



Indonesia yang Cerdas Digital (*Digital-Savvy*)

Ditulis oleh Tidiane Kinda dan Ting Yan

22 Februari 2018



Seorang pramuniaga menunjukkan ponsel pintar (*smartphone*) terbaru kepada pelanggan di sebuah *showroom* di Jakarta, Indonesia: penggunaan layanan internet seluler terus berkembang pesat di Indonesia (foto: Beawharta/Reuters/Newscom).

Sebagai negara dengan jumlah penduduk usia muda ketiga terbesar di dunia dan dengan 130 juta pengguna aktif media sosial, Indonesia siap menjadi negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Indonesia harus mengembangkan infrastruktur dan meningkatkan penetrasi internet untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan produktivitas agar dapat sepenuhnya memanfaatkan peluang digital.

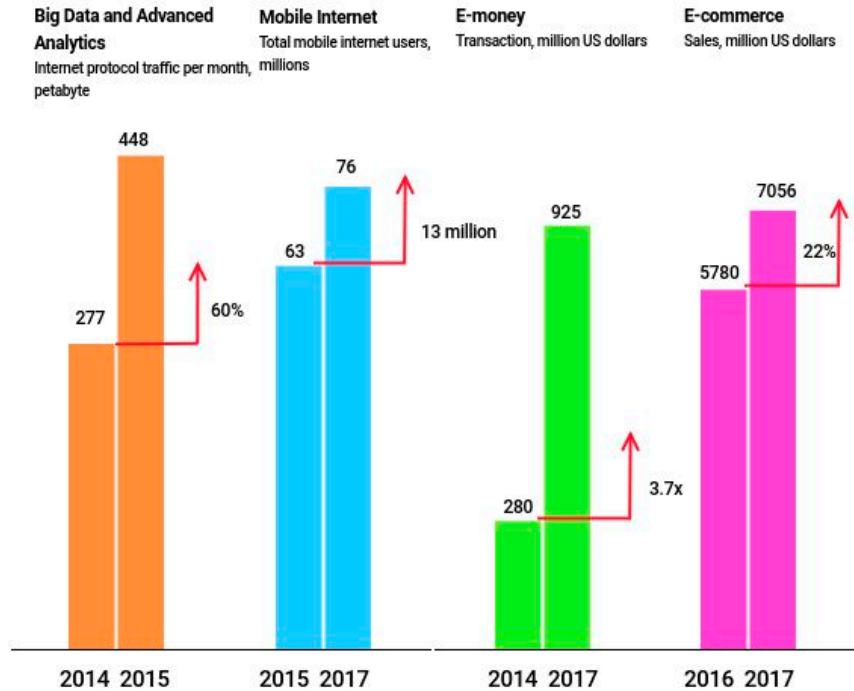
Menurut laporan McKinsey, proses digitalisasi dapat meningkatkan perekonomian Indonesia hingga 10 persen terhadap PDB dan membuka 3,7 juta lapangan pekerjaan baru sebelum tahun 2025.

Seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas, lanskap digital Indonesia sudah semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir—antara lain karena meningkatnya penggunaan *big data* dan internet seluler (*mobile internet*), serta semakin populernya layanan keuangan digital dan *e-commerce*. Penggunaan *big data*

dan *advanced analytics* meningkat sebesar 60 persen pada tahun 2014-2015, dan jumlah pengguna internet seluler bertambah sebanyak 13 juta orang (lebih dari 20 persen) pada tahun 2015-2017.

Indonesia's digital dynamism

Digital transactions are growing in Indonesia and have become more wide-spread, particularly with lower-income populations.



Source: Statista, CEIC Data Co. Ltd., and McKinsey (2016).

Note: Petabyte= 1 million gigabytes



Momentum digital

Selain itu, Indonesia juga mengalami peralihan besar menuju layanan keuangan digital—perkembangan menjanjikan yang dapat mendukung inklusi keuangan karena Indonesia memiliki jumlah penduduk ketiga terbesar di dunia yang tidak memiliki akses perbankan. Sebagai contoh, Indonesia Banking Survey yang dilakukan oleh PricewaterhouseCoopers menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang melakukan transaksi perbankan melalui kantor cabang tradisional (lebih dari 50 persen total transaksi) menurun dari 75 persen di tahun 2015 menjadi 45 persen di tahun 2017.

Jumlah transaksi digital juga meningkat secara pesat. *E-money*, yang banyak digunakan oleh penduduk berpendapatan rendah, telah meningkat empat kali lipat pada tahun 2014 - 2017, dan pendapatan dari *e-commerce* bertambah sebesar 22 persen pada tahun 2016-2017.

Penduduk usia muda di Indonesia yang semakin bertambah, dapat dengan cepat mengadopsi teknologi ini dan menjadi basis pelanggan yang cukup besar untuk ekonomi digital. Alhasil, Indonesia memiliki lebih dari 1.700 *startup* digital—di belakang Amerika Serikat, India dan Inggris.

Go-Jek, misalnya, yang didirikan pada tahun 2010 sebagai layanan untuk memesan jasa pengantaran dengan sepeda motor melalui telepon seluler dan diawali dengan 20 orang pengemudi, berkembang menjadi *mobile platform* yang populer yang dapat digunakan kapan saja. Go-Jek yang dijuluki sebagai “*super app*”, kini menyediakan berbagai jenis layanan, seperti transportasi, pembayaran *mobile*, dan pengantaran makanan dengan total armada lebih dari 400.000 orang pengemudi.

Memperluas peluang digital

Akan tetapi, Indonesia masih menghadapi kesenjangan digital, yang menghambat perkembangan. Misalnya, Indonesia memiliki tingkat penetrasi internet terendah di kawasan ASEAN karena hanya seperempat dari jumlah penduduknya menggunakan internet. Walaupun internet ditawarkan dengan harga yang terjangkau di Indonesia, kualitas rata-rata, termasuk *bandwidth* per pengguna dan kecepatan koneksi rata-rata masih tergolong rendah.

Laporan kajian ekonomi tahunan (*annual economic assessment report*) IMF yang terbaru berfokus pada reformasi yang mendukung inovasi dan penciptaan lapangan pekerjaan untuk mendorong pertumbuhan potensial dan diversifikasi ekonomi di Indonesia.

Untuk ekonomi digital, prioritas-prioritas ini secara khusus berfokus untuk:

Meningkatkan infrastruktur Indonesia untuk akses informasi dan teknologi.

Meningkatkan keahlian para pekerja—khususnya literasi digital—untuk memenuhi tuntutan ekonomi digital.

Menyederhanakan peraturan dan mendorong masuknya perusahaan asing dan tenaga kerja ahli untuk semakin meningkatkan persaingan dan menstimulasi inovasi.

Mengelola risiko

Perkembangan ekonomi digital juga disertai dengan berbagai risiko, termasuk risiko *cyber*. Otomatisasi skala besar dapat mempercepat pengurangan lapangan pekerjaan

dan meningkatkan kesenjangan pendapatan. Di sektor keuangan, teknologi yang berkembang, termasuk mata uang virtual (*virtual currencies*), dapat menimbulkan gangguan terhadap lembaga keuangan yang sudah didirikan dan mendorong migrasi kegiatan-kegiatan keuangan di luar sektor yang sudah ditetapkan.

Dengan menyeimbangkan penanganan risiko akibat digitalisasi dan mendorong inovasi, kebijakan dapat menjadi alat yang membantu Indonesia untuk memanfaatkan dividen digital.

Bank Indonesia dan IMF menyelenggarakan konferensi tingkat tinggi *New Growth Models in a Changing Global Landscape* di Jakarta pada tanggal 27 Februari untuk membahas cara menangani tantangan-tantangan ini, dengan mengundang para pembuat kebijakan dan pemikir (*thinkers*) terkemuka.

Indonesia juga berkesempatan untuk terus menunjukkan transformasi digitalnya sebagai tuan rumah 2018 IMF-World Bank Annual Meetings yang akan datang.

Untuk informasi lebih lanjut:

[Kajian](#) ekonomi tahunan IMF terbaru untuk Indonesia

[Menciptakan Lapangan Pekerjaan bagi Generasi Muda di Indonesia: Lima Grafik Penting](#)



Tidiane Kinda adalah *Senior Economist* di *Asia and Pacific Department* - IMF, dengan spesialisasi Indonesia. Dia sebelumnya menjabat sebagai *Special Assistant to the Director* dan *Economist* di *Regional Studies Division* pada departemen yang sama. Sejak bergabung dengan IMF pada tahun 2009, dia juga pernah bekerja di *African Department* dan *Fiscal Affairs Department*, termasuk menjadi *Fiscal Economist* untuk Kawasan Eropa, Kanada, Kroasia, Moldova, dan *Desk Economist* untuk Chad. Sebelum bergabung dengan IMF, Tidiane Kinda juga pernah bekerja untuk *Research Department* di Bank Dunia. Dia memiliki banyak publikasi tentang beragam topik, termasuk keuangan publik, ketimpangan, dan arus modal. Bapak Kinda mendapatkan gelar S3 dalam Ilmu Ekonomi dari CERDI-University of Auvergne di Perancis, di mana beliau mengajar mata kuliah makroekonomi dan ekonometrika terapan.



Ting Yan adalah *Press Officer* pada *Communications Department* di IMF, dengan spesialisasi hubungan media di kawasan Asia dan Pasifik. Sebelum bergabung dengan IMF, dia menjabat sebagai *Deputy Editor-in-Chief* di Wallstreetcn, perusahaan berita keuangan digital terkemuka di Tiongkok, dan sebelumnya menjadi *Senior Financial Journalist* di China Business News (CBN). Liputan dan komentarnya berfokus pada pasar global, kebijakan moneter, dan organisasi internasional. Ting sudah pernah berpergian ke banyak negara untuk meliput konferensi keuangan global utama dan mewawancarai banyak pembuat kebijakan, pemimpin bisnis, dan akademisi. Dia mendapatkan gelar S2 dalam Administrasi dan Perencanaan Pembangunan dari University College London dan gelar S1 dalam Keuangan dari Fudan University di Shanghai.