain Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Kyrgyzstan, dan Tajikistan (www.seneca-eu.net, 2018). Melalui kerangka kemitraan strategis, UE dapat mengembangkan banyak hubungan diplomatik dengan kedalaman dan intensitas yang beragam di mana posisi antara UE dan negara mitra dianggap sama kuat dan keduanya dapat melakukan tindakan strategis dalam sistem internasional (Emerson, 2001).

Sementara itu, terdapat beberapa negara dan institusi regional di kawasan Asia Tenggara yang juga telah menjalin hubungan kemitraan dengan UE, seperti Singapura, Vietnam dan ASEAN, sebagai institusi regional. Pada bagian ini, penjabaran mengenai Vietnam lebih dielaborasi dibandingkan Singapura dengan pertimbangan bahwa negara ini memiliki kedekatan karakteristik dan geografis dengan Indonesia. Vietnam terletak di Asia Tenggara dengan posisi kemitraan di mana UE memiliki peran sebagai *role model*. Selain itu, UE kini sedang membangun inisiasi untuk memprioritaskan ekonomi digital terhadap Vietnam dalam kerangka *Free Trade Agreement* (FTA) (Vietnam Economic News, 2019), sehingga diharapkan ini dapat menjadi salah satu pelajaran bagi Indonesia untuk melihat motif dan strategi yang dilakukan UE dalam merajut kerja sama ekonomi digital. Hal tersebut yang sejauh ini belum menjadi fokus UE dengan Singapura. Dengan kata lain, kedua aktor ini, Vietnam dan ASEAN, sedang membangun hubungan kerja sama pada sektor digital, namun dalam posisi yang sedikit berbeda dengan keempat negara di atas. UE, di sini, terlihat menerapkan perannya sebagai ‘model’ dalam keaktoran normatifnya dalam konektivitas digital. Secara umum, upaya-upaya UE dalam mengimplementasikan konektivitas digital, baik yang dilakukan sebelum atau sesudah kerangka konektivitas UE-Asia ini diadopsi pada Oktober 2018, memiliki tujuan untuk menjadikan UE sebagai aktor yang dapat berperan dalam mendorong sektor digital, salah satunya dalam konteks ekonomi digital, secara global. Perbedaan posisi UE dalam menerapkan prinsip-prinsip konektivitasnya terhadap beberapa negara Asia akan dijelaskan pada bagian ini. Dalam konteks ASEAN, selain kawasan ini menjadi prioritas UE dalam kerangka konektivitasnya, institusi ini juga telah memiliki kerangka tersendiri dalam mendesain strategi keterhubungan, yakni dalam kerangka *Master Plan of ASEAN Connectivity* (MPAC) yang juga akan dibahas di sini. Sejumlah skema kerjasama terkini antara Uni Eropa dengan negara-negara di Asia dan organisasi ASEAN dapat dilihat pada [Grafik 3.1](#) berikut.

Grafik 3.1 Skema Kerjasama Terkini antara Uni Eropa dengan Negara-negara di Asia dan Organisasi ASEAN



Sumber: Olahan Penulis dari berbagai sumber

3.1. Kemitraan Asia-UE (India, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, dan Vietnam)

Sejak tahun 2001, UE telah berupaya membina kembali hubungannya dengan Asia. Upaya ini diperlihatkan oleh UE dengan memperkuat kehadiran politik dan ekonominya di Asia tanpa melupakan pertimbangan ideasional, hak asasi manusia, demokrasi, tata pemerintahan yang baik, dan aturan-aturan hukum yang dimiliki (CEC, 2001) yang merupakan karektakter kuat UE sebagai aktor global dalam menjalin hubungan eksternal. Dalam membangun konektivitas dengan Asia, UE menerapkan posisi dan tindakan yang berbeda-beda. Perlakuan dan posisi UE dalam mengimplementasikan strategi keterhubungannya umumnya bergantung pada tingkat kedalaman kemitraan yang dijalin bersama negara mitra. Hal ini juga berlaku ketika UE berusaha membangun kerja sama dalam sektor digital, khususnya ekonomi digital dengan negara-negara Asia. Di Asia, UE memiliki empat kemitraan strategis dengan empat negara, India, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok (Park, 2019), sebelum akhirnya Vietnam bergabung sebagai mitra strategis baru setelah FTA keduanya ditandatangani dan berlaku di 2020. Kemitraan dalam sektor ini juga telah dibangun dengan Vietnam dan kerja sama kawasan ASEAN, tetapi melalui posisi dan strategi yang berbeda. Beberapa kerja sama di sektor digital yang telah dirajut oleh UE dan beberapa negara Asia sesungguhnya telah dilakukan sebelum strategi konektivitas UE-Asia dibangun, tetapi beberapa pula semakin diintensifkan setelah kerangka strategi ini dibentuk. Tentunya, bentuk kerja sama dan bagaimana UE menempatkan diri berbeda-beda dalam memperlakukan negara mitranya. Bagian ini merupakan studi komparatif yang akan membahas sejauh mana kerjasama UE, dalam kerangka konektivitas UE-Asia, pada pilar digital yang merujuk pada ekonomi digital, dan posisi UE dengan negara-negara mitra di Asia, yaitu India, Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, Vietnam.

3.1.1. India

India merupakan salah satu mitra strategis UE di kawasan Asia selatan. Keduanya telah menyepakati *Strategic Partnership Agreement* sejak tahun 2004, jauh sebelum usungan penguatan konektivitas UE-Asia diperbincangkan di tahun 2018. India memiliki posisi yang sama kuat dengan UE dalam percaturan internasional, khususnya ketika berbicara tentang perkembangan digital dan ekonomi digital. Hubungan kemitraan yang terjalin antara UE dan India, dengan begitu, perlu memposisikan diri untuk saling melengkapi. UE tidak sepenuhnya memiliki peran sebagai model yang patut dicontoh dan tidak sepenuhnya memberikan bantuan untuk peningkatan kapasitas di India, tetapi UE sendiri perlu banyak belajar dan berkompromi dengan India dalam mencapai kepentingan masing-masing. Sebuah kesepakatan kerja sama yang mengikat keduanya secara sistematis tentunya melalui proses negosiasi yang dinamis guna mencapai kepentingan bersama di sektor-sektor strategis bagi keduanya. Digital, khususnya ekonomi digital, adalah salah satu sektor yang menjadi fokus bagi UE dan India dalam hubungan kemitraan keduanya.

Dalam kerangka konektivitas, Dutta (2020) menjelaskan bahwa UE dan India memiliki pandangan serupa dalam melihat konektivitas, yakni harus bersifat berkelanjutan baik secara lingkungan, ekonomi, sosial, dan fiskal serta memberikan arena bermain yang setara dalam bisnis dengan tetap menghormati standar internasional dan meningkatkan tata kelola dalam pemerintahan. Pada dasarnya, kedua entitas ini memiliki prinsip yang sama dalam membangun dan mempererat keterhubungan satu sama lain agar kerjasama dapat berjalan secara berkelanjutan. Konektivitas yang berusaha dibangun oleh UE dan India sama-sama berbasis normatif dengan mengedepankan

transparansi dan juga mengikuti aturan-aturan dan norma-norma internasional, sehingga pendekatan yang akan diambil oleh keduanya cenderung menggunakan pendekatan konektivitas lunak (*soft connectivity*) (Mohan, 2018). Lain halnya dengan Tiongkok, India belum memiliki sebuah kerangka konektivitas yang melekat pada kebijakan negaranya, seperti BRI. Kondisi tersebut tidak menjadikan UE meletakkan India pada posisi yang berbeda. Menurut Mogherini, India merupakan pemain kunci dalam dunia yang saling terhubung ini (European Commission, 2018b). Selain itu, India telah dengan aktif melakukan serangkaian upaya untuk memperkuat konektivitas dengan negara-negara lain di kawasan. Sejauh ini, fokus konektivitas India adalah untuk pengembangan infrastruktur dan konektivitas digital. Namun, bersama dengan UE, keduanya memiliki fokus konektivitas yang bersifat lebih normatif dan lunak (*soft connectivity*) berupa pengaturan standar, pengembangan kapasitas, dan bantuan teknis (Mohan, 2018). Konektivitas dalam bentuk seperti ini dianggap dapat menjadi alternatif negara-negara lain untuk menguatkan keterhubungan dengan India dan UE dan sebagai respon terhadap menguatnya *belt road initiative* yang mempengaruhi kancah politik dan ekonomi dunia.

UE dan India dapat memberikan pengaruhnya pada negara-negara berkembang lain di Asia dengan melalui pendekatan berbeda yang lebih lunak melalui pengembangan infrastruktur lunak (*soft infrastructure*). Pendekatan antara kemitraan UE dan India ini berbeda dengan proyek *belt road initiative* misalnya yang berfokus pada pembangunan infrastruktur keras (*hard infrastructure*). Konektivitas UE dan India setelah setelah diadopsinya kerangka strategi konektivitas UE-Asia pada 2018 semakin diperkuat, sebagai contoh, UE dan India kembali memperbarui hubungan kemitraannya dalam kerangka *EU - India Strategic Partnership: Roadmap to 2025* selama 5 tahun kedepan (European Council, 2020). Menguatnya konektivitas UE dan India dianggap sebagai respon dari BRI milik Tiongkok yang semakin terkoneksi dengan Eropa melalui jaringan perdagangan dan transportasi. Faktanya, Tiongkok telah terkoneksi dengan 35 negara di Eropa daratan dan mulai memperkuat perannya dalam pengembangan konektivitas sampai *Indian Ocean Region* (IOR) (Bloomberg News, 2018) dimana India memiliki pengaruh kuat di wilayah tersebut. Oleh karena itu, India dapat dikatakan sebagai partner dan pintu masuk strategis bagi UE dalam membangun konektivitasnya di Asia dalam rangka mengimbangi peran Tiongkok dengan inisiasi BRI. Konektivitas yang dibangun dengan India juga tidak terlepas dari identitas UE, yakni tanpa melepaskan unsur-unsur normatif dalam penguatan hubungan kemitraan keduanya dan pembangunan konektivitas keduanya.

Konektivitas digital, khususnya ekonomi digital, juga merupakan salah satu fokus dari keterhubungan UE dan India. Serangkaian kerja sama, kesepakatan, dan dialog telah dilakukan jauh sebelum kerangka konektivitas UE-Asia diadopsi. Kedua aktor ini memiliki posisi yang sama kuat ketika berbicara perannya dalam pengembangan infrastruktur digital. UE memiliki beberapa kerangka strategi yang terus berkembang, seperti *Digital Single Market*, Program *Digital4Development*, dan *EU Digital Strategy 2020*. Sementara itu, India juga telah memiliki strategi digital dalam kerangka *Digital India*, sehingga UE melihat India sebagai partner potensial dalam mengembangkan konektivitas digital mereka, termasuk ekonomi digital. Hal ini tercermin dalam kerja sama yang dikembangkan oleh keduanya dengan memposisikan satu sama lain dalam posisi yang cenderung saling melengkapi. Infrastruktur digital India dapat dikategorikan sangat matang. Dari hampir tidak memiliki konektivitas pada tahun 2014, India sekarang merupakan negara paling terhubung kedua di dunia dengan 560 juta pengguna internet, posisi kedua setelah Tiongkok (Benaglia, 2019). Kondisi ini menjadikan India sebagai pusat layanan digital mulai dari perangkat lunak teknologi informasi, keuangan, sampai dengan

jasa konsultasi digital. Peran ini begitu penting dan menjadi bukti bahwa India memiliki posisi kunci dalam sektor digital di Asia, bahkan dunia. Selain itu, pada tahun 2018, India merupakan negara dengan penggunaan data seluler sekitar 8,3GB setiap bulannya, lebih tinggi dari Tiongkok yang hanya mencapai 5,5GB per bulan, dan berada di tengah-tengah kisaran pengguna data seluler di Korea Selatan dengan penggunaan data seluler 8,0 - 8,5GB, sebagai negara dengan ekonomi digital yang maju (McKinsey, 2019). Pada tahun 2017-2018, sektor ekonomi digital India juga menyumbang 8% dari PDB atau sekitar US\$ 200 miliar di mana sebagian besar, sekitar US\$ 170 miliar berasal dari sektor inti yang telah menyediakan produk dan layanan digital termasuk produk teknologi informasi dan proses bisnis (The Economic Times, 2019). Angka ini memang tidak sebesar yang diperoleh oleh Tiongkok dalam kontribusi ekonomi digitalnya terhadap PDB negara. Namun begitu, India tetap memiliki posisi tawar yang cukup kuat bagi UE dengan adanya kerangka *Digital India* yang matang dan potensi India sebagai pintu masuk untuk memperkuat konektivitas dengan Asia dan negara-negara berkembang lainnya dengan kesamaan prinsip normatif dalam menjalin keterhubungan. Potensi kesamaan prinsip dan potensi dalam sektor ekonomi digital ini tentunya mendorong UE untuk membangun kemitraan strategis yang lebih kuat dengan India dengan posisi UE dan India yang sama kuatnya. Untuk itu, UE dan India dapat menjadi partner dan saling mengisi kepentingan satu sama lain.

Urgensi kerja sama pada sektor ekonomi digital sudah muncul sejak tahun 2014. Komisi Eropa, dalam kepemimpinan Presiden Jean-Claude Juncker, dan Pemerintah India, dengan Perdana Menteri Narendra Modi, pada saat itu, telah menyepakati untuk menjadikan sektor ekonomi digital sebagai prioritas dalam program kerja sama mereka, yakni dalam UE dengan *Digital Single Market Strategy* dan India dengan *Digital India*. Dalam inisiasi ini, keduanya membangun tujuan bersama dalam sebuah program dan dengan satu visi, yaitu mewujudkan perubahan dan pembaruan industri, digitalisasi masyarakat dan bisnis, inklusi digital, penciptaan lapangan kerja, kota cerdas, dan layanan teknologi informasi (Digital Europe, 2015). Melalui rancangan kerjasama ini dapat terlihat bahwa UE dan India berada dalam posisi yang sama di mana hubungan kemitraan berangkat dari kedua entitas yang telah memiliki kerangka kerja digital dalam pemerintahan masing-masing dan berusaha membangun inisiasi-inisiasi baru guna memaksimalkan kerja kedua kerangka tersebut dengan pengembangan sektor ekonomi digital sebagai fokus tujuan.

Pada tahun 2015, UE dan India semakin mempererat kerja sama di bidang digital dengan membangun inisiasi program “*India-EU Cooperation on ICT-Related Standardisation, Policy and Legislation*” untuk jangka waktu tahun 2015-2020. Kerja sama ini disepakati pada momentum *Digital India Roundtable* di Brussel pada 15 April 2015 di mana UE dan India berkomitmen untuk bekerja sama dalam membangun standarisasi internasional teknologi informasi, seperti keamanan *telecom*, efisiensi energi teknologi informasi atau komunikasi antar mesin (European Union, 2020). Tujuan utama dari proyek ini adalah untuk mempromosikan hubungan yang lebih dekat antara India dan Eropa dalam hal produksi dan penggunaan standar teknologi informasi dan komunikasi dan untuk mengharmonisasikan pertukaran data statistik yang nantinya dapat memberikan fasilitas dalam perdagangan dan mempermudah kegiatan bisnis untuk perusahaan-perusahaan, serta memberikan kekuatan bagi Eropa dan India dalam membangun standarisasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi pada level global (India-EU ICT Standardisation Collaboration, 2020). Tentunya, jika dilihat dari karakter UE, kerja sama ini sangat mencerminkan identitas UE yang selalu ingin bermain peran dalam menetapkan standar baik di tingkat regional maupun global. Namun terkadang, UE tidak

dapat bergerak sendiri atau berada dalam posisi yang tidak cukup kuat untuk memberikan pengaruhnya dalam menetapkan standar global. Strategi membangun kerja sama dalam standarisasi teknologi informasi bersama India ini dapat dikatakan sebagai salah satu langkah UE untuk tetap dapat memberikan pengaruhnya dalam pembentukan standar digital. Selain itu, masih berkaitan dengan keaktoran normatif UE untuk dapat berperan dalam standarisasi global, bagi UE, kerja sama ini dilakukan pula untuk menghindari pembentukan standar spesifik yang dilakukan oleh India, selain mengancam posisi tawar UE sebagai aktor pembuat standar, tetapi juga dapat memunculkan hambatan akses pasar, seperti persyaratan sertifikasi dan labeling dari India nantinya ([India-EU ICT Standardisation Collaboration, 2020](#)). Hal ini dapat memberikan hambatan-hambatan perdagangan bagi perusahaan-perusahaan Eropa yang aktif di India. Di sisi lain, kerja sama ini juga dapat memberikan keuntungan bagi India yang pada saat itu masih memiliki pengalaman yang sedikit dalam bermain peran pada pembentukan standarisasi global, sehingga dapat belajar dengan UE. Kerja sama ini kemudian berkembang dengan dibentuknya *INDICO Project* belakangan ini. Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan kolaborasi dalam jaringan 5G, Internet, dan teknologi *blockchain*, termasuk aspek-aspek keamanan di dalamnya ([European Union, 2020](#)).

Melanjutkan pada inisiasi sebelumnya, UE dan India kemudian menyelenggarakan dialog reguler dalam wadah kerja sama *the Joint ICT Working Group and ICT Business Dialogue* pada tahun 2016. Konteks kerjasama mencakup isu-isu terkait akses pasar teknologi informasi, standarisasi, tata kelola internet, dan riset dan inovasi. Melalui dialog kerja sama ini, inisiasi *Startup Europe India Network* juga diluncurkan pada tahun 2016 ([EEAS, 2016](#)). Beberapa kerja sama ini semakin mempererat hubungan kemitraan UE-India dalam sektor digital, termasuk ekonomi digital, sebelum kerangka konektivitas terbentuk. Pada tahun 2018, kerja sama yang sebelumnya telah terbentuk diperkuat dan diperluas dengan kerangka yang masih sama, *the ICT Business Dialogue* dan *Startup Projects*. Hubungan kemitraan kedua aktor ini juga pernah mengalami dinamika perbedaan pendapat dalam pengambilan kebijakan. Dalam hal ini, posisi UE sempat terganggu. Pada tahun 2019, India membentuk aturan digital yang membuat hubungannya dengan UE menjadi kompleks. India menerapkan peraturan investasi perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang agaknya bersifat proteksionis terhadap *retailer* asing. Proposal ini mengakibatkan pada pembentukan regulasi proteksi baru terhadap data-data India yang perlu di lokalisasi dimana mewajibkan perusahaan untuk mengumpulkan data-data penting hanya dalam lingkup domestik India ([Benaglia, 2019](#)). Kebijakan ini tentunya membuat negosiasi data UE-India menjadi kompleks karena perjanjian-perjanjian sebelumnya telah menyepakati sirkulasi data yang cenderung mudah di antara keduanya. Dalam kebijakan ini, proses negosiasi masih terus dilakukan oleh UE untuk memastikan kemudahan arus data yang masih dapat diperoleh oleh UE di masa depan. Kerangka konektivitas dan serangkaian kesepakatan kemitraan strategis yang telah dibentuk sebelumnya dapat menjadi aset dalam pertimbangan selama proses negosiasi. Namun begitu, dinamika yang terjadi tidak melunturkan kedua aktor ini dalam fokus pengembangan sektor ekonomi digitalnya. Pada *EU - India Summit*, 15 Juli 2020, ditekankan kembali bahwa hubungan dengan India dalam sektor digital didasarkan pada nilai-nilai bersama dan berfokus pada isu-isu yang menjadi perhatian bersama untuk mencapai digitalisasi yang dapat mengembangkan ekonomi dan masyarakat yang inklusif ([European Union, 2020](#)). Dalam pertemuan ini pula, UE menginisiasikan forum-forum tambahan dalam wujud *High Level Digital Investment Forum* di mana para pimpinan bisnis dapat mendiskusikan peluang untuk kerja sama selanjutnya.

Melihat serangkaian kerja sama dalam kerangka kemitraan strategis UE-India, terlihat bahwa UE begitu giat dalam mempererat konektivitasnya dengan India terutama dalam sektor ekonomi digital. Berbeda halnya, India justru mengeluarkan inisiasi kebijakan yang tentunya dapat bertentangan dengan kesepakatan-kesepakatan yang telah dilakukan dengan UE sebelumnya, khususnya dalam kemudahan sirkulasi data digital. Namun demikian, dalam konteks kemitraan strategis ini, keduanya memiliki posisi kekuatan yang sama kuat dengan masing-masing aktor memiliki kepentingan yang dapat dipenuhi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama dalam sektor ekonomi digital. Meskipun negosiasi tampaknya perlu diintensifkan oleh UE dengan adanya inisiasi kebijakan lokalisasi data oleh India, UE masih memiliki harapan dalam kerangka kemitraan strategis yang baru saja diperbarui pada tahun 2020 untuk lima tahun ke depan. Intensifikasi kerja sama di bidang digital yang terus dilakukan oleh UE beberapa tahun belakangan, meskipun diselingi oleh dinamika kebijakan India yang bertentangan dengan UE, tidak dapat dipungkiri merupakan wujud upaya UE dalam merealisasikan konektivitas digitalnya dalam kerangka konektivitas UE-Asia. Walaupun jauh sebelum itu, UE dan India telah merajut hubungan bilateral yang cukup intensif pada sektor ekonomi digital. Keduanya memiliki posisi yang sama kuat, terlebih India dengan perkembangan pasar dan teknologi yang sangat cepat belakangan ini. Dengan begitu, posisi India yang juga kuat tidak dapat membuat UE berperan sebagai *role model* terhadap India, melainkan sebagai partner.

3.1.2. Jepang

Jepang dapat dikatakan sebagai mitra strategis UE. Hubungan keduanya memiliki nilai-nilai dan prinsip yang sama dalam hal demokrasi, aturan hukum, tata kelola pemerintahan, multilateralisme dan keterbukaan ekonomi (EEAS, 2020). Dialog bilateral antara UE dan Jepang telah terjalin sejak tahun 1991 melalui *Bilateral Summits* yang dilakukan setiap tahunnya (Morii, 2015). Meskipun dialog bilateral melalui *summits* selalu dilakukan, kerja sama antara kedua negara tersebut sangat rendah dan kerap dikritik karena tidak memiliki kesepakatan yang substansial (Morii, 2015). Namun, sejak tahun 1986, Jepang telah menikmati surplus perdagangan yang besar dengan UE (Porto, 2020). Akan tetapi, kerja sama bilateral yang terus terjalin menunjukkan bahwa hubungan bilateral kedua negara tersebut merupakan hubungan yang seimbang dan kerja sama tersebut dipertahankan sebagai jalan masuk bagi kehadiran UE di Asia (Morii, 2015).

Dari segi ekonomi, ekspor utama Jepang terhadap UE adalah barang-barang mesin dan peralatan. Sedangkan ekspor UE adalah barang-barang minuman, mesin elektronik, tekstil, daging, dan produk olahan susu (EEAS, 2020). Hubungan perdagangan antar keduanya pun sangat intensif dengan keterkaitan ekspor UE ke Jepang dan juga pembukaan perusahaan-perusahaan Jepang di UE terhadap ketenagakerjaan domestik UE (EEAS, 2020). Saat ini, sejak Februari 2019, kerja sama Jepang dan UE telah meningkat melalui *Economic Partnership Agreement* yang berimplikasi terhadap penghapusan cukai terhadap 91% produk UE (EEAS, 2020).

Di sisi digitalisasi, Jepang merupakan pusat inovasi dalam hal otomasi, teknologi sensor dan kecerdasan buatan. Pasar *e-commerce* di Jepang telah mencapai nilai hingga US\$ 95 miliar yang didominasi dari pasar Tiongkok yang melakukan transaksi barang-barang Jepang hingga mencapai US\$ 9,5 miliar (Lee-Makiyama, 2018). Penggunaan layanan seluler di Jepang pun telah memberikan rata-rata pendapatan sebesar US\$ 29.84 per pengguna, lebih tinggi dibandingkan dengan negara Asia Timur lainnya seperti Korea Selatan US\$ 16,36 per pengguna dan Tiongkok US\$ 6.29 per pengguna (Lee-

Makiyama, 2018). Ketenagakerjaan di bidang informasi dan teknologi pun cukup tinggi di Jepang hingga mencapai 3,968 juta orang pada tahun 2012 (EU-Japan Center for Industrial Cooperation, 2015). Hal ini sangat jauh dibandingkan dengan UE dengan ketenagakerjaan di bidang teknologi informasi dan komunikasi hanya mencapai 6,13 juta orang pada tahun 2011 (EU - Japan Center for Industrial Cooperation, 2015). Bagi UE, Jepang merupakan salah satu investor besar di UE dengan nilai mencapai € 10 miliar, dan pada tahun 2015 sendiri akuisisi perusahaan Eropa oleh Jepang telah mencapai € 6 juta (EU-Japan Center for Industrial Cooperation, 2015). Selain itu, sejak mundurnya Amerika Serikat dari *Trans-Pacific Partnership* (TPP) pada tahun 2017, Jepang merupakan pemimpin utama dalam perundingan tersebut. Meskipun perundingan utama dalam perjanjian tersebut adalah mengenai tarif dan perdagangan, tetapi terdapat salah satu agenda penting dalam perkembangan ekonomi digital, yakni terkait arus data antar lintas batas negara. Dalam hal ini, Jepang merupakan promotor utama yang mendorong kebijakan pelarangan negara-negara yang berdiskusi dalam TPP tersebut untuk menuntut pengelolaan jaringan *server* secara domestik dalam pelaksanaan ekonomi digital dan pelarangan kebijakan bagi negara-negara untuk menuntut adanya transfer teknologi sebagai prasyarat dalam kerja sama tersebut (Amari, 2017).

Melihat potensi yang dimiliki oleh Jepang dan bagaimana UE melihat Jepang sebagai partner strategis dalam mengembangkan sektor digital, utamanya ekonomi digital, konektivitas UE - Jepang sangat potensial untuk terus meningkat dan diperkuat. Terlebih UE dengan pilar digital yang telah dimiliki dalam kerangka Konektivitas UE-Asia. Posisi sejajar atau memiliki potensi serupa membuat kedua aktor ini berpotensi untuk saling memenuhi kepentingannya dan juga dapat belajar dari pengembangan teknologi digital yang telah dikembangkan di tempat masing-masing, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan memperkuat keterhubungan melalui sektor ekonomi digital.

Jepang adalah mitra strategis UE di mana posisi mereka dikatakan sejajar dengan masing-masing aktor memiliki potensi dan kelebihan sebagai instrumen penting dalam kerja sama. Pada bidang kerja sama digital, kerjasama UE dan Jepang telah terlaksana sejak tahun 2011, yaitu dalam hal kerja sama ilmu pengetahuan dan teknologi (EU-Japan Center for Industrial Cooperation, 2015). Selanjutnya pada tahun 2015, kerja sama tersebut ditingkatkan dengan prioritas dalam pendefinisian global, penyusunan standar global, dan ekosistem untuk teknologi 5G (European Commission, 2015). Fokus kerja sama ini sama halnya dengan yang dilakukan UE bersama Tiongkok dan India di mana pengembangan jaringan 5G merupakan salah satu prioritas yang kerap dikembangkan dalam kemitraan. Hal tersebut merupakan fokus prioritas bagi UE dalam strategi *Digital Single Market* UE karena di dalamnya juga memuat isu tentang arus informasi data personal secara lintas batas. Hal ini pun didorong karena UE memiliki prioritas utama dalam aturan main penggunaan data dan melarang sektor usaha untuk memindahkan data secara lintas batas, sedangkan Jepang merupakan negara dengan tingkat larangan dalam penggunaan data yang paling rendah dibandingkan negara-negara di Asia Pasifik dan juga OECD (Lee-Makiyama, 2018).

Kerja sama yang dilakukan oleh UE dan Jepang dapat terlihat saling mengisi satu sama lain dimana keduanya telah memiliki kapabilitas yang mumpuni namun perlu melengkapi kekurangan dalam kerangka kemitraan strategis ini. Kerja sama yang dibangun dalam sektor digital seperti 5G dapat dikatakan merupakan cerminan upaya yang dilakukan UE pula dalam meningkatkan konektivitasnya dan pengaruhnya di Asia. Tidak hanya dengan Jepang, negara-negara Asia yang juga memiliki potensi sama dalam pengembangan 5G seperti Tiongkok dan India juga menjadi bidikan UE dalam

pengembangan jaringan 5G. Prospek kerjasama kedua pihak dalam kemitraan strategis tentunya dapat berkembang mengingat sektor ekonomi digital yang sedang menjadi primadona dalam era globalisasi kontemporer dan melihat UE yang sedang bekerja keras untuk menyeimbangkan pengaruhnya di Asia melalui kerangka konektivitas UE-Asia

3.1.3. Korea Selatan

Korea Selatan adalah mitra strategis UE. Dengan artian bahwa keduanya sama-sama melihat peluang dan potensi kerja sama guna memenuhi dan mendukung kepentingan masing-masing dalam posisi yang setara. UE dapat menjadi model dan mendifusikan unsur-unsur normatifnya pada Korea Selatan dan sama halnya yang dapat dilakukan oleh negeri ginseng tersebut. Korea Selatan merupakan pemimpin global dalam infrastruktur dan daya saing dalam hal teknologi informasi dan komunikasi. Sektor teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu pilar yang kuat dalam perekonomian. Korea Selatan memiliki spesialisasi dalam manufaktur berbasis digital. Perkembangan Korea Selatan juga dapat dilihat yang paling utama dalam sektor telekomunikasi, *e-government*, dan partisipasi masyarakat secara daring (Yeo, Y. H., Kim, S. K., Bae, J. H., & Kim, B. G, 2014; Holroyd, 2019). Ketenagakerjaan di sektor teknologi informasi dan komunikasi pun mencapai 4.6% dari total angkatan kerja keseluruhan dengan kontribusi tertinggi pada sektor manufaktur produk teknologi informasi dan komunikasi.

Korea Selatan juga memiliki fokus dalam riset dan pengembangan teknologi yang memiliki nilai pengeluaran hingga 3% pendapatan domestik brutonya. Pada tahun 2018, Korea Selatan mengklaim bahwa negaranya akan menjadi pionir dalam perkembangan generasi jaringan tanpa kabel (*generation wireless broadband*) dan menjadi negara yang mengimplementasikan jaringan 5G lebih dahulu dibandingkan negara lainnya (Mills, 2018). Korea Selatan merupakan negara yang terdepan dalam pengaplikasian *Smart Cities* sejak dicanangkannya program *Seoul Smart Mobility Reform* pada tahun 2003 (Kang, 2020). Pesatnya perkembangan Kota Cerdas di Korea Selatan, 5G sebagai katalis dalam mendorong pertumbuhan nasional Korea Selatan melalui Revolusi Industri Keempat membuatnya terus dikembangkan (Ministry of Science & ICT 2018; 2020). Secara umum, sektor teknologi informasi dan komunikasi Korea Selatan memiliki nilai sebesar 25.1% dari total nilai ekspor dan 13.4% impor dan merupakan negara ke-5 terbesar dalam neraca perdagangan di sektor tersebut pada tahun 2011 (Yeo, Y. H., et al., 2014). Produk ekspor unggulan Korea Selatan ialah barang-barang semikonduktor, layar panel datar, alat komunikasi nirkabel, dan komputer dimana barang-barang semikonduktor tersebut menguasai 51.3% pasar global, sementara layar panel datar menguasai 53.3% pasar global (Yeo, Y. H., et al., 2014). Selain dari perkembangan pesat infrastruktur dalam mendukung ekonomi digital, salah satu sektor utama dalam perkembangan sektor digital di Korea Selatan ialah berkembangnya konten-konten digital seperti *video game*, *online gaming*, animasi dan yang terutama adalah di sektor hiburan yang berkontribusi terhadap 2.8% pasar kultural global (Holroyd, 2019).

Potensi yang dimiliki oleh Korea Selatan ini menjadi bidikan bagi UE sebagai entitas yang juga sedang mengembangkan dan memperkuat sektor ekonomi digitalnya. Kapasitas dan kapabilitas yang dimiliki oleh Korea Selatan, seperti contohnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kota cerdas, dapat menjadi prospek bagi hubungan kemitraan dengan UE secara lebih substansial dalam sektor digital, khususnya ekonomi digital, melalui kerangka konektivitas UE-Asia.

Sebagai mitra strategis UE, Korea Selatan dan UE memiliki kunci kerja sama pada tiga pilar, yaitu politik, perdagangan, dan keamanan (EEAS, 2016). Kerja sama antara UE dan Korea Selatan diawali pada tahun 2007 melalui Perjanjian Kerja Sama untuk Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dengan membuat kelompok kerja dalam mendiskusikan secara spesifik terkait teknologi informasi dan komunikasi (European Commission, 2020). Kerja sama tersebut melingkupi riset teknologi informasi dan komunikasi, teknologi 5G, *Cloud Computing*, dan *Internet of Things* (IoT). Di tahun 2010, UE dan Korea Selatan terus meningkatkan kerja sama ke level yang lebih luas dalam bentuk kemitraan strategis di mana keduanya menandatangani kesepakatan yang kemudian diimplementasikan tahun 2014. Dalam kesepakatan tersebut, UE dan Korea Selatan membangun kerja sama dalam konteks politik dan isu global seperti hak asasi manusia, melawan terorisme, perubahan iklim, dan keamanan energi (European Commission, 2020c). Tentunya perjanjian ini juga melahirkan potensi perjanjian baru, seperti perjanjian dagang, yang disepakati satu tahun setelah perjanjian sebelumnya ditandatangani. Namun begitu, dalam kerangka perjanjian ini belum terlihat secara jelas dan mendalam tentang fokus kerja sama dalam sektor digital. Asumsinya adalah kerja sama sektor digital telah difokuskan tersendiri dalam bentuk kesepakatan terpisah yang disepakati pada tahun 2007.

Dalam komitmen keduanya pada sektor ekonomi digital, UE dan Korea Selatan telah menyepakati sebuah perjanjian pada *the 7th EU-Korea Summit* yang diselenggarakan pada 8 November 2013. Kesepakatan ini berisi tentang komitmen keduanya dalam mempromosikan kolaborasi riset dan pengembangan sektor teknologi informasi dan komunikasi utamanya dalam jaringan komunikasi untuk generasi masa depan (European Commission, 2020a). Sama halnya dengan prioritas kerja sama yang dibangun bersama Tiongkok dan India, dalam sektor digital, UE dan Korea Selatan telah menandatangani *joint declaration* untuk bekerja sama dalam riset 5G dan harmonisasi spektrum radio untuk interoperabilitas global pada tahun 2014 (European Commission, 2020a). Wujud kerjasama ini dapat dikatakan sebagai bentuk upaya konektivitas yang dilakukan oleh UE dan upaya UE untuk turut terlibat dalam pengaturan standar global dalam pengembangan 5G melalui negara-negara yang memiliki potensi digital dan prioritas di bidang pengembangan teknologi.

UE merupakan salah satu pasar utama ekspor Korea Selatan terutama dalam barang-barang pendukung digitalisasi, sementara UE memiliki fokus terhadap pengembangan piranti lunak (Yeo, Y. H. et al., 2014). Hal tersebut mengakibatkan terjadinya defisit neraca perdagangan antara UE dan Korea Selatan. Namun, sejak ditandatanganinya perjanjian kerja sama perdagangan bebas pada tahun 2011, hubungan UE dan Korea Selatan semakin meningkat. UE telah berhasil meminimalisir defisit perdagangan dengan Korea Selatan yang pada tahun 2010 mencapai € 10,5 miliar menjadi seimbang pada tahun 2018. Korea Selatan merupakan tujuan ekspor terbesar urutan kedelapan bagi UE dengan nilai perdagangan barang sebesar € 43 miliar pada tahun 2019 untuk barang-barang pertanian, perikanan dan industri (EEAS, 2016).

Melihat kerja sama yang telah dibangun antara keduanya, terlihat bahwa UE dan Korea Selatan telah mengembangkan kerja sama di sektor digital yang dapat mendorong perekonomian digital jauh sebelum kerangka konektivitas UE-Asia dibangun. Bahkan, kerja sama pertama yang dibangun oleh kedua aktor ini adalah kerja sama dalam bentuk ilmu pengetahuan dan teknologi di mana keduanya memiliki potensi yang besar di bidang tersebut. UE dengan begitu, tidak melihat Korea Selatan sebagai negara yang patut diberikan arahan penuh atau menerapkan nilai-nilai UE dalam membangun sektor

ekonomi digitalnya. Akan tetapi, UE sendiri dapat belajar dari partner strategisnya ini yang telah memiliki kapasitas digital yang cukup mumpuni.

3.1.4. Tiongkok

Tiongkok merupakan mitra strategis UE, meskipun terdapat beberapa perbedaan mendasar utamanya terkait intervensi peran dan praktik hak asasi manusia pada tingkat negara ([European Parliament, 2018](#)). Dalam kerangka kemitraan strategis, Tiongkok dipandang memiliki posisi tawar yang sama kuat dengan UE dan *vice versa*. UE tidak lagi dapat memposisikan diri sebagai ‘*role model*’ secara utuh bagi Tiongkok, tetapi dalam hakikatnya, tidak menutup kemungkinan bagi UE untuk tetap ingin mendifusikan nilai-nilai Eropa ke Tiongkok melalui upaya-upaya standarisasi yang diterapkan oleh UE atau secara global melalui peraturan yang ada dan kerja sama yang dibangun. Hal ini tercermin pada beberapa kerja sama yang dilakukan oleh UE dan Tiongkok.

Jika melihat dari kerangka konektivitas UE-Asia, Tiongkok jelas menjadi salah satu negara target UE dalam memperkuat dan memperluas pengaruhnya ke Asia, bukan sebagai negara yang perlu mencontoh, tetapi sebagai mitra yang diproyeksikan dapat menciptakan keuntungan bersama, selain itu, juga dengan menyeimbangkan pengaruh Tiongkok yang semakin kuat di Eropa. Melalui *Belt Road Initiative* (BRI), strategi ambisius ini merupakan kerangka konektivitas yang telah menjadi perhatian dunia. Kerangka konektivitas yang diinisiasi oleh Presiden Xi Jinping ini diatur dalam konstitusi dan merupakan program infrastruktur dan konektivitas internasional dengan memainkan peran perusahaan milik negara sebagai aktor dominan untuk menjalankan proyek ini. Tentunya, dalam merajut konektivitas, Tiongkok sedikit banyak memanfaatkan potensi ekonomi digital yang dimilikinya pula. Langkah-langkah yang diambil oleh Tiongkok dalam membangun konektivitasnya sangatlah aktif. Eropa juga menjadi kawasan tujuan Tiongkok dalam membangun keterhubungan ini dan dampaknya sudah sangat terasa di kawasan, terutama dalam mengembangkan konektivitas fisik berupa infrastruktur di wilayah maritim dan pembangunan rel kereta api. Sebagai contoh, di jalur maritim, perusahaan-perusahaan Tiongkok, seperti COSCO dan CMPort telah melakukan serangkaian investasi di pelabuhan-pelabuhan besar Eropa, seperti di Piraeus (Yunani), Antwerp dan Zeebrugge (Belgia), dan Rotterdam (Belanda) ([Larcon & Vadcar, 2020](#)). Posisi seperti ini dapat menjadi potensi bagi UE dan Tiongkok untuk memanfaatkan momentum konektivitas guna memperoleh kemudahan akses atau justru menjadi pesaing antar satu sama lain, terutama dalam sektor ekonomi digital. Terlebih, Tiongkok sendiri didorong oleh Presiden Xi untuk membangun pertemanan lebih banyak dan mengembangkan jaringan kemitraan global ([Kementerian Luar Negeri RRT; Strüver 2017](#)).

Berdasarkan catatan UE, dalam sektor ekonomi digital, Tiongkok merupakan kekuatan global yang terkemuka ([European Commission, 2020b](#)). Di tahun 2017, ekonomi digital Tiongkok menyumbang 30,3% dari total PDB negara, yakni sekitar US\$ 3,43 triliun ([European Parliament, 2018](#)). Tiongkok memiliki 731 juta pengguna internet di mana jumlah ini lebih banyak dari, meskipun sudah menggabungkan, pengguna di UE dan AS, yang merupakan pasar niaga (*e-commerce*) terbesar di dunia dengan menyumbang lebih dari 40% nilai transaksi *e-commerce* global, menyumbang 43% dari nilai *unicorn* yang merupakan perusahaan rintisan (*startup*) bernilai lebih dari US\$1 miliar, merupakan ekosistem investasi digital dan perusahaan rintisan paling aktif di dunia, mencatat nilai pembayaran seluler 11 kali lipat dari AS di mana sekitar 68% pengguna internet di Tiongkok melakukan pembayaran seluler secara digital sementara AS hanya sekitar 15%, memiliki dua super komputer paling kuat di

dunia, dan memiliki tiga raksasa digital, yaitu Baidu, Alibaba, dan Tencent (BAT) yang menyediakan 42% dari semua investasi modal ventura di Tiongkok pada tahun 2016 serta inovator digital lainnya, seperti Xiaomi, NetEase, dan Ping An (European Commission, 2020b). Selain itu, fokus Tiongkok dalam sektor ekonomi digital juga sudah terlihat jelas pada tahun 2016 dalam G20 Hangzhou Summit di mana Tiongkok memprioritaskan ekonomi digital untuk G20 *Blueprint on Innovative Growth* (European Parliament, 2018). Dalam ruang domestik, Tiongkok juga mendesain sebuah rancangan dalam kerangka ‘Internet Plus’ Initiative 2016 dengan strategi integrasi bertajuk ‘Made in China 2025’ melalui *e-commerce* (Wübbeke et al, 2016). Kesadaran akan pentingnya untuk memajukan inovasi negara berlandaskan pada ekonomi digital sudah menjadi prioritas bagi Tiongkok sejak lama. Melihat fakta-fakta ini, Tiongkok memiliki posisi tawar yang kuat atau pada beberapa bagian, lebih kuat dari UE, sehingga kemitraan UE dan Tiongkok terus dibangun sedemikian strategis guna memaksimalkan potensi dan memperjuangkan kepentingan kedua belah pihak. Meskipun sektor ekonomi digital UE juga potensial dan kuat, UE dikatakan cukup tertinggal jika melihat dari potensi-potensi pengguna internet dan sektor-sektor lain seperti *e-commerce*. Salah satu hal signifikan adalah melihat jumlah penduduk Tiongkok yang berkali lipat lebih banyak dari negara-negara di UE.

Hubungan kemitraan strategis dengan berlatar belakang posisi kekuatan yang sama ini melalui proses negosiasi dan kompromi kepentingan yang tentunya cukup panjang. Akan tetapi, berangkat dari rangkaian kerangka kesepakatan yang telah dibentuk sejak tahun 2003, konektivitas UE-Tiongkok semakin kuat, terutama belakangan ini. Hal ini tidak dapat dipungkiri disebabkan oleh serangkaian pembaruan kebijakan, baik di lingkup UE dengan kerangka strategi digital dan konektivitas UE-Asia dengan salah satu pilarnya secara spesifik memprioritaskan sektor digital. Meskipun belum ada sebuah kesepakatan baru yang dihasilkan setelah inisiasi konektivitas UE-Asia diadopsi pada akhir 2018, urgensi ekonomi digital bagi kedua belah pihak telah terlihat cukup jelas, salah satunya dalam kerja sama jaringan 5G dan Horizon 2020 yang telah dibentuk sebelumnya. Posisi Tiongkok yang dikatakan sama-sama kuat tidak dapat membuat UE memperlakukan Tiongkok sebagai negara yang perlu mencontoh kesuksesan UE, tetapi bagaimana kedua pihak dapat saling mencontoh dan bermitra untuk mencapai kesuksesan bersama.

UE terus berhubungan dengan Tiongkok dalam berbagai platform baik konektivitas bilateral yang telah dimiliki, hubungan bilateral yang lebih luas, dan juga forum multilateral dengan tujuan menciptakan sinergi dan menemukan kesamaan (European Commission, 2018a). Kemitraan strategis UE dan Tiongkok dilakukan sejak tahun 2003 dalam kerangka *EU-China Comprehensive Strategic Partnership* yang kemudian diperdalam dan dikembangkan kembali dalam kerangka *EU-China 2020 Strategic Agenda for Cooperation* dengan tujuan menghadirkan potensi sinergi untuk meningkatkan kerja sama dengan hasil yang saling menguntungkan (EEAS, 2013). Terdapat tiga pilar utama dalam dialog yang diadakan melalui keterhubungan ini, yaitu dialog strategis, dialog ekonomi dan perdagangan, dan dialog *people-to-people*. Namun, pada periode awal, kerja sama pada sektor ekonomi digital nampaknya belum terlihat jelas, tetapi sudah mulai terlihat adanya perhatian terhadap dunia inovasi digital dalam kerja sama terkait sains, teknologi, dan inovasi. Melalui gagasan ini, keduanya menyepakati kesepakatan *EU-China Agreement for Scientific and Technological Cooperation* dan membangun *EU-China Steering Committee* dan *EU-China Innovation Cooperation Dialogue* (EEAS, 2013). UE sudah mulai menaruh perhatian pada sektor digital sejak tahun 2009 dengan menyelenggarakan dialog tahunan terkait teknologi informasi yang dijalankan oleh DG CONNECT dan Kementerian Teknologi Informasi Tiongkok, sehingga

dapat dikatakan bahwa UE sudah melihat Tiongkok sebagai partner potensial dalam sektor digital sejak lama, namun masih terbatas hanya pada sektor digital sebagai inovasi keilmuan saja. Hubungan kemitraan dalam konteks ekonomi digital semakin dirasa penting seiring dengan perkembangan zaman. Pada tahun 2015, UE dan Tiongkok, dalam dialog ekonomi dan perdagangan, menyepakati hubungan kemitraan di sektor pembangunan jaringan konektivitas *Internet of Things* (IoT) dalam jaringan 5G untuk mencapai standar global dalam *Joint Declaration on 5G*. Keduanya memandang bahwa pengembangan jaringan 5G merupakan aset potensial untuk meningkatkan konektivitas digital kedepannya dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Günther Oettinger, perwakilan Komisioner yang menandatangani kesepakatan ini, mengatakan, “5G akan menjadi tulang punggung ekonomi digital dan masyarakat di seluruh dunia [...]. Dengan penandatanganan hari ini bersama Tiongkok, UE kini telah bekerja sama dengan mitra Asia terpenting dalam kompetisi global untuk mewujudkan 5G pada tahun 2020” (European Commission, 2015).

Melalui pernyataan ini, prioritas UE terhadap sektor ekonomi digital semakin jelas. Ditambah lagi, ditahun yang sama, UE sendiri baru saja mengadopsi *A Digital Single Market Strategy for Europe*, sehingga tentunya dukungan konektivitas dari pihak-pihak lain penting untuk mewujudkan cita-cita dalam kerangka tersebut untuk memenuhi kepentingan domestiknya. Melalui kerangka ini, kedua pihak berkomitmen untuk saling terbuka dalam hal akses terkait pendanaan riset jaringan 5G, akses pasar, dan keanggotaan asosiasi 5G milik UE dan Tiongkok. Dalam menegosiasikan kepentingannya, hubungan kemitraan ini dilihat sebagai potensi bagi UE untuk mempermudah akses masuk bagi perusahaan-perusahaan telekomunikasi UE untuk masuk ke Tiongkok dan bersama-sama mengembangkan jaringan 5G tersebut. Terlebih, keduanya memainkan peran penting dalam pembentukan standarisasi global jaringan 5G di dunia.

Serangkaian dialog terkait teknologi informasi dan ekonomi digital juga sudah mulai aktif diselenggarakan dengan UE dan Tiongkok. Salah satu contohnya adalah dalam *EU-China ICT Dialogue* yang telah dilaksanakan sebanyak 8 (delapan) kali hingga tahun 2017 (European Union, 2020). Dilanjutkan juga dalam pertemuan antar anggota parlemen, yaitu dalam *the 40th inter-parliamentary meeting* (IPM) pada 15 dan 16 November 2017 di Strasbourg, Prancis dengan salah satu topik pembahasan, yaitu potensi ekonomi digital (European Parliament, 2018). Teknologi informasi dan ekonomi digital tidak dapat dipungkiri erat kaitannya dengan dialog yang berhubungan dengan perdagangan UE - Tiongkok dan penelitian, serta berbagai aktivitas kerja sama contohnya dalam Horizon 2020. Dalam kerangka ini, Tiongkok dapat memperoleh manfaat besar dalam bentuk kemudahan akses dan pengetahuan yang sangat baik dari Eropa, akses data penelitian, dan koneksi ke jaringan ilmiah dan kelompok penelitian terkemuka di dunia. Sementara UE, dapat memperoleh kemudahan akses pasar dan penelitian ke Tiongkok pula. Di pertengahan 2018, UE dan Tiongkok juga menyelenggarakan *The 13th EU - China Business Summit* pada 16-17 Juli 2018 sebagai wadah pertukaran pikiran antara pemimpin di kedua pihak dengan komunitas bisnis terkait isu-isu bisnis kontemporer di mana isu ekonomi digital dan konektivitas juga menjadi salah satu pembahasan utama (European Parliament, 2018). Melalui ini, terlihat bahwa hubungan kerja sama UE - Tiongkok dalam sektor digital, terutama ekonomi digital telah terjalin sejak lama jauh sebelum inisiasi konektivitas UE-Asia semakin diperkuat di tahun 2018. Serangkaian dialog dan pertemuan tingkat tinggi terkait digital telah dibangun melalui berbagai kerangka kerja sama yang telah dibangun sebelumnya. Namun, prospek akan semakin diperkuatnya hubungan kerja sama dalam sektor digital ini tentunya akan semakin kuat kedepan. Hal

ini melihat pada beberapa hal, seperti urgensi UE terhadap konektivitas digital yang tercermin dalam pilar digital, kerja sama yang telah dirajut sebelumnya, khususnya sektor 5G, dan juga merespon pada era digital kontemporer yang terjadi saat ini.

3.1.5. Vietnam

Vietnam merupakan mitra UE di mana hubungan keduanya diperkuat dalam kerangka kerja sama *EU-Vietnam Framework Agreement on Partnership and Cooperation* (EU-PCA) yang diimplementasikan sejak tahun 1996. Vietnam juga merupakan salah satu dari 77 negara yang melaksanakan hubungan perdagangan bilateral dengan UE melalui skema *Comprehensive Trade Agreement*. Melalui perjanjian dagang tersebut, Vietnam dan UE telah menghapuskan hambatan tarif untuk semakin meningkatkan perdagangan antar keduanya. Ekspor utama UE ke Vietnam adalah barang-barang teknologi tinggi berupa mesin dan peralatan elektronik untuk manufaktur, pesawat terbang, kendaraan dan produk farmasi, sedangkan barang ekspor utama Vietnam ke UE ialah berupa produk elektronik, sepatu, tekstil, kopi, beras, makanan laut dan *furniture* (European Commission, 2020d). Namun begitu, kemitraan yang dibangun antara UE dan Vietnam masih cenderung bersifat vertikal di mana UE masih memiliki posisi yang terbilang lebih matang dalam konteks kerja sama, khususnya jika berbicara tentang sektor ekonomi digital. Dalam kerja sama ini, UE seringkali menginisiasikan pembinaan peningkatan kapasitas pada beberapa sektor di Vietnam yang secara tidak langsung nilai-nilai UE juga turut didifusikan dalam prosesnya.

Vietnam merupakan mitra dagang kedua terbesar UE di ASEAN setelah Singapura dan merupakan mitra dagang urutan ke-17 dengan nilai € 45,5 miliar untuk perdagangan barang pada tahun 2019 dan € 4 miliar untuk perdagangan jasa pada tahun 2018 (European Commission, 2020d). Hal ini pun sejalan dengan UE yang merupakan salah satu penanam modal asing terbesar di Vietnam dengan penanaman modal langsung sebesar € 7,4 miliar pada tahun 2018 dengan fokus penanaman modal pada industri manufaktur. Skema Kerja sama investasi ini pun diperkuat dengan *Investment Protection Agreement* (IPA) (European Commission, 2020d). Saat ini, Vietnam memiliki fokus untuk mengembangkan ekonomi digitalnya yang bertujuan untuk menjadikan Vietnam sebagai negara dengan penghasilan menengah ke atas pada tahun 2035 (Cameron et al, 2019). Vietnam ditengarai sebagai negara dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Pertumbuhan sektor digital di negara tersebut pun disinyalir akan menjadi yang terdepan di Asia Tenggara dengan nilai mencapai US\$ 12 miliar dan berkontribusi sebesar lima persen terhadap Pendapatan Domestik Bruto negara tersebut (Google & Temasek 2019).

Melihat perkembangan di sektor digital yang dimiliki dan hubungan kemitraan yang telah terjalin begitu lama oleh Vietnam, UE mulai memprioritaskan Vietnam dalam kerja sama dalam konteks ekonomi digital. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Duta Besar UE untuk Vietnam, Giorgi Aliberti, pada tahun 2019, bahwa UE akan memprioritasi Vietnam dalam pemberian teknologi dan pengalaman untuk membantu negara tersebut dalam mengembangkan sektor ekonomi digitalnya. Niat baik ini tentunya tidak berjalan semata-mata tanpa kepentingan UE. Gagasan yang disampaikan oleh UE dapat dianalisis sebagai wujud penguatan keterhubungan dengan negara-negara di Asia dan kini telah menuju Asia Tenggara. Dengan kondisi negara di Asia Tenggara termasuk Vietnam yang merupakan negara berkembang, UE memiliki kesempatan untuk menginternalisasikan nilai-nilai normatif yang dimilikinya ke negara tersebut. UE sebagai aktor global tentunya akan memainkan

peranan tersebut melihat potensi yang dimiliki Vietnam. Di sisi lain, Vietnam dapat memperoleh banyak dukungan melalui kerja sama yang dibangun oleh UE terlebih ketika kerangka konektivitas UE-Asia ini semakin diperkuat dan didukung oleh kebijakan-kebijakan digital, seperti EU *Digital Strategy* yang dimiliki oleh UE.

Berbagai kerja sama telah dilakukan antara keduanya. Kerja sama semacam sebelumnya melalui dukungan UE terlihat dalam pengembangan sumber daya energi berkelanjutan yaitu berupa pendistribusian tenaga listrik di pedesaan dan meningkatkan kapasitas pelaksanaan sektor publik Vietnam pada tahun 2014-2020 (European Commission, 2020). Secara khusus, dalam mendukung ekonomi digital di Vietnam, UE akan memberikan bantuan berupa peningkatan keahlian, teknologi dan juga pengalaman dalam upaya pengembangan sektor digital (The World and Vietnam Report, 2019). Kerangka konektivitas UE-Asia dapat menjadi salah satu jalan masuk sekaligus memperkuat kerjasama UE-Vietnam dalam wujud UE sebagai model bagi Vietnam. Dalam sektor ekonomi digital, hal yang mendorong asumsi tersebut adalah UE telah memberikan gagasan untuk menyediakan dukungan dalam wujud pengembangan keterampilan, pengaplikasian teknologi dan pengalaman profesional untuk mengembangkan ekonomi digital Vietnam (Vietnam Economic News, 2019). Dalam hal ini terlihat sekilas bahwa UE memiliki kapasitas yang lebih baik dan maju dibandingkan Vietnam, sehingga berinisiasi memberikan dorongan bagi Vietnam untuk memajukan sektor ekonomi digital melalui bantuan kerja sama yang diberikan dalam wujud pengembangan kapasitas tersebut.

Dengan melihat skema kerjasama UE dan Vietnam, maka dapat terlihat apabila Vietnam telah memiliki kerja sama pada tiga dari empat pilar utama konektivitas UE-Asia yaitu energi, digital dan dimensi manusia. Hal ini dapat terealisasi seiring dengan peningkatan kerja sama dagang dan investasi antara UE dan Vietnam. Kesempatan ini pun dimanfaatkan oleh UE untuk meningkatkan kehadiran UE sebagai aktor global di ASEAN. Melalui prinsip-prinsip normatifnya dalam kerangka kerja sama tersebut, terlihat bahwa UE berperan untuk memberikan pengaruhnya dalam peningkatan konektivitas di Asia Tenggara dengan menempatkan diri sebagai *role model*. Hal ini dilakukan oleh UE melalui kerja sama dagang dan bantuan peningkatan kapasitas yang diberikan kepada Vietnam dengan berpegang pada strategi *soft connectivity*, sehingga peran UE dapat diterima di Vietnam. Diharapkan, apa yang telah terjalin, di mana UE memprioritaskan Vietnam dalam pengembangan ekonomi digital ini, dapat menjadi pembelajaran bagi Indonesia ketika mengembangkan kerja sama serupa dalam kemitraan yang ada dengan UE.

3.2. Kemitraan ASEAN-UE

Hubungan ASEAN - UE semakin menguat sejak 2015 melalui adopsi terhadap strategi baru yang dikenal dengan “*The EU and ASEAN: a partnership with a strategic purpose*”. Pertemuan tingkat menteri luar negeri pada 2019 memperkuat kemitraan strategis antara kedua pihak tersebut. Keputusan UE ini melalui perjalanan panjang sejak diinisiasinya hubungan dialog resmi pada tahun 1977 (European Union, 2019).

UE melihat Asia Tenggara melalui ASEAN menjadi aktor yang semakin dipertimbangkan di kawasan Asia sejak ASEAN mulai berupaya mewujudkan impiannya dalam kerangka Masyarakat ASEAN di tahun 2015. Kerangka ini memberikan posisi strategis bagi negara-negara anggota ASEAN karena potensi kekuatan yang tergabung di dalamnya jika dikelola dengan profesional dan

terstandarisasi akan menghasilkan nilai ekonomi kawasan yang diprediksi dapat menjadi terbesar ketujuh di dunia (EEAS, 2016).

Upaya integrasi kawasan terus diupayakan melalui penyusunan master plan makro dan mikro. Dalam skala makro terdapat *Master Plan on ASEAN Connectivity* (MPAC) 2010 dan 2025. Kedua cetak biru makro ini difokuskan pada pencapaian konektivitas fisik, konektivitas kelembagaan dan konektivitas orang di dalam kawasan ini. Dalam level yang mikro atau lebih spesifik, terdapat *ASEAN Information and Communications Technology Master Plan* (AIM) 2015 dan 2020. AIM adalah kerangka teknis untuk menopang tiga fokus MPAC dengan memperhatikan strategisnya kemampuan teknologi komunikasi dan informasi untuk mempercepat pencapaian tujuan tersebut. Bagian selanjutnya dari tulisan ini akan menjelaskan secara lebih detail tentang MPAC dan AIM serta bagaimana realitas operasionalisasinya hingga saat ini. Setelah melihat detail serta implementasi tersebut, tulisan selanjutnya diarahkan pada bagaimana UE memandang pertumbuhan ASEAN ini dan berusaha membangun kerja sama melalui berbagai sektor yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung kepentingan kedua belah pihak.

3.2.1. *Master Plan on ASEAN Community* 2010 (MPAC 2010)

Perkembangan yang laju dan pesat dari globalisasi, memicu terciptanya dinamika baik dalam transformasi maupun adaptasi, pada negara, kawasan, dan dunia. Fenomena tersebut tentunya juga berdampak pada ASEAN. Sebagai organisasi regional, ASEAN harus mampu melanjutkan upaya untuk dapat mempertahankan, menyokong dan memelihara sentralitas dan peran pro-aktifnya dengan menjadi penggerak di dalam mengembangkan strategi regional. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, ASEAN perlu mempercepat integrasi dan mengintensifkan hubungan dengan mitra eksternal (ASEAN, 2011).

Dalam mewujudkan rasa kebersamaan, ASEAN berkomitmen untuk membangun ASEAN Community pada tahun 2015. Untuk dapat merealisasikan tujuan dari ASEAN Community, penting bagi masyarakat untuk memperkuat konektivitasnya. Kebutuhan dalam meningkatkan konektivitas di ASEAN sangat berlipat ganda. Dalam ASEAN, konektivitas diperlukan untuk memfasilitasi aktualisasi proses integrasi ASEAN, untuk mempercepat pembentukan ASEAN Community, memperkuat sentralitas ASEAN, dan memperkuat peran ASEAN sebagai penggerak dalam memetakan strategi regional (ASEAN, 2011). Selain itu, meningkatkan konektivitas di ASEAN, menjadi sebuah hal penting untuk mencapai pertumbuhan kompetitif, yang mempermudah aglomerasi ekonomi dan jaringan produksi yang terintegrasi, meningkatkan perdagangan intra-regional, untuk menarik investor, mempromosikan hubungan yang lebih dalam di antara masyarakat ASEAN, dan untuk mendorong adanya rasa kebersamaan yang kuat atas adanya keterkaitan budaya dan sejarah yang sama.

Konektivitas ASEAN berakar dari konektivitas domestik melalui perkembangan ekonomi yang dapat dilihat dari infrastruktur, jaringan komunikasi, mobilitas penduduk, barang, dan jasa (ASEAN, 2011). Oleh karena itu, perwujudan “*a well connected ASEAN*” akan menghasilkan perdamaian dan kemakmuran yang berkelanjutan (*continued peace and prosperity*) bagi masyarakatnya. Dalam mewujudkan konektivitas tersebut, ASEAN membentuk *Master Plan on ASEAN Connectivity* (MPAC) yang menjadi langkah kunci untuk mencapai visi ini (ASEAN, 2011). Tujuan dari MPAC diharapkan untuk menghubungkan ASEAN melalui peningkatan pembangunan infrastruktur fisik (*physical connectivity*),

kelembagaan yang efektif (*institutional connectivity*), dan pemberdayaan masyarakat (*people-to-people connectivity*).

Dalam meningkatkan konektivitas ASEAN, tidak hanya pengembangan strategi dan institusi baru yang dibutuhkan. Investasi dalam implementasi yang lebih efektif dari inisiatif yang ada dan yang akan datang juga penting untuk dipersiapkan (ASEAN, 2011). Untuk mewujudkan cita-citanya, MPAC harus memiliki visi yang terarah dan jelas. Adapun visi dari MPAC yakni selaras dengan ASEAN Vision 2020. Di dalam ASEAN Vision 2020, ASEAN digambarkan sebagai sebuah ketetapan bagi negara-negara di Asia Tenggara, bersifat *outward-looking*, menjunjung terciptanya perdamaian, kestabilan dan kemakmuran, mengikat kebersamaan dalam kemitraan pembangunan yang dinamis dan berada di dalam komunitas masyarakat yang peduli (*caring societies*). Visi untuk meningkatkan konektivitas ASEAN dapat diperkuat dengan moto ASEAN, yakni “*One Vision, One Identity, One Community*”.

Dalam merealisasikan kerangka dasar MPAC, yakni *physical connectivity*, *institutional connectivity* dan *people-to-people connectivity*, ASEAN mengimplementasikan strategi untuk mewujudkan tujuannya. Adapun penjabaran dari kerangka dasar terbagi berikut:

1. *Physical Connectivity*

Physical connectivity merupakan strategi konektivitas MPAC yang berfokus pada *hard infrastructure*, seperti transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, infrastruktur energi serta kerangka peraturan dan perangkat lunak yang dibutuhkan untuk menerapkan beberapa strategi berikut, yakni merampungkan sistem jalan raya di ASEAN; melakukan penyempurnaan terhadap pengimplementasian rancangan Singapore Kunming Rail Link (SKRL); mewujudkan terciptanya sistem transportasi laut yang terintegrasi dan efisien; membangun sistem transportasi multimoda yang terintegrasi untuk menjadikan ASEAN sebagai pusat transportasi di kawasan Asia Timur; mempercepat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di negara anggota ASEAN; berfokus dalam penyelesaian masalah terkait infrastruktur energi di lembaga ASEAN; membangun saluran air yang efisien dan terintegrasi (ASEAN, 2011).

2. *Institutional Connectivity*

Institutional connectivity diartikan sebagai sebuah proses institusionalisasi yang dapat diukur, melalui bentuk kerja sama yang dituangkan dalam bentuk perjanjian atau *institutional building*, yang mencakup regional maupun internasional (ASEAN, 2011). Berbeda dengan strategi sebelumnya, *institutional connectivity* memiliki pendekatan terkait kelembagaan dan regulasi. Adapun strategi utama yang diterapkan pada konektivitas ini, beberapa diantaranya adalah dalam upaya untuk mengoperasionalkan tiga kesepakatan kerangka kerja tentang fasilitas transportasi, yaitu: (1) mengembangkan pasar penerbangan tunggal dan pasar pengiriman tunggal di ASEAN, memperkuat kapasitas institusional, khususnya di daerah tertinggal di negara anggota ASEAN, dan meningkatkan koordinasi terkait regulasi, program dan rancangan baik dalam regional maupun sub regional; (2) meningkatkan sarana-prasarana untuk memfasilitasi perdagangan di wilayah ASEAN, menghilangkan batasan dan hambatan dalam perdagangan di dalam kawasan ASEAN untuk mempercepat terciptanya *free flow of goods*; dan (3) mempercepat pengembangan di sektor logistik, khususnya transportasi, telekomunikasi dan layanan yang berkaitan dengan konektivitas lainnya di wilayah ASEAN (ASEAN, 2011).

3. *People-to-people connectivity*

People-to-people connectivity merupakan konektivitas yang berkaitan dengan pengembangan komunitas intra-ASEAN. Konektivitas ini berfokus dalam mempromosikan dan menyokong sumber daya manusia, dalam sektor pendidikan, budaya maupun industri. Konektivitas ini diharapkan dapat mewujudkan intensitas dalam masyarakat ASEAN sehingga menghasilkan identitas yang kohesif. Adapun strategi utama dalam mendukung konektivitas ini adalah berupaya untuk mendukung terciptanya *transfer of understanding* bagi masyarakat intra ASEAN, dan mendorong mobilitas masyarakat ASEAN di dalam kawasan, khususnya dalam pariwisata (ASEAN, 2011). *People-to-people connectivity* dapat menjadi upaya ASEAN *branding* sehingga dapat meningkatkan intensitas dalam interaksi dalam interaksi sosial dan komunikasi, khususnya pada masyarakat negara anggota ASEAN. Bahkan lebih jauh, dengan mengintensifkan *people-to-people connectivity*, dapat menciptakan rasa keterikatan yang kuat (*shared-sense*) bagi ASEAN.

Implementasi dari ketiga konektivitas tersebut saling berkaitan. Dapat dibuktikan dengan bagaimana tercapainya peningkatan konektivitas fisik dan konektivitas institusional, akan mengurangi biaya pengeluaran dan perdagangan internasional dalam sektor barang dan jasa. Sehingga, peningkatan tersebut akan berkontribusi dalam mempersempit kesenjangan dalam pembangunan dengan memperluas batas-batas jaringan produksi atau distribusi dan meningkatkan konektivitas *people-to-people* (ASEAN, 2011).

Dalam pengimplementasiannya, ASEAN melakukan pemusatan terhadap beberapa rancangan yang disebut dengan *prioritized project*. Indikator rancangan yang ada dalam *prioritized project*, merupakan rancangan-rancangan yang dianggap memiliki dampak besar dalam keberlangsungan proyek lainnya sehingga implementasinya didahulukan dibandingkan dengan proyek lain. Adapun beberapa proyek prioritas tersebut adalah antara lain meliputi pembangunan jaringan infrastruktur transportasi seperti jalan layang, jalur kereta api, serta pos-pos untuk jalur kapal laut jarak pendek. Proyek lainnya yang menjadi prioritas adalah kerangka standar pengaturan industri prioritas. Implementasi Sistem Satu Pintu secara nasional dalam hal birokrasi juga menjadi prioritas untuk efisiensi kinerja kawasan. Pengembangan standarisasi keterampilan di bidang informasi dan teknologi juga tidak bisa ditunda lagi.

MPAC 2010 merupakan dokumen yang disusun menjadi *framework* dan pedoman bagi ASEAN dalam meningkatkan konektivitas intra-ASEAN. *Framework* ini membutuhkan review komprehensif agar rancangannya dapat relevan dengan perkembangan dan kebutuhan ASEAN. Oleh karena itu, MPAC 2010 berakhir pada tahun 2016 dan dilanjutkan dengan implementasi MPAC 2025 yang diharapkan dapat mewujudkan penetrasi lebih tegas dalam konektivitas ASEAN.

3.2.2. *Master Plan on ASEAN Community 2025*

MPAC 2010 merupakan dokumen yang disusun untuk menjadi pedoman bagi ASEAN dalam meningkatkan konektivitas di regional Asia Tenggara. Dalam pertemuan ke 25 ASEAN Summit pada November 2014, para pemimpin ASEAN menugaskan *the ASEAN Connectivity Coordinating Committee* (ACCC) untuk melakukan review komprehensif atas implementasi dan merumuskan *Master Plan on ASEAN Connectivity 2025* (MPAC, 2016). MPAC 2025 berupaya memberi nilai tambah dengan melengkapi dan mensinergikan Cetakan Biru (*Blue Print*) dari *ASEAN Community 2025*, rencana sektoral ASEAN, dan Rencana Kerja III Inisiatif untuk Integrasi ASEAN, serta meningkatkan sinergi

dengan kerangka sub-regional dan antar regional lainnya. Visi MPAC 2025 masih sama dengan visi MPAC sebelumnya, yaitu upaya untuk menjadikan ASEAN yang terintegrasi, komprehensif, berdaya saing, inklusif, dan rasa kesatuan yang erat. Pada MPAC 2025, lima strategi untuk mencapai visi MPAC 2025 adalah sebagai berikut (ASEAN, 2016):

1. Infrastruktur yang berkelanjutan (*Sustainable infrastructure*)

Strategi ini berupaya untuk mengkoordinasikan sumber daya yang ada, sekaligus memberikan dukungan terhadap proyek infrastruktur di ASEAN. Selain itu, strategi ini juga mengusung adanya konsep “*smart urbanization*” pada seluruh negara anggota ASEAN untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan kualitas hidup yang baik. Strategi terkait “*smart urbanization*” ini merupakan strategi yang relevan, di mana World Bank menawarkan kerangka kerja terkait pembangunan kota dengan menyediakan alat diagnostik untuk mengidentifikasi distorsi kebijakan dan menganalisa prioritas investasi. Singkatnya, *The World's Bank Urbanization Reviews* berupaya untuk menganalisa terkait tantangan urbanisasi dan implikasi kebijakan publik di beberapa negara. Penyusunan kerangka kerja ini dibantu oleh para akademisi regional yang membantu mengembangkan perkotaan dalam mengelola urbanisasi dan mendukung pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan. Strategi tersebut telah diuji coba di beberapa negara, termasuk Vietnam dan Indonesia (The World Bank, 2018).

2. Inovasi dalam bidang digital (*Digital Innovation*)

Strategi ini mengusung adanya pembaharuan, inovasi, dan membantu dalam peningkatan efisiensi digital. Apabila melihat potensi teknologi digital yang dimiliki negara-negara anggota ASEAN, hal ini dapat menambah adanya produk baru, jasa, efisiensi dalam pasar ASEAN. Tentunya, inovasi dalam bidang digital ini memerlukan perhatian khusus dari domestik, seperti pembuatan kerangka peraturan, kapabilitas teknologi yang memadai, akses terhadap internet dan teknologi, dan lain-lain. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi dengan mekanisme pasar, ASEAN perlu menciptakan mekanisme pasar berbasis digital, termasuk menambah produk dan jasa yang baru atau diversifikasi produk dan jasa serta prinsip akumulasi kapital dan efisiensi pasar di ASEAN.

3. Logistik tanpa batas (*Seamless logistics*)

Pada MPAC 2010, implementasi dari efisiensi logistik tidak mengalami peningkatan yang terlalu tinggi. Pasalnya, tantangan dalam mengimplementasikan strategi ini adalah kurangnya koordinasi antara pemerintah dengan para komersil. Untuk itu, diperlukan intensitas lebih dalam terkait implementasi ini dengan para pelaku bisnis serta pelaku usaha logistik.

4. Regulasi yang memadai (*Regulatory excellence*)

Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendukung implementasi kebijakan utama, khususnya usaha dalam mengharmonisasikan standar dalam agenda *ASEAN Connectivity*. *Legal certainty* atau kepastian hukum di dalam strategi ini sangat krusial, guna mengakomodir kepentingan negara anggota dalam konektivitas ASEAN.

5. Mobilitas masyarakat

Mobilisasi masyarakat dapat menambah besarnya peluang, khususnya untuk masyarakat dalam bertukar informasi, meningkatkan kualitas pendidikan, dan mendorong mobilitas pada mahasiswa

intra-ASEAN. Mobilitas masyarakat dalam jumlah masif, dapat mewujudkan implementasi *people-to-people connectivity*, bahkan diharapkan dapat mempermudah regulasi masyarakat ASEAN dalam melakukan migrasi dan menetap.

MPAC 2025 menambah beberapa objektif yang dianggap memiliki pengaruh penting dalam perkembangan ASEAN pada tahun 2025. Oleh karena itu, MPAC 2025 dianggap lebih komprehensif daripada MPAC 2010, namun tidak meninggalkan substansi dari objektivitas MPAC dalam mewujudkan konektivitas ASEAN.

Dalam MPAC 2025, salah satu bidang strategis yang menjadi fokus untuk mencapai visi dari MPAC 2025 adalah inovasi digital (*digital innovation*). Diperkirakan, pada tahun 2030 teknologi digital ASEAN mencapai US\$625 miliar dollar, yang setara dengan PDB negara anggota ASEAN per tahun. Adapun tujuan strategis dari inovasi tersebut adalah (ASEAN, 2016):

- a. Mendukung penggunaan teknologi digital oleh UMKM.

Gagasan ini selaras dengan rencana dari *ASEAN Coordinating Committee on MSMEs (ACCMSME)* yang memiliki tujuan untuk mempromosikan penggunaan teknologi dan penerapannya dalam usaha atau bisnis. Untuk mewujudkan hal tersebut, ASEAN berupaya untuk memperbanyak platform teknologi UMKM (ASEAN, 2016).

Dalam pengimplementasiannya, hal pertama yang akan dilakukan adalah melakukan survey. Survei ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai situasi terkait dengan pemakaian, hambatan dan tantangan yang dihadapi negara anggota ASEAN terkait dengan teknologi digital dalam mendukung UMKM. Komponen utama yang dilakukan dalam strategi ini adalah memperkuat portal layanan UKM ASEAN yang ada, serta mengembangkan platform teknologi digital dari dalam dan luar ASEAN. Ada beberapa keuntungan yang dihasilkan apabila UMKM mengadopsi secara penuh penggunaan teknologi digital. Beberapa diantaranya adalah akan mencapai peningkatan signifikan dalam produktivitas, efisiensi dan perluasan pasar di wilayah (ASEAN, 2016).

- b. Mendukung terciptanya akses finansial melalui teknologi digital.

Dalam hal ini, ASEAN berupaya untuk mengembangkan kerangka kerja keuangan ASEAN yang bersifat inklusif. Objektivitas dari gagasan ini ialah mendukung terciptanya inklusi finansial melalui pemberian produk maupun layanan keuangan kepada masyarakat luas, termasuk UMKM. Strategi ini sejalan dengan *ASEAN ICT Master Plan 2020* yang berfokus dalam perdagangan digital, khususnya berupaya untuk meningkatkan penggunaan pembayaran elektronik dalam berbisnis. Dalam hal ini, MPAC 2025 bertujuan untuk meningkatkan kerja sama antara berbagai pemangku kepentingan dan memberikan dukungan yang diadopsi oleh *The Working Committee on Financial Inclusion (WC-FINC)* dan *Working Committee on Payment Systems and Settlement (WC-PSS)*. Dalam tugasnya, WC-FINC berfokus dalam menyusun kompetensi dan technical knowledge dalam meningkatkan infrastruktur keuangan digital yang bersifat inklusif dalam tingkat nasional. Selain itu, WC-FINC juga berkolaborasi dengan mitra internasional seperti *World Bank* (ASEAN, 2016).

Dalam mewujudkan inisiatif ini, langkah strategis yang diperlukan adalah dengan mulai mengembangkan kerangka kerja yang mengelaborasi berbagai komponen dari skema keuangan

digital yang inklusif. Komponen dalam kerangka kerja dapat mencakup inisiatif yang mendorong pengembangan infrastruktur yang menjadi tulang punggung (*backbone infrastructure*), seperti biometric, bukti akses pendapatan, catatan digital. Lalu, terciptanya regulasi yang mendukung, seperti transparansi terhadap peserta baru dalam layanan keuangan baru, perlindungan terhadap konsumen dalam layanan keuangan digital. Selanjutnya, kerangka kerja mengenai peningkatan dalam penggunaan, seperti faktur elektronik pemerintah dan pembayaran pajak ataupun program kesejahteraan yang berbasis daring, dan insentif bagi bisnis yang mengadopsi pembayaran elektronik. Komponen-komponen kerangka kerja tersebut digunakan untuk memetakan langkah maupun peraturan di setiap negara anggota ASEAN dan menjadi indikator dalam mengukur kesiapan keuangan digital yang inklusif (ASEAN, 2016).

c. Membangun jaringan *open data* di negara anggota ASEAN

Upaya ASEAN dalam mewujudkan hal tersebut adalah dengan membentuk jaringan *open data* di kawasan Asia Tenggara. Untuk mewujudkan inisiatif ini, langkah strategis yang dilakukan adalah mewujudkan adanya transparansi dan menentukan ruang lingkup dari inisiatif ini. Untuk mencapainya, hal yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan pemetaan kerangka produksi data serta pengembangan dan kesiapan jaringan *open data* di seluruh negara anggota ASEAN. Lalu, dilanjutkan dengan membuat sumber daring yang tersedia untuk umum, yang di dalamnya mencakup kumpulan data spesifik, seperti rangkaian dan kalkulasi metodologi, frekuensi pengumpulan, lembaga yang bertanggung jawab, fokus disiplin, dan platform perangkat lunak (ASEAN, 2016). Inisiatif ini sejalan dengan *ASEAN ICT Master Plan 2020* yang juga mengidentifikasi sejumlah potensi untuk menunjang pengembangan *open data* dan *big data* dari berbagai sumber, termasuk membangun kesadaran dan pendidikan dengan standar yang memadai, penggunaan dan perkembangan dalam sarana dan prasarana teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Adapun langkah-langkah strategis yang diusulkan untuk mewujudkan inisiatif ini adalah membentuk forum diskusi yang ditujukan untuk sektor swasta. Dalam forum tersebut, para aktor yang terlibat, akan membagikan perkembangan dan aktivitas dalam manajemen dan analisa *big-data*; mengembangkan pedoman untuk standarisasi tipe *open data* dan standar *open data* yang dapat dibaca oleh mesin; mendukung pengembangan *open data* melalui *hosting competition*, dimana para pengguna digital dapat berinovasi dan memacu penerapan *open data* milik pemerintah (ASEAN, 2016).

Dengan membangun jaringan *open data* di negara-negara anggota ASEAN, pemerintah domestik dapat mendistribusikan data statistik negaranya masing-masing ke seluruh negara anggota ASEAN. Data statistik tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi daerah yang memiliki potensi tinggi dalam jaringan *open data*, menjadi pedoman bagi negara anggota ASEAN dalam hal aksentuasi upaya ASEAN dalam *open data*. Tolak ukur data dapat dikembangkan dan diselaraskan dengan negara anggota ASEAN (ASEAN, 2016).

d. Menunjang peningkatan manajemen data pada negara anggota ASEAN.

Untuk membangun jaringan *open data* yang memadai, ASEAN harus berupaya untuk membentuk kerangka tata kelola data digital untuk ASEAN. Langkah strategis yang dilakukan dalam inisiatif ini adalah menetapkan sifat keterbukaan (transparansi) dengan merancang

pendekatan dan persyaratan dalam mengelola data. Langkah strategis tersebut dilakukan oleh ASEAN dengan mengacu pada peluang masing-masing negara anggota ASEAN agar nantinya menghasilkan harmonisasi. Harmonisasi tersebut akan nantinya akan berpuncak pada kerangka tata kelola data digital ASEAN (ASEAN, 2016).

3.2.3. ASEAN ICT Masterplan (AIM)

a. AIM 2015

AIM 2015 merupakan kerangka kerja dan sebuah dokumen rencana kerja rinci yang berupaya mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi di wilayah regional, khususnya ASEAN. AIM 2015 diresmikan pada forum pertemuan Menteri Teknologi Informasi dan Telekomunikasi ASEAN ke-10. AIM 2015 memiliki visi yakni “Menuju sebuah ICT yang Memberdayakan dan Transformasional: Membuat ASEAN yang Inklusif, Bersemangat, dan Terintegrasi” (ASEAN, 2015). Dalam pengimplementasiannya, AIM 2015 mengikutsertakan beberapa entitas untuk dapat bekerja sama dalam mengelola keputusan yang telah disepakati bersama. Tujuan strategis AIM 2015 terdiri dari tiga pilar dan tiga landasan. Tiga pilar tersebut terdiri atas: transformasi ekonomi, keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat, dan inovasi. Sedangkan tiga landasan terdiri dari: pengembangan infrastruktur, pengembangan sumber daya manusia, dan menjembatani kesenjangan digital. Masing-masing dari dorongan strategis tersebut memiliki acuan yang berbeda.

ASEAN berupaya untuk menciptakan kawasan Asia Tenggara yang kondusif dan inklusif, khususnya pada sektor ekonomi. Diharapkan dengan terciptanya lingkungan yang kondusif, dapat mendatangkan keuntungan bagi ASEAN, khususnya menarik para investor sehingga ASEAN mampu memajukan ekonomi melalui transformasi ekonomi dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Apabila transformasi ekonomi dapat terwujud, hal tersebut akan berdampak pada masyarakat ASEAN. Keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat akan lebih mudah dijangkau dan dikembangkan sehingga ASEAN dapat memajukan kualitas hidup masyarakat, khususnya melalui teknologi informasi dan komunikasi yang terjangkau dan adil. Hal tersebut akan berdampak pada distribusi teknologi informasi dan komunikasi sehingga dapat mengurangi kesenjangan digital di negara anggota ASEAN, khususnya pada daerah-daerah terpencil.

Selaras dengan terwujudnya keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat, ASEAN dapat mengembangkan sumber daya manusia di kawasan Asia Tenggara sehingga mendorong kreativitas, dan pembaharuan yang dapat mengembangkan perekonomian, khususnya di bidang digital. Salah satu inovasi yang dapat terwujud misalnya terkait *Green ICT*, dimana ASEAN bukan hanya fokus dalam memajukan perekonomian dalam bidang digital, namun juga memperhitungkan dampak ICT terhadap lingkungan, khususnya dalam pengurangan energi, daur ulang dan limbah elektronik.

Berkaitan dengan inovasi dan pemberdayaan masyarakat, teknologi informasi dan komunikasi diharapkan dapat mengembangkan sumber daya manusia yang terampil dan cakap sehingga ekonomi digital dapat mendorong masyarakat ASEAN dalam perekonomian, misalnya UMKM (dalam hal ini e-UMKM). Perwujudan e-UMKM diharapkan mampu membantu pertumbuhan ekonomi di sektor lainnya.

Dalam pengimplementasiannya, negara anggota ASEAN memiliki tingkat perkembangan dan adopsi berbeda mengenai teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, ASEAN akan berfokus

untuk menjembatani berbagai kesenjangan digital untuk menunjang adopsi teknologi informasi dan komunikasi yang lebih komprehensif. Untuk menjembatani kesenjangan digital, negara anggota ASEAN perlu berfokus dalam implementasi serta pengembangan sarana dan prasarana sehingga dapat mendukung penyediaan dan pelayanan di bidang digital untuk seluruh komunitas ASEAN.

Dalam prosesnya, ASEAN melakukan *Mid-term Review* terhadap AIM 2015. Peninjauan yang telah dipublikasi pada tahun 2013 tersebut menampilkan bahwa sebanyak 62% rancangan *action points* AIM 2015 dianggap rampung, sebanyak 24% sedang berlangsung, dan sebanyak 14% berisiko tidak dapat terpenuhi (ASEAN, 2015). Dalam evaluasi AIM 2015, AIM 2015 dianggap 100% rampung, dengan indikator bahwa semua “*Action points*” telah ditangani dengan baik, sedikitnya dengan satu proyek yang telah tuntas (ASEAN, 2015). Adapun tantangan yang muncul dari AIM 2015 adalah biaya masuk pasar yang tinggi, dan kehadiran posisi stakeholder yang mendominasi (ASEAN, 2015).

b. AIM 2020

AIM 2020 memiliki visi yang tidak berbeda jauh dengan AIM 2015. Visi dari AIM 2020, yakni “untuk mendorong ASEAN menjadi ekonomi terdigitalisasi serta aman, berkelanjutan dan transformatif, dan menggerakkan masyarakat ASEAN yang inovatif, inklusif, serta terintegrasi”. Visi dari AIM 2020 akan menghasilkan lima hasil utama yang merefleksikan bagaimana ASEAN akan bertransformasi dan beradaptasi dengan ekonomi digital pada tahun 2020. Adapun lima hasil utama tersebut adalah: (1) Aksesibilitas, inklusifitas, dan ketersediaan ekonomi digital; (2) Penyebaran teknologi informasi dan komunikasi generasi mendatang dalam mendukung pertumbuhan; (3) Pembangunan berkelanjutan melalui teknologi *smart-city*; (4) Terciptanya peluang atas teknologi informasi dan komunikasi terhadap pasar tunggal kawasan; (5) Terjaminnya keamanan pasar digital dan komunitas online.

Berbeda dengan AIM 2015, AIM 2020 menambah beberapa cakupan dalam dorongan strategisnya dengan mempertimbangkan agar AIM 2020 dapat lebih mengakomodasi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Terlebih lagi, AIM 2020 memiliki fokus dalam mewujudkan pasar tunggal digital. AIM 2020 memiliki delapan dorongan strategis yang saling terkait. Dorongan strategis ini menjadi penyokong visi dan hasil utama AIM 2020. Dorongan strategis AIM 2020, yaitu: (1) Perkembangan dan transformasi ekonomi; (2) Integrasi dan pemberdayaan masyarakat lewat teknologi informasi dan komunikasi; (3) Inovasi; (4) Pengembangan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi; (5) Pengembangan sumber daya manusia; (6) Terwujudnya teknologi informasi dan komunikasi di pasar tunggal; (7) Media dan konten baru; dan (8) Keamanan dan jaminan informasi.

3.2.4. Implementasi MPAC 2010 & 2025

Sejak MPAC diadopsi pada 2010, ada beberapa rancangan yang terlaksana. Masa batas waktu dari pelaksanaan rancangan strategi MPAC 2010 adalah pada Mei 2016. Total pelaksanaan tersebut berjumlah 39 kali dengan penjabaran: 18 merupakan inisiatif dari *physical connectivity*; 15 dari *institutional connectivity*; dan 6 dari *people-to people connectivity*. Oleh karena itu, terhitung ada 52 dari total 91 inisiatif dari MPAC 2010 yang belum terlaksana (ASEAN, 2016). Total jumlah inisiatif dihitung dari tenggat waktu MPAC 2010, yakni hingga Mei 2016.

Demi mendukung program konektivitas yang terdapat di MPAC 2010 hingga 2025, AIM telah berperan penting dalam mewujudkan strategi dan tindakan pokok dari ekonomi digital. Seperti

contohnya, kontribusi AIM yang pertama terhadap MPAC, khususnya dalam konektivitas fisik, adalah akselerasi pengembangan infrastruktur dan jasa ICT di setiap negara anggota ASEAN. Proyek-proyek yang terdapat dalam kerangka kerja konektivitas fisik, AIM telah menyelesaikan lima proyek yang meliputi (1) *ASEAN Broadband Corridor*; (2) *ASEAN Cyberkids Camp*; (3) *Submarine Cable Protection*; (4) *In-depth Study on the Harmonisation of Interconnection, Licensing, Competition*; (5) *USO, Free Open Source Software Adoption in Schooling* (ASEAN, 2015).

Kontribusi kedua AIM dalam kerangka kerja konektivitas orang-ke-orang adalah mempromosikan pemahaman sosio-kultural lebih mendalam bagi masyarakat ASEAN serta mendorong kebebasan mobilitas masyarakat dalam ASEAN. Dua strategi yang terdapat di dalam kerangka kerja orang-ke-orang juga telah dijalankan melalui beberapa program yang meliputi (1) *Community e-Classroom*; (2) *Develop a Registry of Experts and Innovators*; (3) *ASEAN ICT Skills Standards Definition and Certifications* (Fase I dan II) (ASEAN, 2015).

Berdasarkan laporan mengenai MPAC 2010, kajian mengenai rancangan pembentukan *ASEAN Broadband Corridor* telah selesai dan mendapat dukungan pada tahun 2013. Kajian tersebut telah memberikan kerangka kerja untuk dapat mengidentifikasi pendorong utama dari peluncuran broadband dan memberikan rekomendasi mengenai inisiatif pemerintah yang dapat mempengaruhi peluncuran broadband. Laporan mengenai proyek *The ASEAN Internet Exchange Network* (AIX), menghasilkan output yang sangat mengesankan AIX menciptakan koneksi dua arah (*peer-to-peer*), antara penyedia Internet Exchange di seluruh negara anggota ASEAN. Selain itu, AIX menjadi acuan bagi operator sektor swasta untuk membangun koneksi dua arah yang lebih banyak dengan mitra-mitra ASEAN lainnya. Saat ini, perencanaan mengenai studi kelayakan dalam pembentukan *ASEAN Single Telecommunications* sedang berjalan (ASEAN, 2016).

Kritik terhadap MPAC adalah berhubungan dengan mobilisasi sumber daya finansial dan bantuan teknis yang diperlukan. Mengingat ketersediaan sumber daya yang ada, ASEAN berupaya untuk memanfaatkan sumber daya tersebut dan berusaha melakukan inovasi terbaru, antara lain adanya inisiasi ASEAN pada pendanaan infrastruktur, kemitraan sektor publik swasta, dan adanya pengembangan pasar keuangan di sektor lokal dan regional.

Selain itu, kritik pada MPAC juga tertuju pada mobilisasi pendanaan - khususnya terkait PPP (*Public-Private Partnership*) - yang tidak sesuai dengan jadwal, karena terhambat masalah investasi. Kritik ini disampaikan kepada ASEAN untuk dapat menyempurnakan lingkungan investasi, agar mampu menarik para pemangku kepentingan untuk ikut berpartisipasi, khususnya dalam pendanaan proyek konektivitas. Kritik lainnya tertuju pada masalah kelembagaan, baik di ASEAN dan negara anggota yang dianggap kurang terstruktur bahkan kurang memadai untuk dapat mengakomodasi implementasi MPAC, misalnya tidak adanya badan sektoral utama yang bertanggung jawab dalam memelopori proyek tertentu. Terakhir, MPAC juga menghadapi permasalahan terkait keterbatasan dan kesenjangan kapabilitas negara anggota ASEAN, baik dalam kelembagaan, finansial, dan lain lain. Hal tersebut menimbulkan tingkat pembangunan yang tidak merata sehingga dianggap semakin menghambat kemajuan MPAC (Teodoro, 2015). Oleh karena itu, ASEAN berusaha mengatasinya dengan menguatkan kerja sama dengan mitra eksternal. Hal tersebut dilakukan dengan mengadakan *Dialogue Partners, multilateral development banks, international organization*, dan implementasi lain yang dianggap lebih efisien dan efektif dalam penerapan MPAC (ASEAN, 2011).

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa MPAC merupakan upaya integrasi konektivitas dalam kawasan Asia Tenggara pada skala makro. Dalam pencapaian upaya konektivitas dalam level yang lebih spesifik, MPAC ditopang oleh *ASEAN Information and Communication Technology Master Plan (AIM)* 2015 dan 2020, khususnya dalam mengembangkan kapabilitas dan integrasi dari teknologi informasi dan komunikasi. AIM juga menjadi upaya ASEAN dalam mewujudkan *single-digital market*.

3.2.5. Fokus Ekonomi Digital dalam MPAC

Ekonomi digital barangkali tidak disebutkan secara eksplisit pada MPAC 2010, namun berdasarkan ketiga strategi konektivitas yang telah dipaparkan pada MPAC 2010, *physical connectivity* cenderung berfokus dalam pengembangan dan pemanfaatan ekonomi digital dalam usaha meningkatkan konektivitas. Kemampuan teknologi informasi dan komunikasi yang dimaksud mencakup jaringan komunikasi, internet, serta perangkat lunak yang mendukung. Menurut pemaparan ASEAN mengenai pengembangan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi, bahwa usaha tersebut merupakan landasan dasar yang dapat menyokong perdagangan, investasi, memperluas pasar dengan adanya pertukaran informasi, menghubungkan masyarakat, dan segala hal yang berhubungan dengan transaksi dan perdagangan (ASEAN, 2011).

Sebaliknya, inovasi digital jelas disebutkan dalam strategi MPAC 2025. Selanjutnya, di dalam MPAC 2025, ASEAN memaparkan sepuluh kecenderungan yang akan memiliki dampak dalam ASEAN Connectivity 2025, salah satunya adalah *deploying disruptive technologies*. Menurut pemaparan ASEAN, teknologi disruptif khususnya *internet big data, cloud technology, the Internet of Things*, dan *Social-Mobile-Analytics Cloud (SMAC)* berpotensi menjadi perhatian ASEAN, khususnya pada tahun 2030 yang akan menghasilkan efisiensi, dan juga hadirnya inovasi dalam produk dan jasa (ASEAN Community, 2015).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dihadapi oleh banyak tantangan salah satunya adalah adanya tingkat kesenjangan digital, yakni kemampuan akan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi yang kurang memadai. Hal tersebut dapat menciptakan koordinasi yang kurang memadai, terutama untuk mengembangkan dan sinkronisasi regulasi mengenai teknologi informasi dan komunikasi bagi negara-negara Asia Tenggara (ASEAN, 2011). Peran pemerintah, dalam hal ini, sangatlah penting untuk mengembangkan kemampuan teknologi informasi dan komunikasi.

3.2.6. Dinamika Kemitraan ASEAN-UE

UE telah melaksanakan sejumlah proyek di negara-negara anggota ASEAN sejak tahun 2007. Pada saat itu alokasi pendanaan yang diberikan untuk kawasan ini adalah berkisar € 60-70 juta. Angka tersebut bertambah lebih dari dua kali lipat untuk periode selanjutnya di tahun 2014-2020 (US\$ 170 miliar). Selain itu, UE juga mengucurkan dana lebih dari € 3 miliar untuk mengurangi angka kemiskinan dan mengatasi celah ketimpangan pendapatan yang rendah di antara negara-negara anggota ASEAN (EEAS, 2016).

Pada periode 2014-2020 tersebut kerjasama EU-ASEAN difokuskan pada tiga sektor. Sektor pertama yaitu terkait konektivitas. Sektor kedua terkait dengan pengelolaan lingkungan. Sektor terakhir berfokus pada memfasilitasi dialog. Berikut sajian detail terdapat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Kerja Sama UE - ASEAN yang disepakati pada 21st EU - ASEAN JCC Meeting untuk Periode 2014-2020

No.	Nama Sektor	Tujuan	Jumlah Alokasi
1.	<i>Connectivity: sustainable and inclusive economic integration</i>	Meningkatkan konektivitas antar negara anggota ASEAN yang berkelanjutan, dengan perdagangan dan integrasi ekonomi yang inklusif.	€ 85 juta (50%)
2.	<i>Climate change, environment and disaster management</i>	Pemanfaatan lahan gambut secara berkelanjutan dan mengurangi masalah yang disebabkan oleh kabut asap.	€ 60 juta (37,5%)
3	<i>Comprehensive Dialogue Facility</i>	Peningkatan fasilitas dialog perumusan kebijakan secara komprehensif.	€ 25 juta (12,5%)

Sumber: <https://eeas.europa.eu/>

Sejak tahun 2018 UE memperkuat konektivitas dengan ASEAN melalui pembangunan jaringan, dialog dan pertukaran. Untuk program kerja sama dialog telah dialokasikan anggaran sebesar € 20 juta dengan jangka waktu pelaksanaan sejak 2018 hingga 2023. Instrumen dialog ini dirancang untuk memperkuat konektivitas perdagangan, transportasi, energi, dan lingkungan. Selain itu, isu seputar hak asasi manusia, migrasi, dan lainnya juga ikut dibahas. UE juga mendukung konektivitas ekonomi yang memfasilitasi perdagangan dan pencapaian pada sejumlah standarisasi perdagangan global yang dibutuhkan ASEAN. Melalui program ‘Dukungan Integrasi Regional ASEAN’, UE mengupayakan ASEAN dapat mewujudkan konektivitas dalam aspek standarisasi, bea cukai, transportasi, dan hak kekayaan intelektual. UE juga memberikan pendampingan terhadap pembangunan sistem monitoring dan statistik yang dapat membantu menjalankan perekonomian dengan kalkulasi yang lebih valid untuk mendapatkan keuntungan seoptimal mungkin dan kerugian seminimal mungkin, termasuk memperhitungkan potensi resiko yang harus dihadapi. Dukungan finansial untuk hal-hal tersebut mencapai angka € 40 juta dengan periode pelaksanaan tahun 2017 hingga 2022. UE juga membangun hubungan bilateral dengan negara-negara di ASEAN sebagai tahapan untuk membangun kesepakatan antar kawasan. Sejauh ini UE telah membangun kerjasama perdagangan bebas dengan Singapura dan Vietnam. Sementara dengan negara anggota ASEAN lainnya masih dalam proses negosiasi.

Salah satu kesepakatan yang telah tercapai adalah *EU-ASEAN Comprehensive Air Transport Agreement*. Ia menjadi kesepakatan pertama dalam lingkup kawasan yang meliputi pengelolaan lalu lintas udara, keselamatan, dan keamanannya. Di sektor lingkungan, EU mendukung investasi infrastruktur yang berkomitmen pada pelestarian lingkungan dan upaya meminimalkan efek rumah kaca. Melalui

program *ASEAN Catalytic Green Finance Facility*, EU juga mendukung terciptanya energi yang lebih bersih dan ketahanan sistem pengairan. Program tersebut baru dimulai pada tahun 2020 ini dengan alokasi pendanaan sebesar € 50 juta. Komitmen UE dalam pengembangan sumber daya manusia di ASEAN diwujudkan dengan menjadi inisiator perdana bagi kerja sama dibidang pendidikan tinggi antar kawasan. Bidang ini meliputi aspek penelitian, inovasi, serta sosial budaya. Terdapat kurang lebih € 10 juta yang digelontorkan untuk program yang berjalan sejak tahun 2015 hingga 2020 ini. Sejauh ini, UE telah memberikan 500 beasiswa bagi pelajar ASEAN di 42 universitas, termasuk 10 yang berada di Eropa. Melalui program ERASMUS+, terdapat kurang lebih 5500 pelajar ASEAN dan staf akademik yang mendapat kesempatan mengembangkan potensi diri mereka ke Eropa. ASEAN juga telah menerima kurang lebih 3000 pelajar dari Eropa serta staf akademik untuk memahami kawasan ini lebih baik. UE berkomitmen membangun institusi yang lebih kuat dan kemitraan yang lebih strategis dengan ASEAN (Paul Forster TV, 2020).

Kerja sama yang diinisiasi oleh *European Economic Community* (EEC) pada 1972 masih bersifat informal dan terbatas pada dialog, telah berubah menjadi lebih terinstitusionalisasi melalui berbagai macam instrumen kerja sama dan perjanjian. Semakin eratnya hubungan keduanya yang secara perlahan dibangun selama 40 tahun, ditandai dengan pembentukan hubungan dialog ini dikukuhkan secara formal dengan mendirikan Misi Diplomatik UE untuk ASEAN dengan penunjukkan duta besar resmi UE untuk ASEAN pada tahun 2015.

Kemitraan antara ASEAN dan UE sejauh ini dapat dikategorisasikan dalam dua ruang lingkup. Pertama adalah ekonomi dan perdagangan. Tidak sedikit pendanaan yang dikeluarkan oleh UE untuk mendukung integrasi kawasan ini. Hal ini menjadikan UE sebagai mitra perdagangan kedua terbesar bagi ASEAN setelah Tiongkok. Alokasi pendanaan yang bertambah dari tahun ke tahun menunjukkan UE sangat memperhatikan pertumbuhan kawasan ini. Potensi pertumbuhan itu diamati dari aspek pasar yang terus tumbuh dan potensi ekspor yang berkembang. Namun UE masih ingin memastikan investasinya di kawasan ini tidak gagal dengan semakin mengikat negara-negara anggotanya dalam kerja sama bilateral (EEAS, 2016). UE juga mendukung pembentukan komunitas ASEAN. Hal tersebut diwujudkan dengan memberikan pendampingan teknis, pembangunan kapasitas, serta pembelajaran dari praktek-praktek keberhasilan dalam menciptakan pasar internal kawasan. EU mendukung sejumlah institusi ASEAN yang menjadi instrumen penciptaan integrasi kawasan (EEAS, 2016).

Kerja sama kedua berada di bidang dialog politik dan kerja sama keamanan. Dialog yang telah terjalin selama lebih dari 40 tahun ditandai dengan institusionalisasi kerja sama sebagaimana dialog kebijakan mengenai hak asasi manusia juga pertama kali diselenggarakan di tahun 2015 (EEAS, 2016). Selain itu, UE juga turut aktif dalam kerja sama keamanan dengan menjadi pendiri dan anggota aktif pada *ASEAN Regional Forum* (ARF). Disini penanganan terhadap sejumlah isu keamanan non-tradisional dilaksanakan bersama. Dialog tingkat tinggi dalam kerja sama maritim berhasil diinisiasi pada 2013. Program migrasi dan pengelolaan perbatasan mulai dijalankan sejak 2015, dan di tahun 2016 untuk pertama kalinya UE berpartisipasi dalam latihan angkatan laut multinasional (EEAS, 2016).

UE telah mengkalkulasi sejumlah potensi strategis yang akan diperoleh ketika ia berhasil membangun kerja sama strategis dengan ASEAN. Dengan jumlah populasi di negara ASEAN dan Uni Eropa yang mencapai kurang lebih satu miliar, konektivitas *people to people* akan mendatangkan efek domino yang signifikan bagi sektor ekonomi khususnya perdagangan dan investasi. Terdapat lebih dari

€ 240 miliar dapat dihasilkan dari perdagangan dan lebih dari € 330 miliar dapat dihasilkan dari investasi UE di kawasan Asia Tenggara ini (Paul Forster TV, 2020).

UE secara spesifik melihat konektivitas dengan ASEAN penting dalam menghadapi sejumlah isu yang terdapat dalam kerangka *Sustainable Development Goals* (SDGs). Konektivitas tersebut harapannya dapat sesuai dengan prinsip konektivitas UE yang berkelanjutan (*sustainable*), komprehensif (*comprehensive*), dan berdasarkan aturan yang jelas (*rules-based*). Pada prinsip berkelanjutan, UE menekankan pada keberlanjutan pengelolaan lingkungan, ekonomi, dan sosial. Prinsip komprehensif meliputi sektor transportasi, energi, digital, dan manusia. Sementara prinsip *rules-based* memprioritaskan pada adanya sejumlah regulasi yang jelas, standarisasi yang mendukung, serta komitmen untuk melaksanakan berbagai konvensi yang telah disepakati bersama (Paul Forster TV, 2020).

Meskipun dalam kerangka konektivitas UE-Asia pilar ekonomi digital tidak disebutkan secara spesifik, tetapi pilar digital UE memiliki keterkaitan erat terhadap fokus UE sebagai aktor global dalam sektor ekonomi digital. Dalam penelitian ini, pilar digital menjadi salah satu fokus awal berpikir dimana pilar ini berkaitan erat dengan apa yang sedang berkembang dalam globalisasi kontemporer, yaitu penguatan ekonomi berbasis digital. Secara internal, UE melihat sektor ekonomi digital menjadi aspek potensial dalam memperkuat perekonomian, terlebih dengan dukungan teknologi digital. Di sisi lain, secara eksternal, melalui strategi digitalnya UE telah cukup jelas menyampaikan komitmennya untuk menjadi panutan global dalam sektor ekonomi digital (European Union, 2020) dengan mendukung negara dengan ekonomi berkembang untuk menjadi lebih digital dan menciptakan standarisasi digital. Ketika berbicara tentang standarisasi, hal ini merupakan karakter identik UE yang kerap kali menciptakan standar berlandaskan prinsip normatif dalam hubungan eksternal. Melihat konektivitas yang telah dirajut oleh UE dengan negara-negara Asia dan ASEAN di mana institusi regional ini juga telah memiliki kerangka tersendiri dalam MPAC, bagian ini akan menjelaskan kerja sama sektor ekonomi digital yang telah dirajut oleh aktor-aktor tersebut.

3.2.7. Prospek Kerja Sama Strategis UE - ASEAN dalam mewujudkan MPAC

ASEAN dan *European Union* (EU) telah melakukan diskusi mengenai konektivitas dan kerja sama digital EU-ASEAN pada Oktober 2019 yang dilaksanakan di Vientiane. Dalam upaya meningkatkan konektivitas antara EU-ASEAN, EU memberikan wadah yang dinamakan *The Enhanced Regional EU-ASEAN Dialogue Instrument* (E-READI). Objektivitas dari E-READI adalah untuk mendukung integrasi ASEAN dalam mengurangi kemiskinan melalui pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, E-READI juga mendukung implementasi dari cetak biru ASEAN Community. Bukan hanya itu, forum dialog ini juga membahas tentang hak asasi manusia, kerja sama maritim, perdamaian dan rekonsiliasi, teknologi dan sains, teknologi informasi dan komunikasi, energi, kehutanan, perubahan iklim, lingkungan, perdagangan, edukasi, dan lain lain. (EU, 2019). EU-ASEAN juga berusaha untuk bertukar pandangan mengenai ekonomi digital. Hal ini dapat dilihat dari EU-ASEAN digital cooperation meeting pada Desember 2019 dimana EU-ASEAN bertukar pengalaman mengenai pembuatan kebijakan, khususnya dalam sektor ekonomi digital (EU, 2019).

Sebagaimana diketahui, ASEAN sedang mempersiapkan kapasitas dan kapabilitas ekonomi digitalnya melalui ASEAN ICT Masterplan 2015 dan 2020. Peluang ini ternyata sudah mulai direspon oleh kelompok advokasi digital *EU-ASEAN Business Council* (EU-ABC) dengan mengeluarkan *position paper*. *Position paper* itu berisi sejumlah masukan antara lain teknologi digital yang menawarkan peluang

sekaligus tantangan bagi perusahaan asuransi, pelanggan dan regulator. Peluang yang dimaksud adalah keuntungan yang dapat diperoleh seluruh pemangku kepentingan karena mengurangi biaya, mempercepat kesuksesan bisnis, meningkatkan layanan dan pengalaman bagi pelanggan. Efisiensi dapat meningkat dan berdampak juga pada optimalisasi perlindungan finansial dan memperdalam inklusi keuangan. Kelompok advokasi bisnis ini kemudian menawarkan kerja sama dengan pemerintah dan regulator ASEAN untuk mendorong inovasi tersebut. Mereka dapat membantu dalam memperbarui regulasi menyesuaikan dengan kebaruan teknologi yang akan dibangun, meningkatkan kerja sama antar regulator di ASEAN, serta mempromosikan aliran informasi yang lintas batas (EU-ASEAN Business Council, 2018). Di tahun 2019, *position paper* kedua diluncurkan dengan masukan yang lebih spesifik. Rekomendasi yang diberikan mengarah pada aliran data yang sebebaskan mungkin. Pengembangan infrastruktur digital yang lebih cepat. Pembukaan untuk investasi asing perlu ditingkatkan. Standar pendekatan umum untuk *e-commerce* perlu disusun. Era digital juga menuntut adanya peningkatan dalam pendidikan untuk melengkapi kemampuan sumber daya manusia di Asia Tenggara yang akan saling bertemu dan terkoneksi baik secara fisik maupun di dunia maya (EU-ASEAN Business Council, 2019).

Jika kelompok advokasi bisnis melihat peluang dari peningkatan kapasitas regulator, maka Lallana merekomendasikan adopsi sejumlah ukuran untuk mempromosikan perdagangan elektronik yang lintas batas milik UNCTAD. Ukuran-ukuran tersebut diantaranya (Lallana, 2016):

1. Menyelaraskan hukum transaksi elektronik;
2. Merampingkan / menyelaraskan kebijakan perlindungan konsumen;
3. Merampingkan / menyelaraskan kebijakan perlindungan data dan kejahatan dunia maya;
4. Memperkuat kapasitas pembuat hukum dan peradilan dalam hukum siber;
5. Meningkatkan kesadaran konsumen dan perusahaan.

Ia mengingatkan untuk tidak melihat ICT sebagai bagian dari infrastruktur fisik semata, melainkan juga sebagai komponen institusional yang secara signifikan berkontribusi maupun terkait dengan konektivitas *people-to-people* (Lallana, 2016).

Negara-negara kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Brunei Darussalam, dan Malaysia merupakan negara-negara dengan perkembangan ICT tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Singapura, Brunei, dan Malaysia menjadi negara yang terhubung secara digital di ASEAN dengan memanfaatkan platform nasional dalam digitalisasi, meningkatkan terciptanya ekosistem *startup* dan inovasi, mendorong bisnis lokal berbasis elektronik untuk dapat bersaing ke pasar internasional, dan implementasi platform analisa data. Ketiga negara ini sedang berupaya untuk mempertahankan dan mengembangkan inisiatif ini. Sedangkan negara seperti Thailand, Filipina, Vietnam, dan Indonesia semakin berkembang dalam meningkatkan sektor ICT dengan berusaha membuat sejumlah kebijakan, kerangka kerja, dan membangun infrastruktur yang mampu mengakomodasi potensi digital di berbagai sektor industri. Negara lainnya, seperti Kamboja, Myanmar dan Laos masih memiliki kapabilitas ICT di tahap awal. Dapat dilihat dari permasalahan yang belum dapat ditangani dengan baik seperti kebijakan dan program yang belum memadai terkait ICT, kurangnya infrastruktur dan dukungan pemerintah, *transfer technology*, jaminan kualitas terkait ICT, kerangka hukum terkait ICT, standarisasi ICT, dan realisasi usaha dagang berbasis digital (Haborados & Mia, 2020).

Bab 4

Perkembangan Ekonomi Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi Indonesia

Revolusi industri 4.0 ditandai oleh pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Berbeda dengan ketiga revolusi industri yang berlangsung sebelumnya, revolusi industri 4.0 lebih mengarah pada terhubungnya mesin-mesin industri yang dapat bekerja bersamaan dalam waktu yang sama melalui proses digitalisasi dengan internet sebagai instrumen utama. Pada gilirannya, praktik digitalisasi yang terus berlangsung dalam revolusi industri 4.0 tentunya tidak hanya sebatas penggunaan teknologi komputer dan internet untuk berkomunikasi. Lebih dari itu, digitalisasi juga merambah berbagai bidang kehidupan, salah satunya ekonomi. Dalam bidang tersebut, praktik digitalisasi tampak dari pemberdayaan internet sebagai basis data yang dipakai untuk memetakan berbagai perubahan pasar yang tengah terjadi, maupun untuk menerapkan *cyber physical system* (CPS) dalam perindustrian. CPS sendiri sering dipahami sebagai perubahan sistem kerja dalam industri, dari sistem manual menuju sistem sibernetik melalui kombinasi penggunaan komputer, internet, integrasi sistem, dan kecerdasan buatan untuk menjalankan fase-fase produksi dan proses industri secara menyeluruh (Lee et al, 2015).

Penggunaan CPS pada perkembangannya berdampak pada otomatisasi proses produksi yang berdampak pada efisiensi biaya sebagai konsekuensi dari penggunaan tenaga kerja yang lebih sedikit dan kemampuan memproduksi produk yang sesuai dengan permintaan konsumen tanpa harus ditentukan oleh skala produksi tertentu (Brettel, 2014). Dengan adanya efisiensi biaya dan prospek keuntungan berlipat yang didapat, seiring waktu berbagai perusahaan, baik skala kecil maupun besar mulai mempraktikkan CPS. Di negara-negara maju seperti Eropa dan Jepang, praktik CPS merupakan suatu keuntungan besar, mengingat semakin menuanya populasi tenaga kerja di negara-negara tersebut, yang tentunya membutuhkan bantuan teknologi untuk mempertahankan produktivitas industri. Sementara itu, di negara-negara berkembang, penggunaan CPS meninggalkan problem berupa penurunan jumlah tenaga kerja yang berdampak langsung pada semakin tingginya angka pengangguran.

Sebagai upaya memperoleh keuntungan dan mengantisipasi dampak negatif dari digitalisasi ekonomi, beberapa negara saling menjalin kemitraan dalam bentuk konektivitas. Salah satunya ialah konektivitas UE dan Asia yang pada salah satu pilarnya berfokus dalam bidang digital dengan proyeksi peningkatan akses layanan digital, dengan tetap menjaga tingkat perlindungan data konsumen dan pribadi. Dalam kerangka konektivitas EU-Asia, beberapa negara Asia seperti Tiongkok, India, Jepang, Korea Selatan, dan Vietnam telah menjalin kesepakatan dengan UE. Seperti halnya negara-negara Asia lainnya, Indonesia tentunya tidak luput dari kemungkinan untuk menjalin kemitraan dengan UE. Berangkat dari paparan singkat diatas, pembahasan pada bagian ini akan berfokus pada peluang, tantangan, dan strategi yang harus diterapkan oleh Indonesia dalam menjalin kemitraan dengan Uni Eropa.

4.1. Peluang

Dalam rangka menyambut kemungkinan kemitraan dengan UE, Indonesia tentunya memiliki beberapa potensi yang dapat menjadi keuntungan jika dapat dimanfaatkan dengan baik. Secara ringkas potensi tersebut meliputi kesiapan pemerintah Indonesia, besarnya jumlah pengguna internet, tingginya tingkat belanja daring, dan pesatnya peningkatan *fintech*. Berkaitan dengan potensi pertama, kesiapan pemerintah Indonesia tampak dari bagaimana pemerintah Indonesia merespon

perkembangan digital dengan membangun rancangan industri yang diharapkan mampu menanggapi revolusi industri 4.0. Rancangan pembangunan industri ke depan dilakukan melalui pembenahan teknologi dan pengaplikasian *Artificial Intelligence* (AI) ke dalam proses produksi dan distribusi pada seluruh sektor industri. Rencana pengembangan nasional secara rinci tertuang dalam butir-butir Rencana Pengembangan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015 yang disusun oleh Kementerian Perindustrian.

Dalam RIPIN tercantum persiapan alih teknologi yang dirancang dari tahun 2015 hingga tahun 2035. Pada empat tahun pertama, terdapat lima sektor industri yang diutamakan untuk menghadapi era digital yaitu sektor industri makanan dan minuman, otomotif, elektronik, tekstil, dan kimia dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2015. Bahkan investor yang berteknologi tinggi mendapat insentif. Pada industri tekstil, penerapan teknologi dilakukan dalam seluruh fase produksi, mulai dari penyediaan bahan baku hingga pasar. Transformasi yang ditargetkan pemerintah bukan hanya pada industri besar, melainkan juga pada industri kecil yang menggunakan teknologi. Guna mewujudkan cita-cita tersebut, melalui Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian pasal 14, pemerintah mengembangkan program-program revolusi industri 4.0 ke wilayah-wilayah di Indonesia sesuai peruntukan pembangunannya, yaitu pengembangan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI), pengembangan Kawasan Peruntukan Industri, pembangunan Kawasan Industri dan pengembangan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah. Disamping pengembangan infrastruktur melalui penerapan IT dan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang teknologi, pemerintah juga mengembangkan kerja sama internasional yang bertujuan untuk alih teknologi.

Selain industri menengah dan besar, gerakan digitalisasi juga marak pada industri kecil, baik yang dilakukan oleh gerakan masyarakat, swasta, maupun pemerintah. Gerakan digital yang paling marak saat ini adalah *startup* bisnis. Bisnis *startup* yang berkembang di Indonesia mengarah pada bisnis dengan basis internet, *website*, dan teknologi. Hingga tahun 2016 terdapat 2000 *startup* lokal Indonesia, yang tumbuh karena terinspirasi dari startup yang sebelumnya (Penggagas, 2016). Peningkatan antusiasme bisnis daring kemudian direspons oleh pemerintah dengan menetapkan Visi Indonesia Digital 2020 yang diikuti oleh penetapan paket kebijakan peta jalan *e-commerce* di tahun 2016, dan diperkuat oleh penerbitan Perpres Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik. Kebijakan yang ditetapkan pemerintah tersebut lebih diarahkan untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang efisien, sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi perdagangan Indonesia ke pasar yang lebih luas. Kebijakan ini diarahkan untuk meningkatkan kreatifitas anak muda yang dapat berinovasi dan menghasilkan penemuan dalam menunjang kegiatan ekonomi dengan pemanfaatan *e-commerce*.

Serangkaian kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia ini setidaknya dapat dilihat sebagai suatu hal yang positif, dalam artian Indonesia setidaknya memiliki rencana dan kesiapan dalam menyikapi semakin pesatnya digitalisasi ekonomi. Berbagai langkah yang dilakukan pemerintah Indonesia tentunya tidak dapat dilepaskan dari prospek positif yang akan didapatkan oleh Indonesia seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi digital. Hal ini dapat dilihat dari laporan *World Economic Forum* tahun 2015 yang menyebutkan bahwa ekonomi digital adalah kunci pertumbuhan bagi Indonesia. Dalam laporannya WEF juga menyebutkan bahwa pada tahun yang sama Indonesia mempunyai jumlah transaksi sebesar US\$ 24 triliun dari aktivitas *e-commerce*.

Besarnya potensi Indonesia dalam memperoleh keuntungan melalui ekonomi digital semakin diperkuat oleh banyaknya masyarakat Indonesia yang mengakses internet yang merupakan potensi lain dari Indonesia. Berdasarkan Laporan Survei Internet APJII 2019-2020, seperti tercantum dalam [Tabel 4.1](#) dibawah, sejak tahun 2017-2019 terdapat peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Tercatat, tahun 2017 terdapat 143,26 juta pengguna internet, di mana angka tersebut kemudian meningkat menjadi 171,1 juta pada 2018, dan 196, 71 juta pada 2019.

Tabel 4.1. Pengguna Internet di Indonesia 2017-2020

Tahun	Pengguna Internet (dalam jiwa)	Penetrasi Pengguna Internet	Total Populasi Penduduk
2017	143,26 juta	54,8%	262 juta
2018	171,1 juta	64,8%	264,16 juta
2019	196, 71 juta	73,7%	266,91 juta

Sumber: Laporan Survei Internet APJII 2019-2020

Selain peningkatan dalam jumlah pengguna, dari tabel 4.1 juga dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan angka jumlah pertumbuhan pengguna internet setiap tahun. Angka tersebut diperoleh melalui selisih jumlah pengguna internet dari tahun terbaru dengan tahun sebelumnya. Dengan melihat pertumbuhan pengguna internet didapatkan data dimana tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 11,2 juta jiwa dari tahun sebelumnya. Pada dua tahun setelahnya, kembali terdapat peningkatan sebesar 12 juta jiwa pada 2019, dan 12,4 juta pada 2020. Dengan jumlah pengguna yang besar dan jaringan yang tersedia, potensi bisnis digital tentunya tidak hanya berkembang di kota-kota besar, tetapi juga di berbagai wilayah terpencil yang terhubung dengan internet.

Seiring dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet, Indonesia juga mempunyai potensi berupa tingginya perkembangan toko-toko daring yang menawarkan berbagai barang dan jasa dengan tawaran promosi diskon besar-besaran. Tentunya keberadaan berbagai toko daring yang terus mengalami peningkatan tidak dapat dilepaskan dari perilaku konsumtif puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia. Jika dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara, berdasarkan data Bain & Company seperti terlihat pada [Tabel 4.2](#), pembelanjaan daring di Indonesia pada tahun 2018 mencapai US\$ 13.1 miliar. Jumlah ini jauh lebih besar dari Thailand dan Vietnam yang masing-masing hanya mendapatkan US\$ 4,4 miliar dan US\$ 3,7 miliar. Dari [Tabel 4.2](#) juga tampak proyeksi pendapatan bisnis daring di negara-negara Asia Tenggara tahun 2025, dimana Indonesia diprediksi mendapatkan US\$ 48,3 miliar, jauh meninggalkan Vietnam dan Thailand dengan US\$ 24,4 miliar dan US\$ 21,4 miliar.

Tabel 4.2. Pendapatan Bisnis Daring di Asia Tenggara Tahun 2018 (dalam US\$ Miliar)

Negara	Tahun	
	2018	2025 (prediksi)
Vietnam	3,7	24,4
Thailand	4,4	21,4
Indonesia	13,1	48,3
Filipina	2,5	9,3
Malaysia	3,4	9,1
Singapura	3,5	7,7

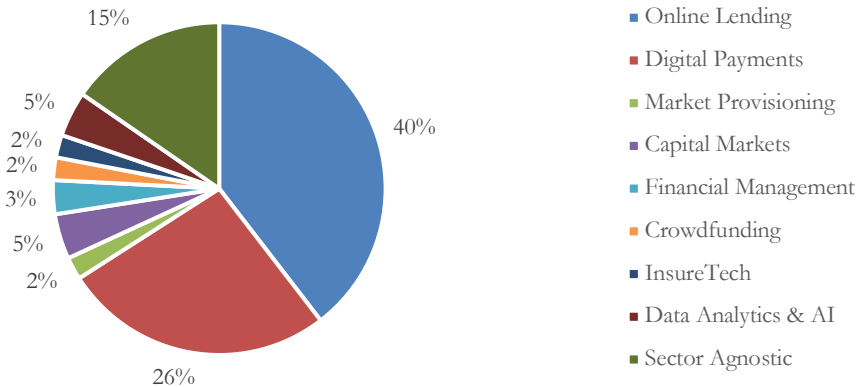
Sumber: Bain & Company databoks [Katadata.co.id](https://katadata.co.id) 2020

Selain tiga potensi yang telah disebut sebelumnya, potensi lain yang dimiliki Indonesia adalah keberadaan perusahaan *fintech* di Indonesia yang semakin berkembang. Kehadiran layanan keuangan berbasis teknologi *fintech* di Indonesia tentunya juga menambah potensi peningkatan ekonomi digital. Pesatnya pertumbuhan *fintech* sebagai layanan keuangan yang inklusif, dengan lebih murah, cepat dan mudah merupakan inovasi yang mampu menjangkau segmen masyarakat yang masih berada di luar bank konvensional. Berdasarkan data dari OJK, 67,8% masyarakat Indonesia telah menggunakan produk keuangan dan ada sekitar 32,2% belum menggunakan produk keuangan.

Kehadiran *fintech* ini disambut baik oleh pemerintah dengan mengeluarkan peraturan pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/ POJK.01/2016 tentang layanan pinjaman uang berbasis teknologi informasi dan peraturan Nomor 31/POJK.05/2016 tentang usaha pegadaian yang kemudian disambut baik oleh Bank Indonesia melalui peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/BPI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran yang dibuat untuk mendukung *fintech* dan *e-commerce* serta melalui pendirian *BI Fintech Office* (BIFTO) sebagai upaya untuk menjaga *level of playing field* dengan harapan hubungan para pelaku *fintech* dengan otoritas terkait akan semakin erat dan menciptakan industri *fintech* yang sehat. Regulasi tersebut membuktikan bahwa Pemerintah Indonesia sudah mampu menangkap peluang dengan kemajuan ekonomi digital di Indonesia (Kennedy, 2017).

Jenis *startup fintech* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat dari berbagai sektor, berdasarkan peraturan bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, *fintech* dikategorikan menjadi lima jenis sistem pembayaran, yaitu: (1) pendukung pasar; (2) manajemen investasi, dan manajemen risiko; (3) pembiayaan (*crowdfunding*); (4) pinjaman (*lending*); dan (5) penyertaan modal, serta jasa finansial lainnya. Berikut sebaran data mengenai perkembangan *startup fintech* yang ada di Indonesia sampai dengan tahun 2018.

Grafik 4.1: Perkembangan *Startup Fintech* di Indonesia



Sumber: Fintech Industry Insights: Annual Member Survey 2018

Sejauh ini pesatnya pertumbuhan *startup fintech* masih didominasi oleh *fintech* pembayaran dan *fintech* pendanaan seperti *peer to peer lending* (P2PL). Menurut data dari Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH), telah ada 61 pemain yang tergabung dalam *fintech* pembayaran dengan peningkatan transaksi *e-money* sebesar 15% dengan total transaksi Rp 47,1 triliun dan peningkatan volume *e-money* sebesar 7% dengan total transaksi Rp 2,9 miliar. Pertumbuhan tersebut juga terlihat pada jumlah instrumen yang beredar 209 juta dan pembayaran yang sudah diterima oleh 500.000 *merchant* terhitung Juni 2018 sampai Juli 2019. Sedangkan pada *fintech* pendanaan sudah ada 99 pemain dengan jumlah pinjaman yang sudah disalurkan sebesar 97,6% dengan nilai transaksi sebesar Rp 44,98 triliun yang terdiri dari jumlah pemberi pinjaman sebesar 272,458 sedangkan jumlah peminjam sebesar 6,9 juta, besaran kenaikan tersebut sejumlah 59,23% terhitung dari bulan Maret 2018-juni 2019 meskipun masih didominasi oleh wilayah Jawa sebesar 77% dan luar Jawa 23% (Statistik Fintech OJK, 2018).

Besarnya kebutuhan dana di Indonesia menjadikan platform *fintech* P2PL memiliki perkembangan yang sangat pesat dibandingkan dengan platform lainnya, karena platform tersebut menawarkan pinjaman modal atau pembiayaan secara daring yang dapat diakses oleh perseorangan maupun pelaku bisnis lainnya terutama UMKM. Tak dapat dipungkiri bahwa UMKM menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia dimana UMKM menyumbang 90% dengan tenaga kerja yang mencapai 56,54 juta pada tahun 2017. Namun demikian, total pembiayaan nasional untuk UMKM sebesar Rp 1.649 triliun sedangkan kapasitas perbankan hanya Rp 660 triliun. Dari data tersebut, terdapat sekitar 60 juta pelaku UMKM dimana jumlah pelaku UMKM yang telah terkoneksi dengan bank adalah sekitar 49 juta sedangkan 11 juta pelaku UMKM lainnya belum terkoneksi bank. Dari data tersebut ternyata masih terdapat ketimpangan pembiayaan yang begitu besar yaitu sekitar Rp 989 triliun. Disinilah peran *fintech* dapat menjadi solusi bagi pengembangan usaha UMKM, untuk terus mengedukasi masyarakat terhadap akses layanan keuangan, dengan semakin tingginya kebutuhan dana oleh masyarakat yang belum tersentuh layanan finansial (Rizal et al, 2018).

Saat ini kontribusi ekonomi digital di Asia Tenggara dapat dilihat dari beberapa sektor antara lain perjalanan daring (*online travel*), media daring (*online media*), transportasi daring (*ride bailing*), e-dagang (*e-commerce*), dan layanan keuangan digital (*digital financial services*) yang jumlahnya sudah mencapai US\$

100 miliar. Indonesia berada pada tingkatan yang paling tinggi kontribusi ekonomi digitalnya dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara – meskipun dalam sektor layanan keuangan, Indonesia berada di bawah Singapura yang total transaksi layanan keuangannya mencapai US\$ 40 miliar, atau setara dengan Rp 560 triliun. Angka ini tumbuh lima kali lipat dibandingkan tahun 2015 yang hanya mencapai US\$ 8 miliar (e-Conomy SEA, 2019). Adapun Tabel 4.3 perbandingannya sebagai berikut perkembangannya sebagai berikut:

Tabel 4.3. Peningkatan Kontribusi Ekonomi Digital Asia Tenggara

Negara Asia Tenggara	<i>e-Commerce</i>	<i>Travel Online</i>	<i>Media Online</i>	<i>Transportasi Online</i>	<i>Digital Financial Services*)</i>
Indonesia	20,9	10,2	3,5	5,7	20%
Malaysia	3,3	4,8	1,8	0,9	15%
Singapura	1,9	6,1	1,5	2,9	39%
Vietnam	4,6	4,1	2,8	1,1	6%
Thailand	5	7,2	3	1,3	10%
Philipina	2,5	2,1	1,7	0,8	9%

Sumber: e-Conomy SEA 2019 (dalam miliar dollar AS)

*) Layanan keuangan digital di Asia Tenggara mencapai US\$ 11 miliar pada tahun 2019 dikurangi Myanmar 1% dari sektor pinjaman hingga manajemen aset berdasarkan data dari [bloomberg.com](https://www.bloomberg.com).

Potensi-potensi yang dimiliki Indonesia juga telah diidentifikasi dan didukung oleh kebijakan pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) agar dapat mendorong percepatan transformasi digital. Kebijakan-kebijakan adalah sebagai berikut:

1. Penyelesaian pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan informatika yang merata dan berkualitas melalui; (a) Pemerataan infrastruktur telekomunikasi dan informatika yang berkualitas dilakukan dengan cara membangun jaringan *backbone* serat optik nasional sepanjang 348.442 kilometer yang terbentang di daratan dan lautan Nusantara, dimana 12.148 kilometer diantaranya merupakan jaringan Palapa Ring yang dibangun oleh BLU BAKTI Kementerian Kominfo dan 336.294 kilometer dibangun oleh operator telekomunikasi di Indonesia; (b) *Middle-mile*, pembangunan infrastruktur melalui pembangunan jaringan *fiber-link*, *microwave-link*, dan satelit. Tahun 2023, Indonesia akan meluncurkan satelit multifungsi atau *high-throughput satellite* (HTS) SATRIA untuk melengkapi lima satelit nasional dan empat satelit asing yang digunakan sekarang. Satelit ini diharapkan dapat menjangkau 150.000 titik layanan publik yang saat ini belum memiliki akses internet memadai, dan *last-mile* yang saat ini Indonesia memiliki 479.125 *Base Transceiver Station* (BTS) yang dibangun Kementerian Kominfo bersama operator seluler untuk mendukung jaringan *mobile broadband*.
2. Pengembangan teknologi pendukung akselerasi transformasi digital melalui; (a) Kebijakan penambahan dan penataan frekuensi, dengan target capaian kebutuhan tambahan spektrum frekuensi 1.310 MHz terpenuhi pada akhir tahun 2024 termasuk juga untuk mendukung inisiatif pengembangan 5G; (b) Menyediakan teknologi Pengendalian Konten Negatif di

internet; (c) Membangun Pusat Data Nasional (PDN) dengan kapasitas total prosesor 43.000 *cores* dan kapasitas penyimpanan sebesar 72 Petabytes, untuk mendukung kebijakan Satu Data Indonesia, integrasi, interoperabilitas, dan konsolidasi data pemerintah pusat dan daerah; (d) Membangun Pusat Monitoring Telekomunikasi Nasional, untuk menyediakan layanan monitoring *quality of service* (QoS) dan *quality of experience* (QoE) melalui pengukuran *real-time* dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia untuk memastikan kualitas layanan telekomunikasi yang jauh lebih optimal.

3. Pengembangan SDM atau talenta digital dengan jumlah dan kualitas yang memadai serta berkelanjutan melalui pengembangan kecakapan digital dan program-program pengembangan ekosistem ekonomi digital antara lain; (a) Kecakapan Digital Dasar yang dilakukan melalui Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi bersama dengan 108 lembaga/komunitas yang berada di dalamnya serta pihak-pihak lain yang terkait; (b) Kecakapan Digital Menengah melalui stimulus pelatihan *Digital Talent Scholarship* (DTS), yang menjangkau 60.000 peserta atau 10% dari total kebutuhan sebanyak 600.000 talenta digital per tahun; (c) Stimulus pelatihan *Digital Leadership Academy* (DLA), dengan target capaian 300 talenta per tahun. Selain itu juga terdapat tiga program dengan sasaran yang spesifik. Ketiga program itu antara lain, Gerakan UMKM *Go-Online* dan Petani dan Nelayan *Go-Online*, Gerakan Nasional 1.000 *Startup* Digital; dan Program Nexticorn (*The Next Indonesian Unicorn*).
4. Penuntasan legislasi primer dan penguatan kerja sama internasional. Pemerintah tengah membahas Rancangan Undang-Undang (RUU) terkait Perlindungan Data Pribadi (PDP) dan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) di Sektor Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran. menyiapkan Rancangan Peraturan Menteri (RPM) terkait Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PSE) Lingkup Privat, RPM Interoperabilitas, dan beberapa RPM prioritas lainnya yang ditargetkan pengesahannya pada tahun 2020, selain itu pemerintah juga ikut aktif dalam berbagai forum internasional seperti: *International Telecommunication Union* (ITU) 2019; *World Economic Forum* (WEF) 2020; *Digital Economy Task Force* (DETF) G20 2020; dan *ASEAN-China Year on Digital Economy Cooperation 2020*, guna memastikan ekosistem digital yang aman, sehat, dan berdaulat.

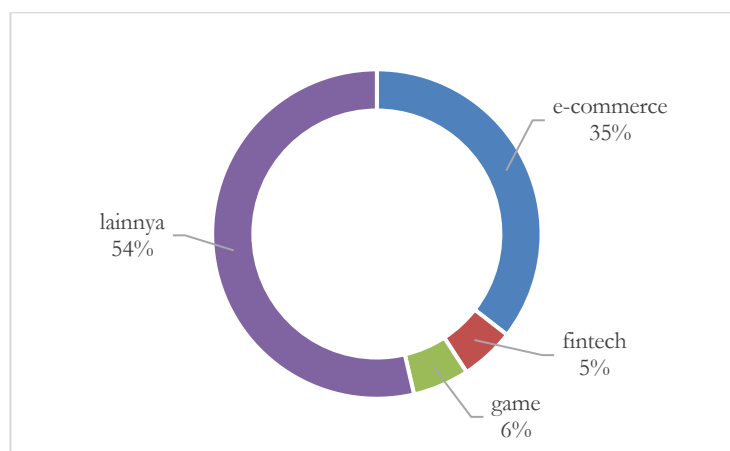
4.2. Tantangan

Perkembangan digitalisasi ekonomi melalui industri 4.0 menciptakan tantangan berbeda bagi setiap negara. Antara negara-negara maju dan negara-negara berkembang misalnya, terdapat perbedaan-perbedaan yang berpola sama bagi kedua klasifikasi negara di dunia ini. Negara-negara maju memiliki tantangan antara lain risiko sistemik, *governance*, dan permasalahan koordinasi dengan sektor swasta. Sedangkan di negara-negara berkembang, tantangan lebih kepada biaya tinggi untuk mengimplementasikan industri 4.0, menghubungkan daerah terpencil dengan kepadatan penduduk rendah yang dalam penerapannya membutuhkan biaya cukup besar untuk menghubungkan satu daerah dengan daerah lain (*cost of connectivity*), dan sulitnya menciptakan kesempatan kerja baru sebagai dampak adanya transformasi. Indonesia sebagai negara yang tengah mengembangkan ekonomi digitalnya juga mengalami tantangan tersendiri.

Pada bab-bab sebelumnya telah dijelaskan potensi ekonomi digital Indonesia. Berbagai kajian tersebut menggambarkan betapa besar potensi ekonomi berbasis digital yang dimiliki Indonesia. Jika ekonomi berbasis digital dikelola dengan baik, peluang kerja baru, baik dari sisi perdagangan elektronik, finansial teknologi, maupun *on-demand services*, akan terbuka. Dengan terbukanya kesempatan kerja, pendapatan masyarakat dapat meningkat sehingga kemiskinan dan ketimpangan di masyarakat dapat berkurang. Ekonomi berbasis digital juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemerataan pembangunan. Di sisi lain, potensi ekonomi digital yang besar tersebut tidak akan berkembang optimal jika beragam persoalan seputar transformasi digital tak diselesaikan. Setidaknya terdapat tiga catatan penting yang perlu diperhatikan dalam memajukan ekonomi digital di Indonesia.

Pertama, berkaitan dengan kesenjangan digital. Akses layanan telekomunikasi masih belum menjangkau semua desa di Indonesia, setidaknya masih ada 4.400 desa dalam kondisi *blankspot*. Secara umum Indonesia masih mengalami pemusatan pengguna internet di beberapa daerah. Indonesia Bagian Barat memiliki fasilitas berbasis digital yang lebih baik dari Indonesia Timur. Hal itu tampak dari disparitas kecepatan akses internet yang ada di wilayah-wilayah Indonesia. Kecepatan akses internet di Jakarta rata-rata 7 Mbps, sedangkan di Papua rata-rata hanya sekitar 300 Kbps ([Direktur Industri, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif, 2019](#)). Rendahnya tingkat kecepatan jaringan menjadi kendala pertumbuhan ekonomi digital. Padahal, jika dilihat dari jumlah usaha di sektor ekonomi digital, Indonesia memiliki 992 *startup* di tahun 2018 menurut laporan Mikti (komunitas industri kreatif digital Indonesia) dan Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia). Jumlah tersebut terdiri dari 352 *startup* di bidang *e-commerce*, 53 *startup* di bidang *fintech*, 55 *startup* di bidang *game*, dan 532 *startup* di bidang lainnya ([Direktur Industri, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif, 2019](#)).

Grafik 4.2. Jumlah Usaha di Sektor Ekonomi Digital di Indonesia

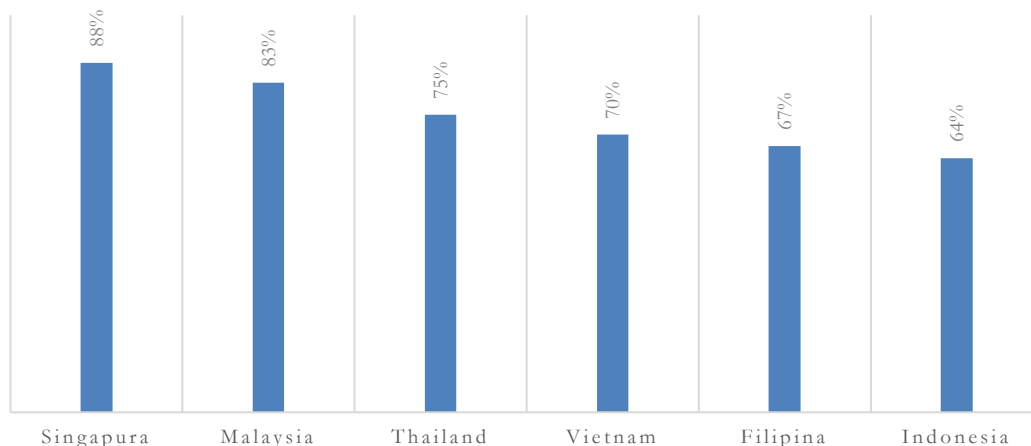


Sumber: Kementerian PPN/Bappenas 2018

Peluncuran proyek Palapa Ring pada Oktober 2019 diharapkan dapat membuat jaringan telekomunikasi di Indonesia menjadi lebih baik karena dapat menjangkau 514 kabupaten kota yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Data yang diolah dari wearesocial.com menunjukkan persentase penduduk negara pengguna internet, jika diklasifikasikan menurut kawasannya di Asia Tenggara, penetrasi internet di Indonesia adalah paling sedikit dibandingkan dengan lima negara lain (Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina). Singapura merupakan negara dengan pengguna internet

terbanyak di Asia Tenggara mencapai 88% dari total populasi. Malaysia menempati posisi kedua dengan persentase sebesar 83%, Thailand sebesar 75%, dan Filipina 67%. Indonesia berada di posisi terakhir dengan persentase sebesar 64%. Tantangan kesenjangan digital di Indonesia perlu ditangani lebih lanjut agar terjadi peningkatan penetrasi internet di Indonesia.

Grafik 4.3. Persentase Penduduk Negara Pengguna Internet (Asia Tenggara)



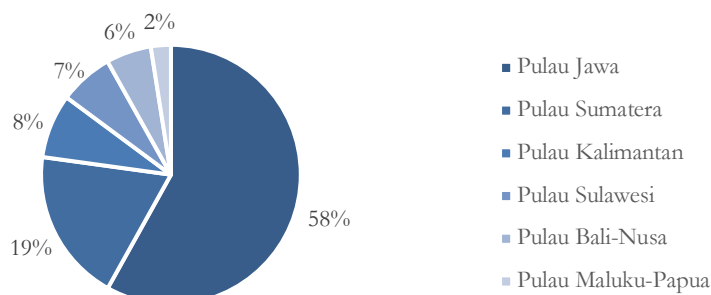
Sumber: “Global Digital Overview 2020” 2020 dari wearesocial.com

Kedua, kualitas SDM yang rendah. Besarnya peluang pasar untuk ekonomi digital tidak diimbangi dengan jumlah SDM berkualitas yang sesuai kebutuhan industri. Ditengah pertumbuhan usaha rintisan yang demikian pesat, jumlah talenta tidak sebanyak permintaan. Akibatnya terjadi *talent war*. Seorang talenta berkualitas menjadi rebutan berbagai usaha rintisan. Hal itu disebabkan pendidikan tinggi di Indonesia belum mampu menghasilkan SDM yang sesuai dengan kebutuhan industri digital saat ini. SDM sangat berperan penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi digital di dunia internasional. Kesenjangan antara lulusan pendidikan tinggi dan lapangan kerja terkini dapat diminimalkan dengan cara kolaborasi sektor bisnis serta akademik. Indonesia menempati peringkat ke 90 dari 137 total negara dalam *Global Entrepreneur Index* 2017. Laporan tersebut menyebutkan bahwa di sektor pendidikan, Indonesia belum banyak menghasilkan SDM berkualitas setara dengan kelas peretas (*hacker*) atau setidaknya belum memiliki *programmer* yang dapat mendukung layanan jasa (*internet of things*) serta memahami manajemen dan bisnis (Direktur Industri, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif, 2019).

Tantangan lain, kurangnya literasi digital. Masyarakat yang berada di wilayah Jawa terutama Jakarta tidak asing melakukan transaksi berbasis digital, terlebih banyak perusahaan-perusahaan *startup* membangun perusahaan di Jawa. Berbeda dengan pulau Jawa, preferensi masyarakat dan indeks literasi digital di kawasan Indonesia Timur cenderung lebih rendah dibandingkan wilayah lainnya. Hasil dari survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa berdasarkan kota/kabupaten, pengguna internet terkonsentrasi di wilayah perkotaan dengan persentase 72,41%, *rural-urban* 49,49%, dan *rural* 48,25%. Penetrasi terbesar berada pada area perkotaan. Hal ini dapat dipahami karena wilayah perkotaan memiliki tingkatan akses lebih tinggi terhadap *fiber optic* dan infrastruktur pendukung lainnya. Pulau Jawa masih mendominasi

pengguna internet dengan persentase mencapai 58,08%. Sementara Pulau Sumatera 19,09%, Kalimantan 7,97%, Sulawesi 6,73%, Bali-Nusa 5,63%, dan Maluku-Papua 2,49%.

Grafik 4.4. Penetrasi Internet Berdasarkan Wilayah di Indonesia



Sumber: Laporan Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2018

Penetrasi internet yang mayoritas berada di Jawa mengindikasikan bahwa SDM di Indonesia belum sepenuhnya konsen terhadap literasi digital disertai dengan pembangunan infrastruktur telekomunikasi yang masih tidak merata. Hal tersebut menjadi faktor penghambat yang berpengaruh dalam menghadapi era digital. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia belum diiringi dengan kapasitas SDM mumpuni. Bahkan daya saing digital Indonesia masuk dalam kategori rendah dikarenakan masih minimnya investasi untuk pengembangan SDM di bidang teknologi digital. Hal ini dapat ditemukan dalam laporan *International Institute for Management Development (IMD) World Digital Competitiveness 2020*, Indonesia berada pada peringkat 56 dengan skor 50.075 (skor tertinggi 100) dari 63 ekonomi dunia yang disurvei. Indonesia hanya unggul dari Filipina, Ukraina, Argentina, Afrika Selatan, Kolombia, Mongolia, dan Venezuela (IMD, 2020). SDM merupakan salah satu determinan utama penentu keberhasilan sebuah negara dalam memanfaatkan peluang dari revolusi industri 4.0, untuk itu kebijakan dan strategi yang tepat sangat diperlukan guna menyiapkan SDM Indonesia yang unggul, berdaya saing, dan mampu menjawab kebutuhan maupun tantangan industri 4.0.

Ketiga, menyangkut regulasi dan perlindungan konsumen yang kurang memadai. Pesatnya perkembangan pelaku usaha dan teknologi yang ada tidak diimbangi dengan regulasi yang memadai. Di Indonesia, konsumen memiliki hak-hak pada transaksi *e-commerce* yang tertuang dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Di dalamnya, tertulis bahwa konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi/menggunakan barang dan/atau jasa;
2. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi suatu barang;
3. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan;
4. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

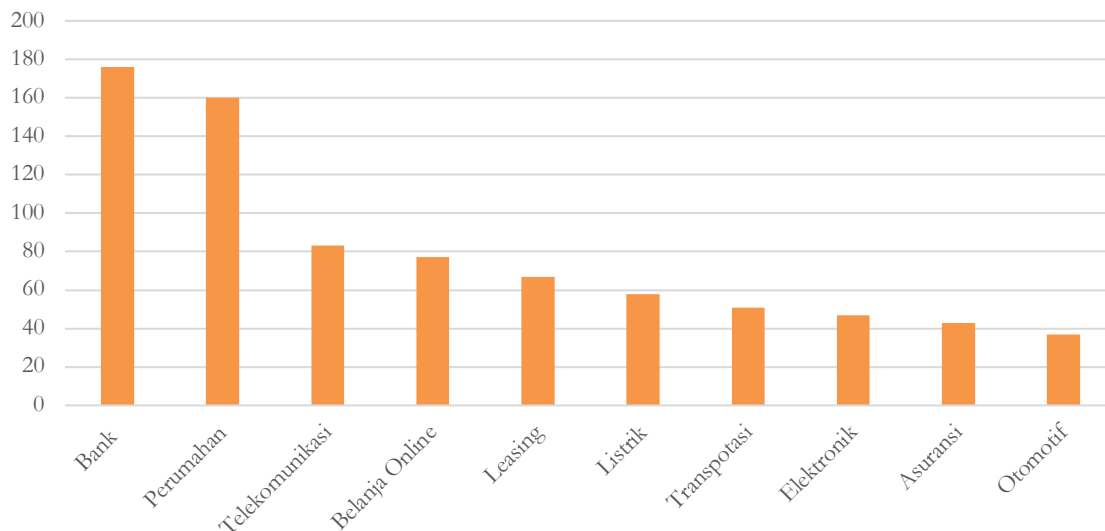
Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menjadi aturan dasar bagi setiap konsumen di Indonesia bahwa mereka memiliki hak-hak yang harus dipenuhi dan difasilitasi. Pada tahun 2016 terdapat 15205 Peraturan Daerah tentang ekonomi digital yang terbit (Kementerian

Hukum dan Keamanan Republik Indonesia, 2016). Regulasi di Indonesia masih tumpang tindih, sehingga terdapat 3163 regulasi bermasalah (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2016). Ada 111 regulasi yang merupakan peraturan/keputusan Menteri Dalam Negeri telah dicabut/direvisi oleh Menteri dalam Negeri, 1267 Regulasi milik Perda/Perkada Kabupaten/Kota dicabut oleh Gubernur, dan 1765 Perda/Perkada Kabupaten/Kota dicabut/direvisi oleh Menteri Dalam Negeri (33 Provinsi) di tahun 2016 (Abubakar, 2017). Dari sisi kebijakan umum, untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi digital, pemerintah perlu melakukan perbaikan sistem hukum nasional sesuai dengan dinamika perkembangan ekonomi digital yang tidak terlepas dari pembentukan kebijakan dan regulasi (Lukito, 2017). Masyarakat di wilayah Indonesia dengan penetrasi internet tertinggi menggunakan *e-commerce* bukan hanya sekedar tempat mencari informasi dan interaksi daring, melainkan juga sebagai bagian gaya hidup. Bisnis ini memiliki nilai bisnis yang besar, tetapi sampai saat ini belum ada regulasi khusus yang mengatur bisnis daring ini (Lukito, 2017).

Di sisi lain, persoalan pajak perusahaan *Over The Top* (OTT) hingga saat ini tak kunjung usai. Memungut pajak perusahaan digital seperti Netflix, Google dan Facebook memang sudah menjadi perhatian pemerintah. Namun perusahaan digital semacam ini tidak dapat ditarik pajak karena tidak memiliki Badan Usaha Tetap (BUT) di Indonesia, sementara Undang-Undang Perpajakan Indonesia mensyaratkan subjek pajak harus memiliki BUT di Indonesia. Perusahaan-perusahaan semacam ini masih berbentuk perusahaan layanan (*service company*) bukan menangani bisnis. Artinya, mereka belum secara resmi membayar pajak pendapatan di Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini terus mengeruk penghasilan iklan di Indonesia.

Keamanan transaksi daring di Indonesia masih rendah. Survei APJII (2016) menunjukkan, 30 persen pengguna internet atau sekitar 30,4 juta pengguna merasa transaksi daring belum aman. Pada tahun 2015, jumlah pengaduan konsumen kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) didominasi oleh laporan pengaduan tentang perbankan berjumlah 176 aduan. Sektor perbankan menjadi urutan pertama dan persentase terbesar dibandingkan dengan laporan untuk sektor lain yaitu sebesar 17.09%. Diikuti oleh sektor perumahan 15.53%, telekomunikasi 8.06%, dan yang paling terkecil adalah sektor otomotif dengan persentase sebesar 3.50%. Pengaduan untuk perbelanjaan daring menempati urutan ke empat dengan persentase sebesar 7.48%. Data ini menunjukkan bahwa di Indonesia pengguna transaksi daring masih merasa tidak aman atas transaksi yang mereka gunakan di internet.

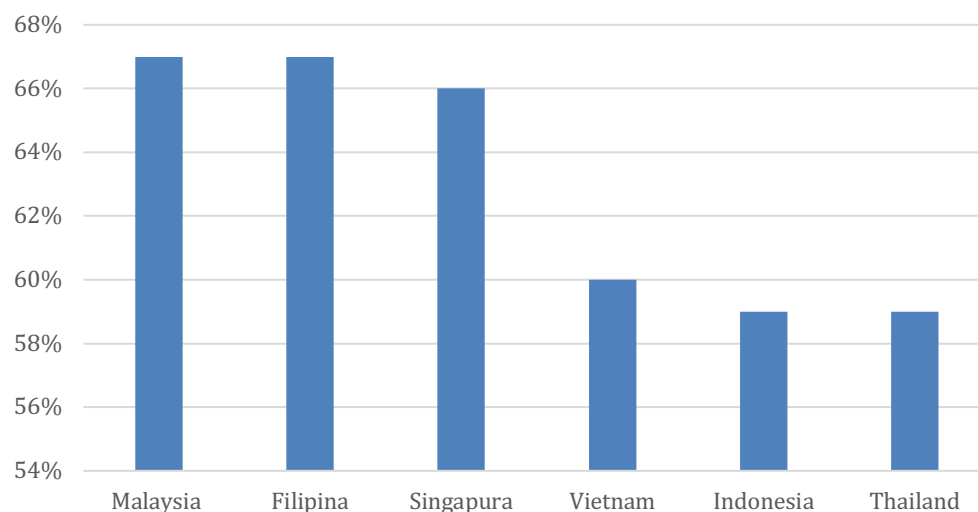
Grafik 4.5. Jumlah Pengaduan YLKI Tahun 2015



Sumber: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia 2016

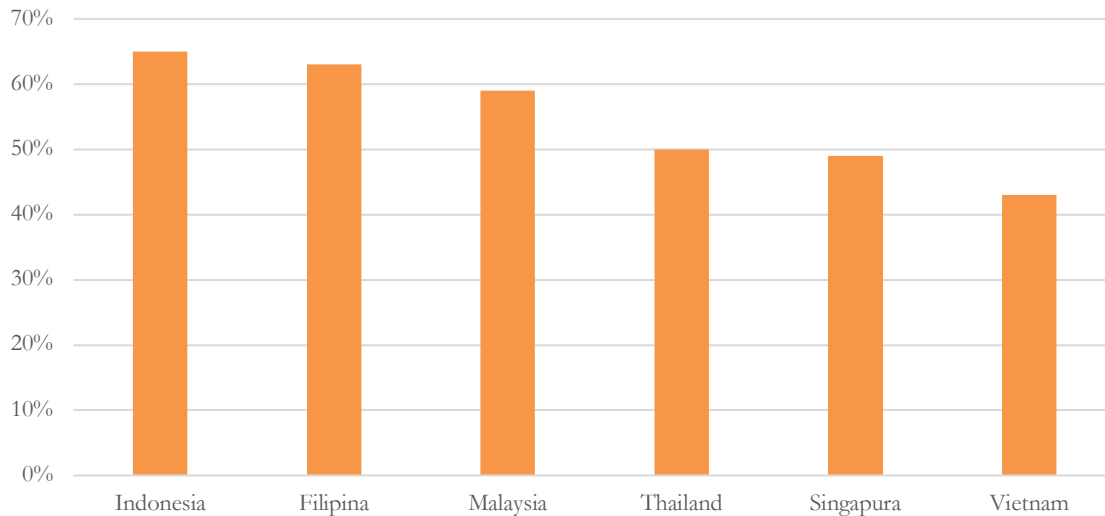
Persentase tingkat kekhawatiran adanya penyalahgunaan data pribadi di Indonesia mencapai 59%. Jumlah ini jauh lebih sedikit dibandingkan dengan Malaysia dan Filipina yang mencapai 67%. Artinya, masyarakat Indonesia masih jarang melakukan transaksi daring dan tingkat kesadaran mereka akan adanya penyalahgunaan data pribadi masih minim. Kehati-hatian dalam bertransaksi di dunia maya perlu dilakukan agar dapat memilah situs dan jaringan terpercaya terlebih ketika diminta untuk mencantumkan data pribadi.

Grafik 4.6. Persentase Tingkat Kekhawatiran Penyalahgunaan Data Pribadi (Asia Tenggara)



Sumber: Data diolah dari wearesocial.com “Global Digital Overview 2020” 2020

Grafik 4.7. Penggunaan Ekstensi Pemblokir Iklan (Ad Blocker) di Asia Tenggara



Sumber: wearesocial.com “Global Digital Overview 2020” 2020

Penggunaan aplikasi ekstensi pemblokir iklan diperlukan agar pengguna tidak terbawa kepada situs iklan (*advertising*) yang biasanya tertaut langsung dengan *domain* sebuah situs. Penggunaan *Adblocker* dimaksudkan agar pengguna internet tidak termakan *phishing* yang dapat mencuri data-data pribadi tanpa disadari oleh pengguna. Penggunaan ekstensi *Adblocker* di Indonesia paling tinggi dibandingkan dengan lima negara lain yaitu mencapai 65%. Artinya, pengguna internet di Indonesia sering mendapati iklan-iklan otomatis yang sering mengarahkan mereka kepada situs yang tidak diinginkan. Untuk itu, pengguna internet di Indonesia paling banyak menerapkan aplikasi ekstensi pemblokir iklan ini agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

Bab 5

Pandemi COVID-19 dan Konektivitas Digital UE

Pada akhir tahun 2019 dan awal tahun 2020 konektivitas digital yang dibangun oleh UE mengalami disrupsi yang disebabkan oleh adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 memaksa kita semua untuk menemukan cara baru untuk bekerja, berinteraksi, dan hidup. Ini telah menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana masyarakat kita diatur, dan tentang di mana kita ingin dan perlu berinvestasi untuk masa depan. Krisis COVID-19 yang pada awalnya adalah krisis kesehatan segera berubah menjadi krisis ekonomi dan sosial yang belum pernah terjadi sebelumnya. Tidak ada yang dapat membayangkannya: miliaran orang terkurung di rumah mereka, jutaan kehilangan pekerjaan, dan banyak perusahaan dalam kesulitan keuangan yang fatal.

Wabah COVID-19 telah mengurangi prospek pemulihan ekonomi dari perlambatan global yang luas tahun lalu. Sektor-sektor utama telah terpengaruh, terutama sektor perjalanan dan pariwisata, serta ritel dan jasa lainnya; operasi bisnis sehingga rantai pasokan terganggu; pekerjaan dan mata pencaharian terancam; serta kepercayaan konsumen menurun. Sementara pengumuman awal memperkirakan dampak singkat dan terbatas pada ekonomi global, penyebaran eksponensial wabah ke wilayah lain termasuk Eropa, AS, dan juga ASEAN, memicu penurunan prospek pertumbuhan.

Penggunaan teknologi digital di dunia mengalami peningkatan yang sangat signifikan dengan adanya virus corona ini, begitupun juga perdagangan ekonomi sekarang ini banyak dilakukan secara daring. Komisi Eropa telah bekerja untuk mengkoordinasikan, melengkapi, dan memulai langkah-langkah untuk menangani setiap aspek pandemi virus corona, digitalisasi, media, dan telekomunikasi agar dapat memainkan peran penting dalam pemulihan ekonomi. Peran dari teknologi digital, terutama di saat pandemi, sangat menjadi alat penting dalam kehidupan sehari-hari baik dalam menunjang pekerjaan, produktivitas, interaksi sosial, maupun kegiatan ekonomi lainnya. Sehingga, UE akan terus memastikan bahwa peningkatan konektivitas, infrastruktur, dan peraturan sebagai instrumen legal dapat merespon krisis ini secara aktif dan aman sebagaimana yang juga disampaikan oleh Duta Besar UE ke ASEAN.

Pada 19 Februari 2020, Komisi Eropa mempresentasikan Strategi Digital UE baru yang berjudul "Membentuk Masa Depan Digital Eropa". Strategi tersebut diadopsi sebagai kelanjutan dari prioritas "*A Europe Fit for the Digital Age*" dan menetapkan tujuan ambisius untuk lima tahun berikutnya, termasuk menempatkan Eropa pada posisi untuk menjadi *trendsetter* dalam debat global seputar transformasi digital. Ini akan dicapai melalui pemenuhan tiga tujuan utama, yaitu menguasai dan membentuk teknologi dengan cara yang menghormati nilai-nilai Eropa (disebut 'teknologi yang bekerja untuk masyarakat'); memastikan ekonomi digital yang adil dan kompetitif; dan menyediakan lingkungan yang dapat dipercaya sehubungan dengan data yang disediakan baik secara luring maupun daring ('masyarakat terbuka, demokratis dan berkelanjutan'). Keberhasilan mengejar tujuan yang disebutkan diatas segera diuji dengan wabah COVID-19. Salah satu kesimpulan utama selama krisis adalah peran sentral yang dimainkan digitalisasi dalam mengatasinya. Meskipun tindakan di dalam UE berbeda, negara bagian pada umumnya menggunakan solusi seperti membangun informasi dan melacak kontak aplikasi seluler, digitalisasi layanan publik, dan kerja jarak jauh. Mereka juga merasakan

pentingnya memastikan pertukaran informasi yang cepat dan andal lintas batas negara. Bisnis Eropa juga harus beradaptasi dengan mentransfer sebagian besar aktivitas mereka secara daring.

5.1. Kerja Sama Ekonomi Digital Tiongkok dan UE dalam Penanganan COVID-19

Membangun dialog digital antara UE dan Tiongkok akan menjadi penting untuk pemulihan global dari krisis COVID-19 dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan untuk dekade berikutnya. Strategi digital UE terus berkembang sejak 2015, termasuk Rencana Pemulihan UE yang baru-baru ini disetujui yang menekankan pemulihan digital dan hijau dari ekonomi UE. Sekarang ada peluang nyata bagi UE dan Tiongkok untuk mempertahankan dialog digital bilateral untuk meningkatkan hubungan Tiongkok - Eropa dan mengurangi ketegangan yang sedang berlangsung.

Baik UE maupun Tiongkok, keduanya telah menegaskan ambisi untuk mendukung dorongan berkelanjutan ini menuju transformasi digital dan mengambil posisi terdepan dalam hal penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak digital paling canggih, sambil membentuk kerangka kerja peraturan di masa depan. Pada pandangan pertama, kedua entitas tersebut tampak bersaing secara strategis, tetapi pada saat yang sama, UE dan Tiongkok akan mendapat manfaat dari dialog berkelanjutan tentang transformasi digital dan pengembangan diplomasi digital bilateral untuk meningkatkan kemungkinan dan keberhasilan dialog serta prospek sinergi teknis dan keuangan.

Uni Eropa menyadari batasan pertukaran ini sebagai hasil dari sikap yang lebih berhati-hati dan defensif terhadap Tiongkok yang dikembangkan oleh UE selama beberapa tahun terakhir. Ketidakseimbangan perdagangan dan investasi tetap signifikan, bahkan negosiasi Perjanjian Investasi Bilateral (BIA) belum berjalan seperti yang dibayangkan semula. Namun demikian, dialog tentang masalah digital telah menjadi masalah yang lebih sensitif di luar aplikasi ekonomi karena kedua mitra telah mengakui sifat penggunaan ganda teknologi digital dengan aplikasi militer atau politik. Ketersediaan data juga dapat memberikan keuntungan tambahan di bidang-bidang utama seperti sektor ekonomi, keuangan, industri, dan ruang angkasa.

Dialog bilateral antara teknologi tinggi EU-Tiongkok dimulai pada tahun 2009 dengan fokus pada Teknologi Informasi, Telekomunikasi dan penggunaan Internet. Pada tahun 2013, Agenda Strategis UE - Tiongkok 2020 untuk kerja sama telah disetujui dengan fokus awal pada internet dan masyarakat informasi. Pada tahun 2015, Deklarasi Bersama EU-Tiongkok tentang kerja sama strategis pada jaringan seluler 5G ditandatangani di Beijing sebagai hasil utama dari Dialog Perdagangan dan Ekonomi Tingkat Tinggi EU-Tiongkok. Dibawah deklarasi ini, UE dan Tiongkok juga berkomitmen untuk mencapai pemahaman global tentang konsep, fungsi dasar, teknologi utama, dan rencana waktu untuk 5G. Itu juga disepakati untuk memastikan timbal balik dan keterbukaan dalam hal akses ke pendanaan penelitian jaringan 5G, akses pasar serta keanggotaan Tiongkok dan UE ke asosiasi 5G, dan untuk mengeksplorasi kemungkinan untuk bekerja sama dan mengimplementasikan tindakan penelitian bersama di bidang 5G dan memfasilitasi partisipasi bilateral perusahaan dalam proyek penelitian 5G di Tiongkok dan UE.

Beberapa kelompok kerja bilateral dan Meja Bundar dibentuk, seperti Kelompok Ahli Ekonomi Digital dan Keamanan Siber Tiongkok - UE, dan Meja Bundar kerja sama digital EU-Tiongkok. Juga hubungan antara Tiongkok dan beberapa negara anggota UE diperkuat dengan pembentukan Meja Bundar Internet Tiongkok-Inggris dan Meja Bundar Industri Internet Tiongkok-Jerman (yang berfokus pada ekonomi digital, internet, dan teknologi 5G).

Strategi digital dan rencana pemulihan UE menunjukkan ambisi yang kuat bagi UE untuk menjadi salah satu ekonomi digital paling maju dalam 10-15 tahun mendatang dengan menciptakan 'juara' digital Eropa dan menetapkan standar dan sertifikasi internasional. Teknologi utama, seperti IoT, 5G, cloud, dan AI, adalah tema konstan dalam strategi digital UE, rencana pemulihan UE, dan dialog digital UE - Tiongkok yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, UE dan Tiongkok harus bertujuan menciptakan sinergi dan saling melengkapi yang kuat dalam memungkinkan kondisi untuk dialog dan kesepakatan digital UE-Tiongkok yang baru. Ini harus mengarah pada kerja sama yang konstruktif dalam menciptakan mekanisme kepercayaan yang diperlukan. Harmonisasi standar teknis, sertifikasi, dan norma dunia maya internasional lainnya akan sangat penting untuk mencapai kepastian hukum, transparansi, dan interoperabilitas peralatan teknis.

Dialog kepentingan bersama ini dapat mendukung pola perdagangan dan investasi yang lebih seimbang, selain itu juga dapat berkontribusi untuk memperluas cakupan BRI dalam memasukkan layanan dan teknologi digital. Antara UE dan Tiongkok, tujuan utama mereka adalah untuk bersama-sama mempercepat transisi menuju ekonomi digital melalui dialog digital berkelanjutan tentang mekanisme kebijakan dan kepercayaan untuk teknologi digital di sektor industri utama seperti transportasi, lingkungan, kedirgantaraan, sektor medis dan kesehatan, bio-ekonomi, dan keuangan.

Selama dekade berikutnya, untuk mencapai pemulihan yang kuat dari krisis COVID-19, strategi investasi digital Eropa harus memungkinkan sinergi dan saling melengkapi dengan strategi *Made in China 2025*. Dalam konteks ini, jelas bahwa teknologi dan perangkat lunak 5G untuk transmisi dan elaborasi data ultra-cepat diharapkan memainkan peran kunci. Karena teknologi dan proses digitalisasi akan memiliki penggunaan ganda, terutama dalam konteks geopolitik, keamanan UE dan pertimbangan strategis lainnya juga perlu diperhitungkan dalam proses pemilihan dan pengambilan keputusan secara keseluruhan. Karena transisi ke ekonomi digital adalah tujuan strategis Eropa dan Tiongkok, keduanya berkepentingan untuk memberikan penekanan pada saling melengkapi untuk membangun dialog digital UE-Tiongkok dan perjanjian lanjutan.

5.2. Kerja Sama ASEAN dan UE dalam Penanganan Pandemi COVID-19

Pada tanggal 10-11 Februari 2020, para pejabat senior ASEAN dan UE melakukan pertemuan *ASEAN-UE Senior Officials* di Brussel, Belgia. Pertemuan ini diadakan untuk membahas upaya pengembangan kerja sama ekonomi termasuk ekonomi digital, penegakkan HAM, peningkatan perdagangan, revolusi industri, transportasi, konektivitas di ASEAN, pencapaian *SDGs*, hingga upaya mengatasi perubahan iklim dan menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.

Secara khusus, pertemuan ini juga membahas langkah-langkah bersama dalam penanganan pandemi COVID-19. Dalam pertemuan, UE menyatakan kesanggupannya dalam membantu penanganan virus ini di ASEAN, dalam bentuk pengiriman tenaga medis, bantuan peralatan medis hingga pertukaran informasi dan pengalaman antara para ahli virologis guna mencari solusi medis yang dibutuhkan.

Para *senior officials* juga membahas kemajuan hubungan kemitraan kedua organisasi regional yang telah terjalin selama hampir 43 tahun. Indonesia yang memimpin pembahasan agenda politik-keamanan, menggarisbawahi besarnya tantangan keamanan saat ini, khususnya mengenai radikalisme dan penanganan *foreign terrorist fighters* (FTF). UE adalah salah satu mitra penting ASEAN karena merupakan mitra dagang terbesar bagi ASEAN setelah Tiongkok. Kerja Sama ASEAN dan UE juga

berperan besar bagi pertumbuhan ekonomi di kawasan, khususnya melalui terwujudnya *ASEAN-EU Free Trade Agreement*, penyelesaian perjanjian *Comprehensive Air Transport Agreement* (CATA) hingga berbagai kerja sama ASEAN-UE dalam bidang kepemudaan dalam bentuk bantuan pendidikan melalui program *Support to Higher Education in the ASEAN Region* (SHARE).

UE merupakan mitra ASEAN sejak 1977 dan kedua pihak telah mengembangkan berbagai kerja sama di bidang politik keamanan, ekonomi, dan sosial budaya. UE juga aktif mendukung integrasi ASEAN dan upaya membangun komunitas ASEAN. Untuk tahun 2018 – 2022, kerja sama kemitraan ASEAN dan UE telah memiliki Rencana Aksi untuk periode 2018-2022, dimana lebih dari 50% nya telah terlaksana.

Bab 6

Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan

Tren digitalisasi terjadi dan meliputi seluruh kawasan di dunia. Uni Eropa sebagai model dalam digitalisasi telah membuka akses konektivitas dengan banyak negara termasuk dengan negara-negara Asia dan ASEAN. Meluasnya pandemi COVID-19 telah memulai *point of no return* bagi semua negara di dunia dalam keharusan untuk melakukan konektivitas digital tidak terkecuali juga dengan Indonesia. Setelah telaah kritis berbagai sumber dan analisis serta proses konfirmasi pada tokoh dan organisasi kunci, penelitian Konektivitas Uni Eropa-Asia ini menyimpulkan dan menghasilkan poin rekomendasi penting bagi para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan konektivitas maupun digitalisasi di Indonesia.

6.1. Menyikapi Uni Eropa sebagai Aktor Ekonomi Digital

Digitalisasi dalam rantai nilai global merupakan salah satu usaha dalam membuka kanal baru untuk menangkap kesempatan mengembangkan ekonomi yang lebih luas baik secara nilai tambah maupun perubahan struktural. Uni Eropa sebagai aktor internasional melihat ekonomi digital sebagai masa depan bagi pertumbuhan ekonomi di dunia yang diperkirakan dapat menciptakan satu juta lapangan kerja baru dan mendukung perkembangan ekonomi dengan nilai lebih dari € 500 miliar di Kawasan Eropa.

Meskipun secara keseluruhan 85 persen masyarakat Uni Eropa sudah memiliki akses digital, namun masalah ketimpangan masih ditemukan karena sebagian besar masyarakat yang sudah terkoneksi secara digital terkonsentrasi di negara-negara yang memiliki infrastruktur fisik maupun koneksi pasar global yang lebih maju seperti Denmark, Belanda, Swedia dan negara-negara di Eropa Barat dan Utara. Sementara itu negara-negara Eropa bagian timur seperti Bulgaria dan Rumania masih memiliki penetrasi akses digital yang relatif rendah.

Ketimpangan ini berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat Eropa terhadap pasar antar negara yang tersaji di regional Eropa, maupun pasar yang melibatkan aktor-aktor dari luar Uni Eropa, sehingga para pelaku ekonomi digital cenderung lebih memilih untuk melakukan transaksi domestik dengan konsumen maupun mitra bisnis yang lebih terpercaya dan regulasi-regulasi yang lebih jelas.

Selain itu berkembangnya ekonomi digital juga disikapi oleh Eropa sebagai langkah dalam menciptakan pengembangan berkelanjutan. Untuk itu hal-hal yang berkaitan dengan regulasi maupun agenda-agenda yang dimiliki Uni Eropa seperti *European Digital Single Market*, *Shaping Europe's Digital Future*, *European Green Deal*, dan regulasi maupun agenda-agenda Uni Eropa lainnya harus diperhatikan dan dipenuhi agar dapat memenuhi ekspektasi pasar sekaligus memenuhi regulasi yang ditetapkan oleh Uni Eropa.

Selanjutnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya urgensi konektivitas yang semakin meningkat dilihat dari pergerakan kekuatan besar dunia yang berupaya untuk menciptakan keterhubungan di wilayah lain guna meningkatkan pengaruhnya, dan mendorong keinginan Uni Eropa untuk bertindak aktif untuk ikut serta dalam membangun konektivitas tersebut. Dalam hal ini, Uni Eropa pun berusaha untuk meningkatkan pengaruhnya sebagai aktor normatif dunia ke wilayah Asia. Konektivitas Uni Eropa-Asia yang dicetuskan oleh Uni Eropa pada tahun 2018 merupakan strategi keterhubungan yang dibangun dengan menerapkan prinsip-prinsip konektivitas yang berkelanjutan,

komprehensif, dan berbasis pada serangkaian peraturan. Dalam pilar konektivitas digital, Uni Eropa telah meningkatkan keterhubungannya dengan beberapa mitra strategis, seperti India, Tiongkok, Jepang, dan Korea Selatan. Selain itu, Uni Eropa juga telah merajut konektivitas di sektor digital, termasuk ekonomi digital, dengan Vietnam dan ASEAN. Bentuk kemitraan yang terbangun antara Uni Eropa dan negara-negara Asia maupun ASEAN guna meningkatkan konektivitas digital diwujudkan dalam bentuk *hard infrastructure* maupun *soft infrastructure*. Beberapa kemitraan yang sudah terjalin antara Uni Eropa dengan berbagai mitra di Asia dapat menjadi percontohan bagi Indonesia yang memiliki keinginan untuk membentuk kemitraan dan meningkatkan konektivitas ekonomi digital dengan Uni Eropa.

Dalam kajian ini, konektivitas dalam sektor ekonomi digital yang dibangun oleh Uni Eropa dengan Vietnam belakangan ini dapat menjadi salah satu contoh bagi Indonesia sebagai negara dengan kedekatan karakteristik, yakni sebagai negara berkembang, dan berbagi kondisi geografis yang serupa. Vietnam yang sama-sama terletak di Asia Tenggara memiliki wujud konektivitas dengan Uni Eropa berupa serangkaian dukungan berbentuk peningkatan kapasitas di sektor ekonomi digital. Hal ini menunjukkan bahwa Uni Eropa dalam kemitraannya masih berperan sebagai *role model* bagi Vietnam. Berkaca dari hal tersebut, hal ini mungkin akan sama terjadi dengan Indonesia, sehingga penting bagi Indonesia untuk menggali potensi-potensi yang dimiliki agar konektivitas digital, khususnya ekonomi digital, yang terbentuk bersama Uni Eropa dapat menempatkan kepentingan kedua belah pihak secara seimbang.

Di kawasan regional Asia Tenggara, MPAC (*Master Plan on ASEAN Connectivity*) menjadi perwujudan langkah strategis dan *framework* yang signifikan bagi ASEAN dalam mengembangkan ekonomi digital regional Asia Tenggara. Dalam mewujudkan Konektivitas ASEAN, kerangka dasar MPAC mengacu pada *physical connectivity*, *institutional connectivity* dan *people-to-people connectivity*. Rancangan MPAC terbagi atas dua rentang waktu, yakni MPAC 2010 dan MPAC 2025. Pada rancangan MPAC 2010, ekonomi digital tidak disebutkan secara eksplisit namun upaya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi tertuang dalam strategi *physical connectivity*. Berbeda dengan MPAC 2025 yang menyebutkan secara eksplisit bahwa inovasi digital dapat menjadi *backbone infrastructure* dalam kerangka regulasi ekonomi digital. Oleh karena itu, MPAC menjadi instrumen penting dalam mengakomodasi konektivitas yang inklusif, khususnya integrasi ekonomi digital ASEAN–Uni Eropa. Prospek kerja sama strategi dengan Uni Eropa dalam mewujudkan MPAC dapat dilihat dari terwujudnya *E-READI* (The Enhanced Regional EU-ASEAN) dan *ASEAN–EU Joint Cooperation Committee* (JCC).

Terkait dengan perkembangan ekonomi digital, pemerintah Indonesia sebenarnya sudah memiliki Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) yang di dalamnya berisi persiapan alih teknologi yang dirancang dari tahun 2015 hingga tahun 2035. Dengan demikian, keberadaan RIPIN dapat dilihat sebagai bentuk kesiapan pemerintah dalam menghadapi pesatnya digitalisasi ekonomi. Agar RIPIN dapat berjalan sesuai tujuan, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah menjalin kerja sama dengan pihak atau negara lain, termasuk Uni Eropa.

Peluang kerja sama antara Indonesia–Uni Eropa dalam ekonomi digital dapat dilakukan dengan mengacu pada pasal-pasal *Partnership Cooperation Agreement* (PCA) sebagai pijakan dasar. Pasal-pasal yang dapat menjadi acuan antara lain pasal 20 terkait kebijakan Industri & kerja sama UMKM, pasal 21 terkait masyarakat informasi, pasal 22 terkait ilmu pengetahuan dan teknologi, pasal 25 terkait pendidikan dan kebudayaan, dan pasal 33 tentang perlindungan data pribadi. Implementasi dari pasal-

pasal tersebut dapat dilakukan dalam bentuk peningkatan pembangunan infrastruktur untuk menunjang implementasi ekonomi digital, pembangunan kapasitas untuk merespon kesenjangan digital, *digital literacy* serta kesenjangan dalam kuantitas dan kualitas SDM yang mumpuni, termasuk didalamnya penguatan kapasitas masyarakat & UMKM. Pembuatan standarisasi dan regulasi. Dalam hal ini diperlukan adanya peraturan baru atau revisi/penyesuaian aturan yang sudah ada, yang didalamnya memasukkan klausul “perlindungan data, dan perlindungan data pribadi konsumen, dan prinsip pembangunan berkelanjutan”.

6.2. Rekomendasi Kebijakan: Menciptakan Konektivitas Ekonomi Digital Indonesia yang Berkualitas, Kompetitif, dan Berkelanjutan dalam Menyambut Era Revolusi Industri 4.0 dan Kemitraan Strategis Indonesia-Uni Eropa

Untuk menyambut menyambut era Revolusi Industri 4.0 serta merencanakan kemitraan antara Indonesia dan Uni Eropa, diperlukan peningkatan kualitas dari iklim ekonomi digital Indonesia secara umum selain melanjutkan tren positif yang telah dibangun melalui kerja sama antara Uni Eropa dan negara-negara Asia, maupun Uni Eropa dengan aktor regional seperti ASEAN. Namun dalam prakteknya ditemukan beberapa hambatan dalam usaha membangun kemitraan strategis antara Indonesia dan Uni Eropa. Hambatan tersebut diantaranya adalah kesenjangan digital, kualitas sumber daya manusia, implementasi regulasi, dan perlindungan konsumen.

Maka dari itu, terdapat beberapa rekomendasi kebijakan yang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mempersiapkan Indonesia dalam menciptakan konektivitas ekonomi digital Indonesia yang berkualitas, kompetitif, dan berkelanjutan, terutama dalam membangun konektivitas digital antara Indonesia dan Uni Eropa. Rekomendasi kebijakan tersebut antara lain:

1. Indonesia dapat bekerja sama dengan Uni Eropa untuk membuat program dengan tujuan utama pengentasan ketimpangan akses digital maupun peningkatan literasi digital di daerah-daerah tertinggal. Permasalahan yang sama-sama dihadapi oleh kedua pihak dalam mengembangkan ekonomi digital terletak dalam hal ketimpangan akses digital. Adanya kemitraan dalam program antara kedua belah pihak dapat mendorong tercapainya sinergi yang baik dengan saling belajar pengalaman masing-masing dalam mengentaskan ketimpangan. Program-program tersebut diperlukan untuk menjamin terjadinya aktivitas *transfer of technology* dan *transfer of knowhow* dengan catatan fabrikasi yang organik. Bentuk jaminan tersebut bertujuan untuk mengatasi isu *late stage of capitalism* agar dapat menciptakan *level of playing field* yang menjadi kekhawatiran utama atas permasalahan seperti ketimpangan tingkatan teknologi, *business development* dan *business model*. Beberapa program spesifik yang dapat direkomendasikan antara lain pengembangan jaringan internet berkecepatan tinggi (4G) di daerah pedesaan, maupun internet berkecepatan super tinggi (5G) di wilayah perkotaan dengan target jangka waktu tertentu.
2. Perlunya intervensi institusi pemerintah untuk mendorong terciptanya iklim bisnis yang lebih baik dan kompetitif sehingga kualitas produk yang dihasilkan akan lebih baik serta dapat sama-sama memenuhi aturan yang dibuat oleh masing-masing entitas pembuat kebijakan sekaligus memenuhi ekspektasi dari konsumen maupun mitra bisnis mancanegara. Misalnya peran pemerintah dalam membuat regulasi sehingga produk Indonesia dapat memenuhi standar

keberlanjutan sesuai dengan *European Green Deal* yang dicanangkan Uni Eropa. Peran lainnya juga diperlukan dalam proses pengawalan legislasi perlindungan data konsumen. Meskipun sudah menjadi prolegnas dan sedang dibahas, perlu dicatat bahwa UU yang melalui proses politik akan berhadapan dengan *political constraint*, sehingga bentuk kepastian hukum dalam menjamin iklim wirausaha digital bersifat sangat mendesak.

3. Untuk perencanaan investasi, pemerintah maupun pelaku bisnis harus memahami kondisi demografis maupun kondisi sosial, ekonomi, maupun politik dari calon mitra bisnis. Misalnya kita melihat bahwa di Eropa terdapat perbedaan tingkat konektivitas masing-masing negara anggotanya dan hal tersebut tidak dapat dipukul rata ke semua negara karena masing-masing dari mereka memiliki latar belakang sosial, ekonomi, dan politik yang berbeda-beda. Oleh karena itu, bervariasinya kepentingan bisnis yang seringkali bertentangan dengan kepentingan sosial dan politik menuntut peran pemerintah untuk menggelar forum yang reguler, terinstitusionalisasi, dan partisipatif, sehingga dapat mengakomodir kepentingan dan menghilangkan batasan-batasan melalui proses yang demokratis.
4. Meskipun begitu, para pelaku investasi harus melihat variasi demografi ini sebagai sebuah peluang untuk dapat mengembangkan bisnis mereka sekaligus memperbaiki konektivitas ekonomi digital di negara tujuan investasi. Misalnya keberadaan pasar sektor digital negara-negara Eropa Timur yang relatif belum terjamah oleh pelaku bisnis dapat menjadi peluang bagi investasi dari Asia terutama Indonesia untuk mengembangkan pasar digital di wilayah tersebut. Keberadaan investasi yang masuk ke negara-negara tersebut juga diharapkan dapat mendorong terciptanya pertumbuhan konektivitas ekonomi digital di wilayah tersebut sehingga dapat memperkecil jurang ketimpangan di negara-negara Uni Eropa. Sebaliknya, permasalahan ketimpangan dan kondisi demografis yang ada di Indonesia juga dapat kita tawarkan kepada investor dari Uni Eropa sehingga mereka dapat membaca potensi sekaligus membantu dalam pembangunan sosial ekonomi di Indonesia melalui investasi di ranah ekonomi digital. Dengan demikian, perlu adanya upaya penetrasi lebih tegas untuk mempromosikan Indonesia sebagai partner strategis, dengan mempertimbangkan bonus demografi berdasarkan atas ukuran/besarnya potensi pasar, jumlah konsumen (populasi/pengguna internet), sehingga struktur konsumerisme Indonesia dapat menjalankan *economic of scale*. Tetapi juga patut diperhatikan bahwa struktur pasar cukup dinamis dan perlu pendekatan mikro untuk mengetahui perilaku konsumen agar dapat terhindar dari 'kotak paradigma positivistis' yang paternalis.
5. Indonesia harus dapat meneruskan tren positif kerja sama antara negara-negara Asia dengan Uni Eropa. Dalam hal ini Indonesia dapat melaksanakan *benchmarking* ke negara-negara tetangga, khususnya Vietnam, baik dalam bentuk kunjungan kenegaraan dan diskusi dengan pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses perundingan kerja sama ekonomi digital dengan UE, sehingga dapat memperoleh pelajaran terkait peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menjalin kemitraan sektor ekonomi digital dengan UE sekaligus untuk merajut strategi Indonesia dalam negosiasi kemitraan di sektor ekonomi digital dengan UE.

6. Mengidentifikasi dan memetakan potensi sektor ekonomi digital Indonesia, seperti menggali potensi *startups* Indonesia baik penyedia inovasi jasa maupun *e-commerce* yang semakin menguat dan melihat lebih dalam kemungkinan inovasi yang dapat ditawarkan guna meningkatkan posisi tawar Indonesia dalam proses negosiasi di sektor ekonomi digital dengan UE.
7. Berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) dalam mendorong optimalisasi infrastruktur digital (koneksi internet, *bandwidth*, jaringan 5G, dan lain-lain) guna menunjang sektor ekonomi digital di Indonesia. Hal ini dapat dipelajari dari peningkatan kapasitas digital apa saja yang dirajut dalam kemitraan sektor digital yang telah dilakukan UE dengan negara-negara Asia, seperti India, Tiongkok, Jepang, dan Korea Selatan.
8. Indonesia perlu memainkan peran yang lebih signifikan dan proaktif dalam perannya di ASEAN. Salah satunya dengan menggiring agenda Free Trade Area UE-ASEAN, disertai dengan program pendukung perdagangan dan integrasi ekonomi lainnya seperti ARISE Plus (*capacity* dan *institutional building*), COMPASS (*statistic* dan *integration monitoring*) ECAP (*protection on intellectual property rights*), AATIP (*air transport integration*), dan e-READI (*dialogue instrument*) serta program-program pendukung lainnya. Peran yang lebih asertif diperlukan jika mempertimbangkan struktur negara-negara anggota ASEAN yang *fragmented* dan belum mencapai level integrasi seperti di UE disertai dengan regulasi dan peraturan yang belum harmonis pada level intra-ASEAN. Oleh karena itu, *leadership* Indonesia pada level intra-ASEAN serta inter-regional antara ASEAN dan UE merupakan instrumen penting untuk mencapai kepentingan nasional.
9. Pemerintah Indonesia dapat memasukkan strategi MPAC terkait *prioritized project*. Upaya *prioritized project* dapat membantu pemerintah Indonesia dalam memilih strategi mana yang perlu untuk didahulukan sehingga pengembangan *ICT* di Indonesia dapat dilakukan secara bertahap. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menentukan penilaian terhadap urgensi yang dihadapi oleh berbagai sektor industri terhadap ekonomi digital, beberapa diantaranya: (1) *Technology*; (2) *Media & Entertainment*; (3) *Retail*; (4) *Financial Services*; (5) *Telecommunications*; (6) *Education*; (7) *Hospitality & travel*; (8) *Manufacturing*; (9) *Healthcare*; (10) *Utilities*; (11) *Oil & Gas*; (12) *and Pharmaceuticals*. Hal ini akan berdampak dalam mengurangi *capability gap of ICT* antar negara ASEAN dan dapat mengimbangi kapabilitas *ICT* Uni Eropa.
10. Melakukan koordinasi dengan UMKM Indonesia dengan melibatkan ekonomi digital dalam potensinya (e-UMKM) sebagai strategi meningkatkan konektivitas Indonesia-Uni Eropa.
11. Menyikapi adanya kesenjangan digital di Indonesia, peluncuran Satelit Palapa merupakan langkah yang sangat baik, tetapi dilihat dari masih adanya kesenjangan digital di Indonesia, jumlah Satelit Palapa masih perlu ditambah untuk menunjang kebutuhan infrastruktur digital di Indonesia. Selanjutnya, jika infrastruktur sudah memadai, pemerintah Indonesia dapat mengambil jalur "*sandbox policy*" yang berarti melihat, menunggu, belajar, bekerja sama dengan pelaku, dan jika dibutuhkan merespon, atau lebih jauh mengatur. Selain itu perusahaan juga

dapat melakukan percobaan dan simulasi produknya dalam situasi tertutup dan terkontrol dalam suatu wilayah yang diatur agar dapat menyesuaikan dengan kondisi sosial, geografi, dan instrumen legal pemerintah. Kebijakan ini dapat diambil agar dapat menghindarkan konflik vertikal antara pelaku usaha digital dan konvensional. Konflik yang terjadi di masyarakat Indonesia mencerminkan bahwa perselisihan antara tipe masyarakat berbasis digital di kesehariannya dengan tipe masyarakat sistem tradisional menjadi persoalan yang harus dicegah dan dimitigasi. Untuk itu, perlu adanya advokasi, negosiasi, dan kompromi, antara seluruh penyedia layanan/bisnis agar dapat melakukan transformasi digital secara bertahap dan menutup ketimpangan sosial dan ekonomi. Hal ini dikarenakan struktur teknologi digital dalam menunjang kegiatan ekonomi sangat dinamis dan perlu ada upaya baik secara regulasi ataupun instrumen legal agar dapat meminimalkan potensi konflik.

12. Menyikapi tantangan kualitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia yang masih minim bahkan jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia Tenggara, pemerintah dapat mengencakan literasi digital kepada masyarakat. Di Indonesia, masyarakat sudah dibiasakan untuk menggunakan transaksi non-tunai terutama di masa pandemi COVID19 ini. Kebijakan ini sudah sangat baik, hanya saja jika dilihat dari penyebarannya, masih terpusat di pulau Jawa. Meskipun nantinya infrastruktur telah mendukung ekonomi digital, jika masyarakat tidak diikuti dengan edukasi literasi digital yang memadai dan juga relevan dengan perkembangannya, maka sasaran yang diinginkan tidak akan tercapai. Dalam hal transaksi di *e-commerce*, masyarakat perlu didedukasi agar dapat mengidentifikasi penjual mana yang terpercaya melalui sistem yang sudah disediakan oleh *e-commerce/marketplace*, sehingga masyarakat dapat bertransaksi secara aman dan nyaman. Masyarakat juga perlu mencermati perusahaan-perusahaan mana saja yang sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga ketika bertransaksi, tidak ada laporan-laporan tentang penyalahgunaan data atau bahkan penipuan dari bertransaksi *e-commerce*.
13. Menyikapi regulasi dan perlindungan konsumen, pemerintah diharapkan dapat lebih responsif terutama terhadap regulasi yang masih tumpang tindih. Di ASEAN, negara yang sudah bagus dalam kebijakan digitalnya adalah Filipina. Di Filipina, segala sesuatu yang baru akan segera dibuat undang-undang sehingga pada saat ini Filipina menjadi negara dengan regulasi paling lengkap. Contoh seperti ini dapat diterapkan di Indonesia. Artinya pemerintah dapat memulai *full of knowledge* agar dapat merespon dunia usaha sesuai dengan perkembangan teknologi digital secara *timely*. *Timely* disini artinya adalah sesuai kebutuhan, agar tidak terjadi tumpang tindih regulasi. Pemerintah dapat secara responsif membuat kebijakan dan kebutuhan payung hukum. Jika sudah teregulasi, keuntungan yang akan didapatkan oleh pengembang teknologi digital maupun bisnis dan konsumen yang menggunakan teknologi digital adalah penyesuaian dan adaptasi dengan lingkungan bisnis yang lebih aman, sehingga dapat mendorong inovasi dan kompetisi di bawah kepastian hukum melalui instrumen legal yang tersedia.
14. Menyikapi keberadaan regulasi yang tumpang tindih hal ini terutama berkaitan dengan perusahaan *Over the Top (OTT)*. Perusahaan OTT yang dimaksud adalah perusahaan digital yang dapat mendistribusikan produknya ke seluruh dunia tanpa melewati batasan-batasan fisik

tertentu seperti Facebook, Google, Netflix, Disney, dan lain lain. Meregulasi perusahaan OTT tidak hanya menjadi tantangan di Indonesia, Eropa pun begitu. Untuk menyikapinya, Uni Eropa melalui Direktorat Jenderal Kebijakan Internal membentuk komisi khusus untuk dapat memastikan perusahaan Google membayar pajak di Eropa. Meskipun akses Google itu gratis, tetapi mereka memiliki pendapatan yang tidak sedikit. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia dapat melihat valuasi di dalam perusahaan OTT ini, seberapa banyak *user*-nya, konsumen, pengunduh, pengakses, dan iklan-iklan, karena perusahaan OTT ini sebetulnya mengandalkan konsumen dan mereka berpikir jangka panjang. Apabila telah diketahui sumber pemasukan maupun arus keuangan dari perusahaan ini, pemerintah dapat menyusun *policy paper* atau *background paper* untuk memperkuat kebijakan penarikan pajak pada perusahaan tersebut. Sangat dipahami bahwa memang pemerintah tengah menyeimbangkan kebijakan yang tumpang tindih ini yang pada intinya berusaha mendapatkan *switch pot*. *Switch pot* dapat diartikan mencari keseimbangan antara masyarakat dengan perusahaan berbasis digital dan perusahaan asing, yang kemudian pada saat yang sama produk lokal dapat ikut serta mengembangkan produk yang sama dan menjadi pemasok. Selain itu, pemerintah juga perlu memperhatikan konten lokal agar perusahaan-perusahaan OTT ini dapat sesuai dengan nilai maupun norma yang ada di Indonesia. Hal ini dapat mendorong rumah produksi yang ada di Indonesia merasa tertantang untuk membuat konten yang lebih baik.

15. Pasal-pasal dalam PCA dapat digunakan sebagai acuan dalam upaya kerja sama antara Indonesia-Uni Eropa dalam menangani Pandemi Covid -19. Beberapa pasal yang dapat menjadi acuan antara lain pasal 20 tentang kebijakan industri & kerjasama UKM, pasal 21 tentang masyarakat informasi, pasal 22 tentang ilmu pengetahuan dan teknologi, pasal 24 transportasi, pasal 25 tentang pendidikan dan kebudayaan, pasal 27 tentang lingkungan dan sumber daya alam, pasal 31 tentang kesehatan, dan pasal 33 tentang perlindungan data pribadi. Dari beberapa pasal acuan tersebut. Mengacu pada pasal- pasal tersebut rekomendasi yang dapat dilakukan antara lain peningkatan pembangunan infrastruktur untuk menunjang implementasi ekonomi digital yang terkait dengan penanggulangan COVID-19. Kemudian pembangunan kapasitas untuk merespon kesenjangan digital, serta kesenjangan dalam kuantitas dan kualitas SDM yang mumpuni termasuk didalamnya penguatan kapasitas masyarakat & UMKM. Yang terakhir mengenai peningkatan ekspor tanaman herbal & obat herbal, serta pembuatan regulasi baru yang bersifat kontekstual dengan penanganan COVID-19.

Referensi

- APJII. 2019. *Buletin APJII*. Diakses dari: <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI43Agustus2019.pdf> . pada 10 Mei 2020.
- Ahmed, A. 2016. *How Do Supranational Entities and Globalization Affect Developing Countries?* . Diakses dari: <https://medium.com/@inprogress/how-do-supranational-entities-and-globalization-affect-developing-countries-cc8a5d892aae>. pada 27 Mei 2020.
- Alexander, N.C. 1998. *How the World Bank and IMF Influence Education in Developing Countries*. Takoma Park (Maryland USA): Globalisation Challenge Initiative.
- Amari, A. 2017. *Japan's leadership is essential for applying fair and transparent rules in the global economy*. G-sphere, Vol. 15. Diakses dari: http://www.innovation-nippon.jp/wp-content/themes/IN/gsphere/g-SPHERE_vol15_en.pdf pada 23 Agustus 2020.
- Amin, A. and Thrift, N. (eds) 1994. *Globalisation, Institutions and Regional Development in Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- ASEAN. 2016. *Master Plan on ASEAN Connectivity 2025*.. Jakarta: The ASEAN Secretariat.
- _____.2015. *ASEAN ICT Masterplan 2020*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.
- _____.2015. *ASEAN ICT Masterplan 2015: Completion Report*. Jakarta : The ASEAN Secretariat.
- _____.2011. *Master Plan on ASEAN Connectivity*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.
- ASEAN Community. 2014. *Managing integration for better jobs and shared prosperity, Asian Development Bank and the International Labour Organisation*. Thailand.
- asean.org.2017. ASEAN-EU Plan of Action (2018-2022). Diakses dari : <https://asean.org/storage/2017/08/ASEAN-EU-POA-2018-2022-Final.pdf> pada 22 November 2020.
- Baldwin, R. 2016. *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*. Cambridge, Inggris: Belknap Press of Harvard University Press.
- _____. 2019. *The Globotics Upheaval: Globalization, Robotics and the Future of Work*. New York, Amerika Serikat: Oxford University Press.
- Benaglia, S. 2019. EU-Republic India: A Renewed Strategic Partnership or Business as Usual?. *Centre for European Policy Studies*. Diakses dari: <https://www.ceps.eu/eu-Republic-India-a-renewed-strategic-partnership-or-business-as-usual/> pada 23 Agustus 2020.
- Berg, L Bruce. 2004. *Qualitative Research Methods for The Social Sciences*. Boston: Pearson Education.
- Blackwell, D., & Azu-Okeke, O. 2003. *Colonialism and Globalization: A Group-Analytic Perspective. Group Analysis*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1177/0533316403364002>. pada 20 Mei 2020.
- Blanco, L. F. 2015. *On the uses and functions of 'strategic partnership' in international politics: Implications for agency, policy and theory (PhD thesis)*. Bielefeld, Jerman: Bielefeld University.
- _____. 2016. *The functions of 'strategic partnership' in European Union foreign policy discourse*. Cambridge Review of International Affairs 1-19. doi: 10.1080/09557571.2015.1126055.
- Bloomberg News. 2018. *China's Pursuit of Europe Trade Links Powers Freight Rail Surge*. Bloomberg. Diakses dari: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-03-07/china-s-pursuit-of-europe-trade-links-powers-freight-rail-surge> pada 23 Agustus 2020.
- Bonanno, A. 2004. *Globalization, Transnational Corporations, the State and Democracy*. International Journal of Sociology of Agriculture and Food.
- Box, S., Gonzalez, J.L. 2017. *Global Megatrends: Implications for the ASEAN Economic Community*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.

- Bremmer, I. 2018. *Us vs. Them: the Failure of Globalism*. Penguin.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. 2011. *Race against the machine: How the digital revolution is accelerating innovation, driving productivity, and irreversibly transforming employment and the economy*. Brynjolfsson and McAfee.
- Cammack, P. 2003. *The Governance of Global Capitalism: New Materialist Perspective*. Historical Materialism, 11/2, h. 37-59.
- Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society*. London: Blackwell.
- Choi, C., Choi, J., Kim, C., & Lee, D. 2020. *The Smart City Evolution in South Korea: Findings from Big Data Analytics*. The Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 7(1), 301-311.
- Commission of the European Communities. 2001. *EU and Asia: A Strategic Framework for Enhanced Partnership*. Diakses dari *Communication from the Commission*. Diakses dari <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0469&from=en> pada 30 Mei 2020.
- Czechowska, L. 2013. *Poland's Intra-EU Strategic Partners*. Toruń: MADO.
- Davies, R. B., & Vadlamannati, K. C. 2013. *A Race to the Bottom in Labor Standards? An Empirical Investigation*. *Journal of Development Economics*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2013.01.003>. pada 27 Mei 2020.
- Deardorff, A. V. 2014. *Local Comparative Advantage: Trade Costs and the Pattern of Trade*. *International Journal of Economic Theory*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1111/ijet.12025>. pada 15 Mei 2020.
- Dicken, P. 1998. *Global Shift: Transforming the World Economy, 3rd. Ed*. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Dickinson, L. 1995. *Autonomy and motivation: a literature review*. System, 23(2), 165-174.
- Driesmans, I. 2020. Digital Insights to Respond to Indonesian Community for European Studies [In person]. Jakarta.
- Digital Europe. 2015. *Digital Europe position for a positive EU-Republik India cooperation on Information and Communication Technologies (ICT)*. Diakses dari: <https://www.digitaleurope.org/wp/wp-content/uploads/2019/01/DIGITALEUROPE%20position%20paper%20EU-Republik India%20Cooperation%20in%20ICT.pdf> pada 23 Agustus 2020.
- Dutta, A. 2020. *Republik India-EU Connectivity Partnership: From Convergence to Cooperation*. Issue Briefs: Republik Indian Council of World Affairs. Diakses dari: https://www.icwa.in/show_content.php?lang=1&level=3&ls_id=4834&lid=3398 pada 22 Agustus 2020.
- Economy in Indonesia. *International Journal of Management & Business Studies*, 8(3).
- EEAS. 2013. *EU-China 2020 Strategic Agenda for Cooperation*. Diakses dari: http://eeas.europa.eu/archives/docs/china/docs/eu-china_2020_strategic_agenda_en.pdf pada 17 Agustus 2020.
- _____. 2016. *ASEAN and the EU*. Diakses dari: https://eeas.europa.eu/delegations/association-southeast-asian-nations-asean/906/asean-and-eu_en pada 10 September 2020.
- _____. 2016. *The Republic of Korea and the EU*. Diakses dari: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/8789/republic-korea-and-eu_en pada 25 Agustus 2020.

- _____. 2019. *Connecting Europe and Asia: The EU Strategy*. Diunduh dari: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/eu-asian_connectivity_factsheet_september_2019.pdf_final.pdf pada 10 Mei 2020.
- _____. 2020. EU-Japan Strategic Partnership. Diakses dari https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/eu-japan_factsheet_may-2020_1.pdf pada 25 Agustus 2020.
- _____. 2018. EU and Japan Conclude Negotiations for Strategic Partnership Agreement. Diakses dari : https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/43526/eu-and-japan-conclude_negotiations-strategic-partnership-agreement_en pada 22 November 2020.
- _____. 2020. *Factsheet EU and Republik of Korea* . Diakses dari https://webgate.ec.europa.eu/isdb_results/factsheets/country/details_south-korea_en.pdf pada 25 Agustus 2020.
- Emerson, M. 2001. *The Elephant and the Bear: The EU Russia and their Near Abroads*. Center For European Policy Studies Series.
- Enhanced Regional EU-ASEAN Dialogue Instrument (E-READI) Diakses dari : [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en/49815/Enhanced%20Regional%20EU-ASEAN%20Dialogue%20Instrument%20\(E-READI\)](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en/49815/Enhanced%20Regional%20EU-ASEAN%20Dialogue%20Instrument%20(E-READI)) pada 10 Agustus 2020.
- EU-ASEAN Business Council. 2018. *2018 EU-ASEAN Business Sentiment Survey*. Diakses dari <http://dancham.id/wp-content/uploads/2018/08/EU-ASEAN-Business-sentiment.pdf>
- _____. 2019. *EU-ABC Launches Second Position Paper On The Digital Economy In ASEAN: Calls For Comprehensive Regional Approach*. Diakses dari <https://www.eu-asean.eu/single-post/2019/06/28/EU-ABC-Launches-Second-Position-Paper-On-The-Digital-Economy-In-ASEAN-Calls-For-Comprehensive-Regional-Approach> pada 10 September 2020.
- EU-ASEAN Digital Economy Dialogue 2nd Workshop on Measuring Digital Economy & Society (2019, December, 16). Diakses dari <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/eu-asean-digital-economy-dialogue-2nd-workshop-measuring-digital-economy-society> pada 10 Agustus 2020.
- EU-Japan Center for Industrial Cooperation. 2015. *Digital Economy in Japan and the EU: An Assessment of the Common Challenges and the Collaboration Potential*. Diakses dari https://www.eu-japan.eu/sites/default/files/publications/docs/digitaleconomy_final.pdf pada 23 Agustus 2020.
- European Commission. 2020. *Shaping Europe's Digital Future*. [ebook] European Union. Diakses dari: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/attachment/861987/Shaping_Europes_Digital_Future_en.pdf.pdf pada 10 Mei 2020.
- _____. 2020a. *Shaping Europe's Digital Future: Asia-Pacific*. Diakses dari: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/asia> pada 16 Agustus 2020.
- _____. 2020b. *Knowledge for Policy: Digital China – Digital Economy*. Diakses dari: https://ec.europa.eu/knowledge4policy/foresight/topic/expanding-influence-east-south/digital-economy-media-trade-cooperation_en pada 11 Agustus 2020.
- _____. 2020c. *Countries and Region: South Korea*. Diakses dari: <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/south-korea/> pada 20 Agustus 2020.
- _____. 2020d. *EU-Vietnam trade agreement enters into force*. Diakses dari: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1412 pada 9 September 2020.

- _____.2020e. *EU-China Comprehensive Agreement on Investment*. Diakses dari : <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2115> pada 22 November 2020.
- _____. 2018a. *Explaining the European Union's Approach to connecting Europe and Asia*. Diakses dari: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_5804 pada 11 Agustus 2020.
- _____. 2018b. *EU shapes its ambitious strategy on Republik India*. Diakses dari: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_6481 pada 23 Agustus 2020.
- _____.2018c. *EU-Vietnam Trade Agreement-MEMO*. Diakses dari : <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1922> pada 22 November 2020.
- _____.2018d. *Key Elements of the EU-Singapore Trade and Investment Agreements*. Diakses dari : <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1827> pada 22 November 2020.
- _____. 2015. *The EU and China signed a key partnership on 5Gs, our tomorrow's communication networks*. Diakses dari: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_15_5715 pada 16 Agustus 2020.
- _____. 2015. *EU and Japan announce cooperation on 5G mobile technology*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/eu-and-japan-announce-cooperation-5g-mobile-technology> pada 25 Agustus 2020.
- _____.2010. *EU-South Korea Free Trade Agreement : A Quick Reading Guide October 2010*. Diakses dari : http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145203.pdf pada 22 November 2020.
- _____.nd. *India*. Diakses dari : https://ec.europa.eu/international-partnerships/where-we-work/india_en pada 22 November 2020.
- European Council. 2020. *A New Strategic Agenda 2019-2024*.
- European Parliament. 2018. *A new era in EU-China relations: more wide-ranging strategic cooperation*. Diakses dari: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/570493/EXPO_STU\(2018\)570493_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/570493/EXPO_STU(2018)570493_EN.pdf) pada 16 Agustus 2020.
- Finnemore, M. & Kathryn, S. 1998. *International norm dynamics and political change*. International Organization, 52(4), 887-917.
- Fraser, C. & Yongnian, Z. 2007. *Key elements of a strategic partnership. Dalam: China - EU: A Common Future, Stanley Crossick & Etienne Reuter (ed), 3-14, Singapura*. Singapura: World Scientific Publishing Ltd.
- Friedman, T. L. 2000. *The Lexus and the olive tree: Understanding globalization*. Farrar, Straus and Giroux.
- Gaspar, V., Collin, P., Devereux, M. P., Jim, H. S., Varrak, T., Walsh, M., & Westberg, B. 2014. *Commission Expert Group on Taxation of the Digital Economy*. European Commission, May. Diakses dari : https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/g_en_info/good_governance_matters/digital/report_digital_economy.pdf . pada 30 Mei 2020.
- Gede, D., Raeskyesa, S., & Novianti, E. 2019. Does Digitalization Increase Economic Growth ? Evidence from ASEAN8 Countries. *Jurnal Ekonomi Indoneisa*, 8(2), 267–278. <http://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/view/33/12>
- Giddens, A. 2003. *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Taylor & Francis.
- Habarados, R., Mia, I. 2020. *ASEAN ICT developments: Current state, challenges, and what they mean for SMEs*. Philippine Academy of Management E-Journal Vol. 3 No. 1; 37-48.

- Haidt, J. 2016. *When and Why Nationalism Beats Globalism*. Policy: A Journal of Public Policy and Ideas, 32/3, h. 46.
- Hall, D.; Hirsch, P.; & Li, T. M. 2011. *Powers of Land Dilemmas in Southeast Asia Challenges of the Agrarian Transition in Southeast Asia. Powers of Exclusion: Land Dilemmas in Southeast Asia*.
- Hargrave, M. 2019. *Supranational*. Diakses dari: <https://www.investopedia.com/terms/s/supranational.asp>. pada 27 Mei 2020.
- Held, D.; McGrew, A.; Goldblatt, D.; and Perraton, J. 1999. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Held, D. & McGrew, A. 2002. *Globalisation/ Anti-Globalisation*. Oxford: Blackwell.
- Collins, E. F. 2007. *Indonesia betrayed: How Development Fails*. *Choice Reviews Online*. Diakses dari: <https://doi.org/10.5860/choice.45-2136>. pada 22 Mei 2020.
- Hjelholt, M., & Schou, J. 2017. *Digital lifestyles between solidarity, discipline and neoliberalism: On the historical transformations of the Danish it political field from 1994 to 2016*. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 15(1), 370-389.
- Holroyd, C. 2019. *Digital content promotion in Japan and South Korea: Government strategies for an emerging economic sector*. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 6(3), 290-307.
- Holroyd, C., & Coates, K. S. 2015. *The Global Digital Economy: A Comparative Policy Analysis- Student Edition*. Cambria Press.
- Huong, N. 2019. *EU prioritizes helping Vietnam's digital economy development*. Diakses dari: <http://ven.vn/eu-prioritizes-helping-vietnams-digital-economy-development-41572.html> pada 10 September 2020.
- IMD. 2020. *IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020*. IMD World Competitiveness Center. Diakses dari https://www.imd.org/globalassets/wcc/docs/release-2017/world_digital_competitiveness_yearbook_2017.pdf pada 22 November 2020.
- Infocomm Media Development Authority. 2018. *Digital Economy Framework for Action*. Diakses dari: <https://www.imda.gov.sg/infocomm-media-landscape/SGDigital/Digital-Economy-Framework-for-Action> . pada 17 Mei 2020.
- Jacoby, W., & Meunier, S. 2010. *Europe and the Management of Globalization*. *Journal of European Public Policy*, 17/3, h. 299-317.
- Jawara, F. and Kwa, A. 2003. *Behind the Scenes at the WTO: the Real World of International Trade Negotiations*. London: Zed Books.
- Jenson, J. & Santos B.d.S. 2000. *Globalizing Institutions: Case Studies in Regulation and Innovation*. Burlington (VT): Ashgate.
- Kang, M. 2020. *How is Seoul, Korea transforming into a smart city?*. World Bank Blogs. Diakses dari <https://blogs.worldbank.org/sustainablecities/how-seoul-korea-transforming-smart-city> pada 25 Agustus 2020.
- Keohane, Robert.O. 2001. *Governance in A Partially Globalized World*. *American Political Science Review*, 95/1.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. 2019. *Buku Putih: Indonesia Digital for Future Economy and Inclusive Urban Transformation*.

- Kim, K. 2018. *Matchmaking: Establishment of State-owned Holding Companies in Indonesia*. *Asia and the Pacific Policy Studies*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1002/app5.238>. pada 20 Mei 2020.
- Kiggundu, M. N. 2002. *Managing Globalization in Developing Countries and Transition Economies: Building Capacities for A Changing World*. Greenwood Publishing Group.
- Korten, D. C. 2001. *When Corporations Rule the World 2nd ed*. San Francisco, Calif. : Bloomfield, Conn.: Berrett-Koehler Publishers.
- Krasner, S. D. 2001. *Sovereignty*. *Foreign Policy*, 122, h. 20-29, doi:10.2307/3183223.
- Krause Hansen, H., & Salskov-Iversen, D. 2005. *Remodeling the transnational political realm: Partnerships, best-practice schemes, and the digitalization of governance*. *Alternatives*, 30(2), 141-164.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. 2012. *International Economics: Theory and Policy*. Pearson Education, Inc.
- Kwa, A. 2002. *Power Politics and the WTO*. London: Zed Books.
- Latif, M. I. 2010. *Globalization: Myth or Reality?* *Pakistan Horizon*, 63/4, h. 33-49.
- Lallana, E. C. 2016. *Deepening Asia-Europe Connectivity through ICT*. (A. Prakash, Ed.), *Asia-Europe Connectivity Vision 2025 : Challenges and Opportunities*. ERIA. Diakses pada <https://www.eria.org/Deepening Asia-Europe Connectivity through ICT.pdf>
- Larcon, J.P. & Vadcar, C. 2020. *EU-Asia Connectivity: France's Three Largest Cities and China's Belt and Road*. *China and the World: Ancient and Modern Silk Road*, 3(1), 1-30.
- Lee-Makiyaman, H. 2018. *Regulatory Assesment & FDI Review: The Digital Economy in Japan*. LSE Consulting. Diakses dari <https://www.lse.ac.uk/business-and-consultancy/consulting/assets/documents/at-the-nexus-of-trade-and-investment-sectoral-paper-digital-economy.pdf> pada 25 Agustus 2020.
- Letter, S. 2001. *Who "owns" International Organisations?*. *South Letter* 1-2/ 37. Diakses dari: <http://www.southcentre.org/southletter/sl37/sl37.htm>. pada 16 Juni 2020.
- Li, T. M. 2011. *Centering labor in the land grab debate*. *Journal of Peasant Studies*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1080/03066150.2011.559009>. pada 5 Juli 2020.
- Liddle, B. 2001. *Free Trade and the Environment-Development System*. *Ecological Economics*. Diakses dari: [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(01\)00215-4](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(01)00215-4). pada 5 Juli 2020.
- Lacey, Simon. 2017. *Mapping Digital Economy*. Paper dipresentasikan di UNCTAD Multi-year Expert Meeting tentang Trade, Services and Development di Jenewa pada 18-20 July 2017.
- Larcon, J.P. & Vadcar, C. 2020. *EU-Asia Connectivity: France's Three Largest Cities and China's Belt and Road*. *China and the World: Ancient and Modern Silk Road*, 3(1), 1-30.
- Lamy, P. 2004. *Europe and the Future of Economic Governance*. *J. Common Mkt. Stud.*, 42/5.
- Lee-Makiyaman, H. 2018. *Regulatory Assesment & FDI Review: The Digital Economy in Japan*. LSE Consulting. Diakses dari <https://www.lse.ac.uk/business-and-consultancy/consulting/assets/documents/at-the-nexus-of-trade-and-investment-sectoral-paper-digital-economy.pdf> pada 25 Agustus 2020.
- Leyen, U. 2019. *A Union That Strives for More. My Agenda for Europe*. *Political Guidelines for the next European Commission 2019, 2024*.
- L'Hoest, Raphael. 2001. *The European Dimension of the Digital Economy*. *Intereconomics: Review of European Economic Policy*, 36/1, h. 44-50.
- LPEM FEB UI. 2019. *Macroeconomic Analysis Series: Indonesia Economic Outlook Q2-2019*. Diakses dari: <https://www.lpem.org/wp-content/uploads/2019/05/Indonesia-Economic-Outlook-Q2-2019.pdf> pada 9 Mei 2020.

- Lucas, M. 1999. *Nationalism, Sovereignty, and Supranational Organizations*.
- Margerum Harlen, C. 1999. *A Reappraisal of Classical Economic Nationalism and Economic Liberalism*. *International Studies Quarterly*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1111/0020-8833.00143>. pada 5 Juli 2020.
- Martell, L. 2007. *The Third Wave in Globalization Theory*. *International Studies Review*, 9/2, h. 173-196.
- McKinsey & Company. 2019. *Digital Republik India: Technology to Transform a Connected Nation*. Diakses dari: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20Republik%20India%20Technology%20to%20transform%20a%20connected%20nation/MGI-Digital-Republik-India-Report-April-2019.ashx> pada 9 Mei 2020.
- Michael, B. 2003. *Theorising the Politics of Globalisation: A Critique of Held et al.'s "Transformationalism"*. *Journal of Economic & Social Research*, 5/1.
- Mills, T. 2018. *How the Republic of Korea became a world ICT leader*. ITU News. Diakses dari <https://news.itu.int/republic-korea-leader-information-communication-technologies/> pada 25 Agustus 2020.
- Ministry of Science & ICT. 2018. *The Innovation Growth Engine: Leading Preparations for the Fourth Industrial Revolution*. Diakses dari http://english.msip.go.kr/cms/english/pl/policies2/_icsFiles/afieldfile/2018/04/06/혁신성장영문-인쇄본.pdf pada 25 Agustus 2020
- Ministry of Science & ICT. 2020. *5G+ Strategy to Realize Innovative Growth*. Diakses dari http://english.msip.go.kr/cms/english/pl/policies2/_icsFiles/afieldfile/2020/01/20/5G%20plus%20Strategy%20to%20Realize%20Innovative%20Growth.pdf pada 25 Agustus 2020.
- Mohan, G. 2018. *Charting EU-Republik India Cooperation on Connectivity*. EU-Republik India Think Tanks. Diakses dari: <https://euRepublikIndiathinktanks.com/wp-content/uploads/2019/02/EU-Republik-India-connectivity-GPPI-and-Carnegie-1.pdf> pada 20 Agustus 2020.
- Morii, A. 2015. *Dialogue without cooperation? Diplomatic implications of EU-Japan summits*. *Asia Europe Journal*, 13(4), 413-424.
- Murray Li, T. 2010. *Indigeneity, Capitalism, and the Management of Dispossession*. *Current Anthropology*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1086/651942>. pada 5 Juli 2020.
- Murray Li, T. 2009. *The Will to Improve: Governmentality, Development, and the Practice of Politics*. *Development and Change*. Diakses dari: https://doi.org/10.1111/j.1467-7660.2009.01519_5.x. pada 8 Agustus 2020.
- McKinsey & Company. 2019. *Digital India: Technology to Transform a Connected Nation*. Diakses dari: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Digital%20India%20Technology%20to%20transform%20a%20connected%20nation/MGI-Digital-India-Report-April-2019.ashx> pada 9 Mei 2020.
- Mühleisen, Martin. 2018. *The Long and Short of The Digital Revolution*. *Finance and Development*, 5/2, h. 6-8.
- Nagy, Hanna. 2018. *A Role for the State in the Digital Age*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7/5, h. 1- 16.
- OECD 2015. *OECD digital economy Outlook 2015*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

- OECD. 2017. *OECD Digital Economy Outlook 2017: Spotlight on Korea*. Diakses dari <https://www.oecd.org/korea/digital-economy-outlook-2017-korea.pdf> pada 23 Agustus 2020.
- Okano-Heijmans, M. 2019. *How to strengthen Europe's agenda on digital connectivity*. Policy Brief: Clingendael Netherlands Institute of International Relations.
- Ougaard, M. and Higgott, R. 2002. *Towards a Global Polity*. London: Routledge.
- Park, S. 2019. *EU's strategic partnership with Asian countries: an introductory article for the special issue*. Asia Europe Journal, 17, 257-263. doi: 10.1007/s10308-019-00552-4
- Paul Forster TV. 2020. *EU Connectivity 2020*. Retrieved September 10, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=XK1pheLJ5rk&feature=youtu.be>
- Petersen, T. 2019. *Digital Economy: How is Digitalization Changing Global Competitiveness and Economic Prosperity?*
- Porto, M. 2020. The rules of origin in the EU–Japan relations from the 1980s to the EPA and BREXIT. Asia Europe Journal, 18(1), 35-55.
- Prakash, A., & Potoski, M. 2006. *Racing to the Bottom? Trade, Environmental Governance, and ISO 14001*. American Journal of Political Science. Diunduh dari: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00188.x>. Diakses pada 17 Agustus 2020.
- Republik India-EU ICT Standardisation Collaboration. 2020. About Us. Diakses dari: <https://www.RepublikIndiaeu-ictstandards.in/about-us/> pada 23 Agustus 2020.
- Rohmah, Farida. 2017. Perkembangan Uang Elektronik Pada Perdagangan Di Indonesia. Bisnis Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 1–19. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i1.3568>.
- Sautenet, A. 2007. *The current status and prospects of the 'strategic partnership' between the EU and China: towards the conclusion of a partnership and cooperation agreement*. European Law Journal, 13(6), 699–731.
- Schwab, Klaus. 2019. *Revolusi industri Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- SEnECA. 2018. *Policy Paper No.1 - Political and Security Relations - Mapping EU - Central Asia Relations*. Diunduh dari : <https://www.seneca-eu.net/policy-papers-mapping/policy-paper-no-1/> . Diakses pada 22 November 2020.
- Sinclair, S. 2000. *GATS: How the World Trade Organisation's New 'Services' Threatens Democracy*. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives.
- Statista. 2019. *Digital Economy Compass 2019*. Diunduh dari : <https://www.statista.com/study/52194/digital-economy-compass>. Diakses pada 23 Agustus 2020.
- Strauss, L. dan Juliet Corbin. 1990. *Basics of Qualitative Research*. Sage Publication.
- Strüver, G. 2017. China's Partnership Diplomacy: International Alignment Based on Interests or Ideology. *The Chinese Journal of International Politics*, 10(1), 31-65.
- Tănăsescu, D., Dumitru F., and Dincă G. (August 22nd 2012). *The Role of the International Organisms in the Globalization Process, Globalization - Approaches to Diversity*. Hector Cuadra-Montiel, IntechOpen, DOI: 10.5772/50188. Diunduh dari: <https://www.intechopen.com/books/globalization-approaches-to-diversity/the-role-of-the-international-organisms-in-the-globalization-process>. Diakses pada 15 Agustus 2020.
- Tayibnapis, A., & Wuryaningsih, L. 2018. *The Development of Digital*

- Teodoro, J. 2015. *ASEAN's Connectivity Challenge*. The Diplomat.
<https://thediplomat.com/2015/06/aseans-connectivity-challenge/>
- The Economic Times. 2019. *Digital Adaptation may result in strong economic growth in Republik India: McKinsey Report*. Diakses dari: <https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/indicators/digital-adoption-may-result-in-strong-economic-growth-in-india-mckinsey-report/articleshow/68600887.cms?> pada 23 Agustus 2020.
- The World Bank. 2018. *Urbanization Reviews*.
<https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/publication/urbanization-reviews>
- Tidwell, A., & Lerche, C. 2004. *Globalization and Conflict Resolution*. International Journal of Peace Studies, h. 47-59.
- Tomlinson, J. 1999. *Globalization and culture*. University of Chicago Press.
- Tyushka, A. & Czechowska, L., 2019. Strategic partnership, international politics, and IR theories. Dalam: *States, international organizations, and strategic partnerships*, Lucyna Czechowska, et. al. (ed.), 8-43. Cheltenham, Inggris: Edward Elgar Publishing.
- Unit, E. I. 2010. *Digital economy rankings 2010: Beyond e-readiness*. The Economist, June, 1-26. Diakses dari
https://graphics.eiu.com/upload/EIU_Digital_economy_rankings_2010_FINAL_WEB.pdf.
pada 30 Mei 2020.
- Wade, R.H. 2002. *US Hegemony and the World Bank: the Fight Over People and Ideas*. Review of International Political Economy 9/2, h. 215-243.
- Watson, A. M. S. 2001. *Strategic partnership*. Dalam: *Routledge Encyclopaedia of International Political Economy*, R. J. Barry Jones (ed.), 1488–1490. London dan New York: Routledge.
- Wheeler, D. 2001. *Racing to the Bottom? Foreign Investment and Air Pollution in Developing Countries*. *Journal of Environment and Development*. Diakses dari: <https://doi.org/10.1177/10704965-0101003-02>.
pada 30 Mei 2020.
- WTO. 2008. *2007 WTO Public Forum: How can the WTO Help Harness Globalization?*. Switzerland: WTO Publication.
- Wübbecke, et. al. 2016. Made in China 2025: The making of a high-tech superpower and its implications for industrial countries. *Mercator Institute for Chinese Studies: Handout for Hamburg Summit*. Diakses dari: <http://www.citc.it/wp-content/uploads/2017/07/MERICS-Made-in-China-2025.pdf> pada 10 Agustus 2020.
- UNCTAD. 2019. *Digital Economy Report 2019. Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries*. New York: UN Publications.
- Yeo, Y. H., Kim, S. K., Bae, J. H., & Kim, B. G. 2014. *The Assessment of Information and Communication Technology (ICT) Policy in South Korea*. In *Advances in computer science and its applications* (pp. 1241-1249). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Zhang, Longmei & Sally Chen. 2019. *China's Digital Economy: Opportunities and Risk*. Diakses dari: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2019/01/17/Chinas-Digital-omy-Opportunities-and-Risks-46459>. pada 10 Mei 2020.
- [What is digital economy?](#)
- . 1997. State Strategies in the Global Political Economy. *Choice Reviews Online*. Diakses dari: <https://doi.org/10.5860/choice.34-3428>. pada 23 Agustus 2020.
- . 2014. *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.

---. 2020. *Mendorong Akselerasi Transformasi Digital*. Diakses dari:

https://www.kominfo.go.id/content/detail/27979/siaran-pers-no-86hmkominfo072020-tentang-mendorong-akselerasi-transformasi-digital/0/siaran_pers. pada 23 Agustus 2020.