

Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia sebagai Negara Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara

President Joko Widodo's Effort To Make Indonesia The Largest Digital Economy In Southeast Asia

Poppie Yolanda Sulaiman* & Arie Kusuma Paksi

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 12 Agustus 2022 ; Direview: 28 Oktober 2022; Disetujui: 05 November 2022

*Corresponding Email: yolandanoppie@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Presiden Joko Widodo dalam mewujudkan Indonesia menjadi negara dengan kekuatan digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara dengan potensi yang dimiliki Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan dengan kerangka pemikiran merkantilisme, pemerintah berupaya menjadikan Indonesia sebagai negara dengan kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan memanfaatkan aktivitas ekonomi digital di Indonesia guna mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan dari aktivitas ekonomi digital untuk memenuhi kepentingan nasional negara. Upaya yang dilakukan pemerintah antara lain mengejar perkembangan teknologi dengan melakukan pemerataan infrastruktur digital, penggerakan sektor UMKM yang bekerjasama dengan MNC, Integrasi pusat dengan Pembangunan Pusat Data Nasional, menyusun Regulasi Pendanaan untuk Transformasi Digital, Mempersiapkan Kebutuhan SDM dan pembentukan roadmap perdagangan. Melihat berbagai upaya tersebut maka pemerintahan telah melakukan pemanfaatan teknologi dan potensi yang ada dengan harapan akan meningkatkan daya saing bagi perekonomian Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Digital; Revolusi Industri; ASEAN; Transformasi Digital

Abstract

This study aims to find out how President Joko Widodo's efforts in realizing Indonesia become a country with the largest digital economy power in Southeast Asia with the potential that Indonesia has. The method used in this research is descriptive qualitative. The results of this study indicate that based on the mercantilism framework, the government seeks to make Indonesia the country with the largest digital economy power in Southeast Asia by utilizing digital economic activities in Indonesia to obtain or maximize profits from digital economic activities to meet the country's national interests. Efforts made by the government include pursuing technological developments by distributing digital infrastructure, mobilizing the UMKM sector in collaboration with MNCs, integrating the center with the National Data Center Development, preparing Funding Regulations for Digital Transformation, Preparing HR Needs and establishing a trade roadmap. Seeing these various efforts, the government has made use of existing technology and potential in the hope that it will increase competitiveness for the Indonesian economy.

Keywords: Digital Economy; Industrial Revolution; ASEAN; Digital Transformation

How to Cite: Sulaiman, P.Y., & Paksi, A.K., (2022), Upaya Presiden Joko Widodo Menjadikan Indonesia Sebagai Negara Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2):1226-1233



PENDAHULUAN

Terciptanya revolusi industri menimbulkan banyak hal mulai dari pemanfaatan, tantangan, hingga resiko yang di hadapi baik bagi individu, masyarakat, lembaga, hingga negara dalam berbagai bidang seperti sosial, budaya dan tentunya dalam bidang ekonomi. Sehingga di perlukan berbagai macam bentuk antisipasi dan juga kebijakan yang tepat dalam menyikapi revolusi industri tersebut, terutama pada bidang ekonomi. Memasuki zaman revolusi industri 4.0 dengan melakukan pemanfaatan sektor pada bidang digital dapat meningkatkan efisiensi dalam perekonomian negara bahkan hubungan kerjasama antar negara-negara di dunia (Idat, 2019). Namun disela-sela adanya perlambatan dalam laju pertumbuhan ekonomi negara, bidang industri digital yaitu e-commerce malah mengalami lonjakan. Hal ini dapat diamati pada triwulan I tahun 2016 pertumbuhan ekonomi negara menunjukkan angka sebesar 4,92 persen yang mana angka ini lebih rendah dari triwulan ke-4 sebesar 5,04% pada tahun 2015. Jika dilihat dari data tersebut maka ekonomi tanah air telah menunjukkan peningkatan di tengah perlambatan laju pertumbuhan ekonomi dan tetap terus berlanjut seterusnya. Hal ini dikarenakan masih ada beberapa sektor yang belum dikelola dengan maksimal salah satunya sektor ekonomi digital (Mustami & Rafie, 2016).

Di lansir dari data yang telah di analisis oleh Ernst & Young (sebuah firma jasa profesional multinasional dengan induk perusahaan di London, Inggris Britania Raya) bahwa setiap tahunnya pendapatan terhadap bisnis online yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan hingga 40% (KOMINFO, 2015). Penggunaan internet khususnya pada e-commerce telah mengambil bagian terhadap gaya hidup masyarakat yang semakin masif di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* akan terus bertransformasi di Indonesia. Terlihat dari pertumbuhan dan perkembangan aktivitas e-commerce yang di lakukan berbagai perusahaan dan juga individu, adanya distribusi digital pada barang dan jasa saat ini banyak yang berbasis internet. Penggunaan digital yang semakin berkembang membuktikan bahwa Indonesia dalam hal ini siap bersaing dalam dunia baru (Prima et al., 2018).

Pakar ekonomi digital yaitu (Tapscott, 1998) telah memaparkan mengenai ekonomi digital selaku sosiopolitik dan sistem ekonomi dengan ciri menjadi ruang intelijen yang terdiri dari informasi dengan ragam aksesnya terhadap seluruh instrumen informasi dan juga pemrosesan informasi serta daya tampung komunikasi. Hal tersebut memiliki maksud bahwa munculnya ekonomi digital dapat dilihat dari banyaknya bisnis yang telah berkembang bahkan pemanfaatan teknologi digital oleh transaksi perdagangan seperti penggunaan internet menjadi wadah untuk berkomunikasi, kerjasama baik antar perusahaan maupun individu. Sehingga dengan perkembangan teknologi digital yang kian meningkat ini, menjadikan banyak perusahaan dan negara-negara di dunia untuk membuat kebijakan dalam mengembangkan kebijakan perdagangan nya. Para pelaku bisnis dan negara-negara yang ada di dunia ini telah mendapatkan banyak manfaat dari adanya ekonomi digital karena dengan transformasi ini maka terdapat dukungan dalam perluasan pasar dan penjualan produk lintas negara yang berpotensi meningkatkan ekonomi nasional negara (Wirabrata, 2016).

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia tidak dapat di ragukan lagi, dapat dilihat bahwa banyak kota besar di Indonesia telah memanfaatkan teknologi digital di setiap aktivitasnya. Indonesia juga memiliki berbagai perusahaan yang berbasis digital seperti *Go-jek*, *Lazada*, *Buka Lapak*, *Tokopedia*, *Blibli*, *Traveloka*, dan lainnya yang akan terus berkembang. Semua perusahaan yang berbasis digital tersebut sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas dengan berbagai fitur yang di sajikan. Menurut laporan dari Mc Kinsey "*Unlocking Indonesia's Digital Opportunity*" pada tahun 2025 di perkirakan peningkatan ekonomi akan mencapai US\$ 150 Miliar dengan adanya peralihan ke arah digital. Terlebih lagi peningkatan digitalisasi di Indonesia akan terus meningkat mengingat upaya pemerintah yang terus memperluas jaringan internet bagi masyarakat untuk memudahkan akses konsumen memenuhi kebutuhannya. Sehingga, di Era pemerintahan Joko Widodo memiliki visi akan menjadikan Indonesia pada tahun 2020 menjadi negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, dengan memanfaatkan produk dan pelaku lokal.



Penelitian ini berangkat dari adanya penelitian sebelumnya yang di tulis oleh Rosamaria Sianturi (2017) yaitu “Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional” yang memaparkan ekonomi digital mengarah pada ekonomi yang berbasis teknologi-teknologi digital sebagai salah satu media dalam pelaksanaan kegiatan usaha melalui perdagangan elektronik. Berkaitan dengan perekonomian digital, fokus pemerintah mengarah pada kebijakan ekonomi fiskal yang mana kebijakan tersebut masih kurang menguntungkan bagi para pelaku di dunia e-business. Pemerintahan akan tetap membuat regulasi-regulasi guna mengatur jalannya ekonomi digital di Indonesia seiring dengan berkembangnya masyarakat (Sianturi, 2017).

Studi lainnya mengenai ekonomi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara juga sudah banyak di kaji salah satunya oleh Achmad Wirabrata (2016), yang mengkaji tentang “Prospek Ekonomi Digital Bagi Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi”. Achmad Wirabrata menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan pada era globalisasi, berbagai negara mulai menguatkan perekonomiannya melalui ekonomi digital. Dalam mendukung kemajuan ekonomi digital tanah air, pemerintahan memiliki visi untuk Indonesia menjadi *The Digital Energy of Asia*. Namun, masih ada faktor yang dapat menjadi penghambat dalam pelaksanaan ekonomi digital di Indonesia walaupun Indonesia memiliki beragam potensi yang tinggi seperti total penduduk yang terus meningkat, penggunaan internet terus meningkat, berbagai sumber daya yang begitu melimpah (Wirabrata, 2016).

Melihat berbagai negara yang ada di dunia kini telah berlomba-lomba dalam meningkatkan transformasi digital dengan membuat berbagai kebijakan dalam mengembangkan perdagangannya yang berbasis digital agar meningkatkan pendapatan ekonomi Nasional. Penulis tertarik membahas tentang upaya yang di lakukan Pemerintah untuk memperbaiki ekosistem ekonomi digital guna mewujudkan Indonesia menjadi ekonomi digital terbesar se Asia Tenggara. Pemerintahan bahkan mulai menerapkan kebijakan yang mendukung penuh perkembangan perekonomian digital di Indonesia. Berdasarkan dengan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan pokok permasalahan yang di kemas dalam pertanyaan “Bagaimana upaya Presiden Joko Widodo untuk menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar se Asia Tenggara”.

Tulisan ini merujuk pada teori merkantilisme. Secara spesifik, teori merkantilisme berfokus pada ekonomi. Menurut teori merkantilisme, dengan mengorbankan pihak lain dapat membuat negara menjadi kaya dan memiliki kekuasaan. Artinya dalam perspektif merkantilisme negara memberlakukan suatu kebijakan dengan ketat guna menjamin keseimbangan positif terkait perdagangan dengan membatasi impor melalui tarif dan subsidi serta mendorong lebih aktivitas ekspor (Economides & Wilson, 2001).

Merkantilisme merupakan sebuah teori ekonomi yang berpengaruh di Eropa pada abad ke-16 hingga abad ke-18. Kaum merkantilisme memandang bahwa dengan melakukan ekspor lebih banyak di bandingkan melakukan impor maka negara dapat menjadi kaya dan juga memiliki power (Maulina, 2021). Menurut pandangan Taylor (2012) yang di kutip oleh Maulina menjelaskan bahwa seluruh produksi dalam negeri di dorong dan di atur secara hati-hati oleh pemerintah sehingga dapat menjaga kemandirian ekonomi dan keunggulan di pasar luar negeri (Maulina, 2021). Merkantilisme menganggap bahwa dalam ekonomi politik internasional, segala bentuk kegiatan ekonomi patuh terhadap tujuan utama dalam membentuk negara yang kuat. Hal ini memiliki maksud bahwa ekonomi merupakan instrumen politik sekaligus basis kekuatan politik (Maulina, 2021). Sehingga Kebijakan perdagangan yang di buat oleh pemerintah bertujuan untuk merangsang ekspor negara, mencegah serta membatasi impor. Hal ini dikarenakan seluruh negara tidak dapat mengalami surplus ekspor dalam waktu yang bersamaan.

Merkantilisme memandang bahwa ekonomi internasional sebagai bidang konflik dari segala kepentingan nasional yang saling bertentangan dibanding kerjasama yang menguntungkan (Jackson & Sorensen, 2014). Merkantilisme merupakan pemikiran mengenai para elit politik di garis depan pembangunan nasional modern. Dengan demikian, perdagangan internasional dapat di pandang sebagai zero-sum game dimana kepentingan ekonomi satu negara bisa di dapatkan dengan mengorbankan negara lain (Jackson & Sorensen, 2014). Negara dalam hal ini berfungsi menjadi organisasi dengan tanggung jawab terhadap memelihara dan memajukan kepentingan



nasional melalui dominasi kepentingan ekonomi khusus. Dalam hal ini kekayaan dan juga kekuasaan menjadi tujuan yang saling melengkapi dan bukannya saling bersinggungan. Merkantilisme melihat bahwa aktivitas ekonomi negara untuk kepentingan nasional negara.

Intinya adalah merkantilisme memandang bahwa aktivitas ekonomi tunduk pada kelompok politik khususnya pada pemerintah. Merkantilisme melihat bahwa aktivitas ekonomi negara untuk kepentingan nasional negara. Merkantilisme menekankan bahwa untuk mencapai kekuatan nasional, maka negara harus melakukan industrialisasi. Kebijakan yang di keluarkan oleh Presiden Jokowi untuk menargetkan Indonesia menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan memanfaatkan produk dan pelaku lokal guna meningkatkan kekuatan negara sangat relevan dengan teori merkantilisme, yang mana teori ini dapat di gunakan untuk menganalisis perilaku pemerintah dalam berupaya menjadikan Indonesia sebagai negara dengan kekuatan ekonomi digital terbesar se Asia Tenggara yang memanfaatkan aktivitas ekonomi digital di Indonesia guna mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan dari aktivitas ekonomi digital untuk memenuhi kepentingan nasional negara.

Penelitian ini sangat penting dilakukan guna menganalisis upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mewujudkan visi dan misinya untuk meningkatkan perekonomian negara. Ekonomi digital dalam hal ini dipercaya akan menjadi harapan bagi negara terkait beragam hambatan dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang masih tidak stabil.

METODE PENELITIAN

Penulis akan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif pada proses penelitian ini dengan pendekatan induktif yang akan menjelaskan tentang perkembangan ekonomi digital yang kemudian akan merujuk pada pembahasan tentang bagaimana upaya Presiden Jokowi dalam menjadi Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Pendekatan induktif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari data kualitatif, yang mana analisa yang digunakan dengan cara mengoperasikan sumber pustaka yang berkaitan dengan fokus penelitian (Sidiq & Choiri, 2019). Kemudian, untuk teknik dalam pengumpul data pada penelitian ini akan menggunakan teknik studi kepustakaan. Data akan diperoleh dalam penelitian ini yaitu data sekunder dengan acuan beberapa sumber data seperti Jurnal, buku-buku, majalah ilmiah, koran lokal dan internasional dan juga data-data tertulis yang termuat pada elektronik seperti e-book, website dan informasi elektronik lainnya. Sehingga dengan data-data tersebut dapat membantu penulis untuk melakukan proses pengumpulan data sekunder yang relevan dengan topik pembahasan yang di angkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk perkembangan ekonomi digital. Salah satu hal yang mendukung perkembangan ekonomi digital di Indonesia yaitu banyaknya masyarakat yang menggunakan internet (Google & Temasek, 2018). Dengan tingginya angka penggunaan internet di Indonesia maka hal ini akan berpengaruh pada meningkatnya ekonomi Nasional. Pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia. Sehingga, di Era pemerintahan Joko Widodo dengan visi menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar melalui pemanfaatan produk dan pelaku lokal. Setelah berkunjung ke kawasan industri Silicon Valley di California, Presiden Joko Widodo memiliki misi yang bekerjasama dengan 8 kementerian untuk membentuk roadmap perdagangan digital.

Guna mewujudkan transformasi digital Indonesia, maka pemerintah tentunya berupaya untuk mewujudkannya. Pemerintah melakukan pembentukan Road Map perdagangan yaitu Making Indonesia 4.0 yang berkolaborasi dengan 8 kementerian guna menentukan langkah-langkah strategis dalam implementasi ekonomi digital guna mencapai visi indonesia yang akan menjadi negara dengan perekonomian terkuat. Peta jalan ini merupakan strategi sekaligus agenda nasional yang disusun oleh pemangku kepentingan seperti pemerintahan, para asosiasi Perindustrian, pelaku bisnis, institusi fasilitator layanan teknologi, hingga lembaga riset dan para pendidik. *Road Map* ini bertujuan untuk merevitalisasi terhadap sektor manufaktur dengan



melakukan pengembangan terhadap teknologi yang digunakan sebagai karakteristik utama pada revolusi industri 4.0. Untuk menghadapi revolusi industri 4.0, dalam hal ini pemerintah harus memiliki intuisi yang terintegrasi dengan seluruh teknologi baru sehingga seluruh sektor pemerintahan harus menyatu dalam sistem yang terintegrasi (Harikesa, 2020). Pemerintah telah menyusun roadmap perdagangan Indonesia di harapkan dapat mempercepat dan meningkatkan pemanfaatan dan pengembangan teknologi digital. Beberapa upaya yang telah di lakukan oleh presiden Joko Widodo untuk mewujudkan visi nya yaitu:

a. Pemerataan Infrastruktur Digital guna Mengejar Perkembangan Teknologi, Integrasi Pusat dan Pembangunan Data Nasional

Untuk menyongsong masa depan dalam mewujudkan wajah baru Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, pemerintah melakukan upaya dengan melakukan pemerataan infrastruktur digital di seluruh penjuru negeri guna mengejar perkembangan teknologi agar masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam terwujudnya visi Indonesia. Dengan potensi yang dimiliki dan peluang untuk mewujudkan hal tersebut masih sangat memungkinkan. Mengingat bahwa hal ini di dukung oleh beberapa faktor seperti Indonesia merupakan penduduk terbesar ke-4 di dunia, jumlah penduduk Indonesia dalam usia produktif hingga 191 juta jiwa atau sekitar 70,7% yang terdiri dari Generasi Z sekitar 27,94% dan generasi millennial sekitar 25,87%. Kemudian penggunaan digital di Indonesia mencapai 345,3 juta jiwa dengan penetrasi sekitar 73,7% dan jumlah penggunaan internet yang terus mengalami peningkatan hingga 15-20% (Republika.id, 2022).

Dengan potensi ini yang sudah ada ini maka pemerintah berupaya semaksimal mungkin untuk lebih memperhatikan dan akan melaksanakan pemerataan pembangunan infrastruktur di seluruh penjuru Indonesia mengingat bahwa Indonesia merupakan negara kepulauan dengan 34 provinsi. Seperti yang di lakukan oleh Pemerintah dalam membangun pemerataan di bidang telekomunikasi seperti Palapa Ring atau 'Tol Langit' yang membuat internet dengan mudah untuk di akses dan juga tentunya dengan murah. Pembangunan palapa ring ini terutama bagi daerah yang tertinggal, terdepan dan terluar (3T). Dalam wawancaranya, Darmawan Prasodjo selaku Deputy 1 Kantor Staf Presiden mengatakan bahwa dengan adanya pemerataan pembangunan infrastruktur digital ke seluruh negeri maka hal ini dapat membantu untuk memaksimalkan para pelaku untuk pemasaran seperti agrikultur, UMKM dan sektor lainnya sehingga akan terwujudnya pertumbuhan ekonomi digital yang pesat (Berry, 2019).

Untuk mewujudkan ekonomi digital yang kuat pemerintahan juga melakukan integrasi pusat dan pembangunan pusat data Nasional. Keberadaan pusat data nasional itu sendiri bertujuan untuk dapat mengatur integrasi data yang mana dengan integrasi data yang di atur ini maka dapat memudahkan pemerintah untuk mengambil suatu kebijakan dan dapat membantu pelayanan kebutuhan masyarakat. Sehingga kementerian komunikasi dan informatika melakukan pembangunan untuk *Government Cloud* atau Pusat Data Nasional. Dengan begitu PSD dapat meningkatkan kemampuannya untuk akses terkait data pemerintah dengan memperhatikan aspek keamanan informasi.

b. Mendorong Promosi dan Penjualan Produk UMKM Yang Bekerjasama Dengan Platform E-commerce Internasional.

Upaya Presiden dalam mewujudkan visi tersebut juga dengan melakukan kolaborasi ataupun menjalin kerjasama dengan perusahaan MNC. Kerjasama ini dilakukan guna membantu memasarkan produk-produk Indonesia. Seperti melakukan kerjasama dengan salah satu perusahaan digital terbesar yang berasal dari Tiongkok yaitu Alibaba Corporation Group. Pemerintah dalam hal ini mendorong program seribu startup dengan penghasilan 10 miliar dolar dalam kurun waktu 5 tahun ke depan dan mendorong sektor Usaha Mikro Kecil Menengah untuk bekerjasama dengan Alibaba Corporation Grup dimana pemerintah berharap bahwa produk UKM asal indonesia akan menembus pasar internasional melalui layanan-layanan yang di sajikan oleh Alibaba. Dikutip dari Bisnis.com bahwa Alibaba Corporation siap membantu IKM dan UKM Indonesia dengan menjual produk Indonesia pada pasar global dengan berkolaborasi bersama tiga mitra lainnya yaitu Andalin, ATT Group, dan Sinergi Khusus Digitalindo (SDD) (Antara & Setiawan, 2020). Dalam hal ini, Alibaba Group akan meluncurkan sebuah perangkat bagi para pelaku bisnis



yang ikut serta dalam perdagangan global yaitu Smart Marketing Solution. Para pelaku bisnis pun akan diberikan pelatihan daring guna meningkatkan kualitas kinerja mereka. Melalui kerjasama ini pemerintah telah melakukan upaya yang sangat bagus yaitu dengan memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk melebarkan sayap mereka dan juga memberikan penguatan bagi mereka dalam bersaing di era digital ini. Sehingga dengan semakin meningkatnya UMKM ini juga dapat memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

c. **Regulasi Pendanaan dan Pembiayaan Transformasi Digital**

Guna memperlancar pembangunan infrastruktur yang kuat, merata dan inklusif, pemerintahan telah menerapkan tiga skema untuk pendanaan dan pembiayaan transformasi digital. Pemerintah melakukan ini untuk meningkatkan konektivitas telekomunikasi yang merata dan meminimalisir adanya kesenjangan pada digital (Setu, 2020). Adapun tiga skema tadi yaitu:

- Adanya *Universal Service Obligation* (USO) yang di sumbangkan dari penyediaan layanan telekomunikasi,
- Penerimaan Negara Bukan Pajak dari sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi
- Akan adanya Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) dalam mengatur pembangunan infrastruktur digital.

Skema pembiayaan ini merupakan komitmen pemerintah dalam melakukan pemerataan untuk pembangunan infrastruktur konektivitas telekomunikasi. Sehingga dengan adanya pendanaan dan pembiayaan ini maka pemerataan akan segera terlaksana dan tidak ada lagi yang akan tertinggal atau terbelakang.

d. **Mempersiapkan Kebutuhan SDM**

Selain melakukan pemerataan pembangunan, dalam menyongsong ekonomi digital Indonesia, pemerintah memiliki upaya untuk mempersiapkan kebutuhan Sumber Daya Manusia. Persiapan Sumber Daya Manusia dilakukan untuk membantu masyarakat agar dapat bermigrasi menuju digital dalam melakukan kegiatan ekonomi. Upaya ini dilakukan agar masyarakat dapat memanfaatkan infrastruktur digital yang sudah ada. Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate menegaskan bahwa "Menyiapkan sumber daya manusia merupakan salah satu langkah terpenting yang ada dalam program ini guna mengisi ruang-ruang digital terutama bagi ekonomi digital Indonesia" (Yusuf, 2021). Dengan semakin berkembangnya teknologi, tentunya sumber daya manusia harus semakin di tingkatkan sehingga dengan sumber daya manusia yang telah siap maka teknologi akan semakin siap untuk digunakan. Sehingga dengan menguasai teknologi akan menjadi kekuatan dalam persaingan ekonomi di dunia. Dalam hal ini pemerintah berupaya untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas dan pembangunan infrastruktur yang merata guna meningkatkan daya saing.

Pemerintah mengadakan literasi pada bidang digital bagi masyarakat mengingat bahwa masyarakat Indonesia tersebar pada wilayah kepulauan. Hingga pada tahun 2024 literasi digital di targetkan dengan total 50 juta masyarakat (KOMINFO, 2020). Kementerian komunikasi dan informasi melakukan kegiatan guna melakukan percepatan terhadap kualitas masyarakat dalam menghadapi transformasi digital yaitu dengan:

1. Literasi digital masyarakat yang dilakukan guna menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang berada di berbagai daerah di Indonesia sehingga masyarakat dapat memanfaatkan teknologi digital dan juga internet dengan baik dan benar dan juga sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang sudah di tetapkan.
2. Adanya literasi TIK dasar yang di peruntukan kepada anak-anak-perempuan dan juga distabilitas.
3. Kemudian juga melakukan penyebaran informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat terkait data dan privasi.

Seluruh kegiatan di laksanakan melibatkan seluruh pihak baik lembaga, komunitas swasta, akademisi, masyarakat sipil dan juga pihak media. Selain itu juga pemerintahan melakukan peningkatan kompetensi SDM Digital dengan target 300.000 SDM digital terlatih/ter sertifikasi pada tahun 2024 (KOMINFO, 2020). Melalui pemberian *digital talent scholarship*, pembentukan



lembaga Sertifikasi Profesi dan Sertifikasi SKKNI pada bidang TIK. Tidak hanya itu pemerintah juga memberikan tunjangan beasiswa pada bidang TIK.

Dengan penguasaan teknologi digital dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital dengan maksimal. Laporan dari konsultan strategi dan ekonomi Alphabeta yang mengemukakan bahwa tenaga kerja dengan kemampuan dan keterampilan digital dapat memberikan kontribusi sebesar Rp. 4.434 triliun terhadap PDB Indonesia pada 2030 yang akan datang. Sehingga meningkatkan kualitas SDM guna menghadapi transformasi ekonomi digital, maka Indonesia dapat meraih ataupun menguasai sekitar 40% dari total potensi ekonomi yang ada di wilayah Asia Tenggara. Kemudian, Indonesia dapat meningkatkan porsi ekonomi digital hingga 18% terhadap total pada PDB (Wibowo, 2021). Oleh sebab itu, pemerintahan optimis untuk menghasilkan SDM yang produktif, inovatif, dan juga memiliki daya saing global yang tinggi guna menghadapi ekonomi digital.

SIMPULAN

Sesuai dengan berbagai penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Presiden Joko Widodo memiliki visi untuk memposisikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, dengan memanfaatkan produk dan pelaku lokal. Pemerintah Presiden Joko Widodo berupaya menjadikan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan memanfaatkan aktivitas ekonomi digital di Indonesia guna mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan dari aktivitas ekonomi digital untuk memenuhi kepentingan nasional negara. Untuk mewujudkan hal tersebut Presiden Jokowi melakukan berbagai upaya untuk menentukan langkah-langkah strategis dalam mencapai visi tersebut. Pemerintah melakukan pembentukan Road Map perdagangan yaitu Making Indonesia 4.0. Road Map ini bertujuan untuk merevitalisasi terhadap sektor manufaktur dengan melakukan pengembangan terhadap teknologi yang digunakan sebagai karakteristik utama pada revolusi industri 4.0. Upaya yang dilakukan pemerintah antara lain mengejar perkembangan teknologi dengan melakukan pemerataan infrastruktur digital guna mengejar perkembangan teknologi dan Integrasi pusat dengan Pembangunan Pusat Data Nasional, penggerakan sektor UMKM yang bekerjasama dengan MNC, menyusun Regulasi Pendanaan untuk Transformasi Digital, dan Mempersiapkan Kebutuhan SDM. Melihat berbagai upaya tersebut maka pemerintahan telah melakukan pemanfaatan teknologi dan potensi yang ada dengan harapan akan meningkatkan daya saing bagi perekonomian Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aljufri, M. L. (2019). *Tren Transformasi Digital Di Asean: Tantangan Keberlangsungan Ekonomi Digital Kawasan*. Universitas Airlangga.
- Antara, & Setiawan, K. (2020, June 19). *Alibaba Bantu Buka Akses Global UMKM Indonesia Kala Pandemi*. <https://Bisnis.Tempo.Co/Read/1355263/Alibaba-Bantu-Buka-Akses-Global-Umkm-Indonesia-Kala-Pandemi>.
- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., & Saragih, H. J. (2021). *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 7(2).
- Berry. (2019, October 17). *Lima Tahun Presiden Jokowi Wujudkan Pemerataan Infrastruktur Telekomunikasi*. <https://Infopublik.Id/Kategori/Sorot-Sosial-Budaya/417250/Lima-Tahun-Presiden-Jokowi-Wujudkan-Pemerataan-Infrastruktur-Telekomunikasi?Video=>.
- Economides, S., & Wilson, P. (2001). *The Economic Factor in Internal Relations*. I.B.Tauris.
- Google, & Temasek. (2018). *e-Conomy SEA 2018: Southeast Asia's internet economy hits an inflection point*.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2021). *e-Conomy SEA 2021 (Roaring 20s: The SEA Digital Decade)*.
- Harikesa, I. W. A. (2020). *Industry Revolution 4.0: Strengthening the Creative Economy Sectors Through Bekraf Implementation Programs*. *Jurnal Dinamika Global*, 5(1). <https://www.forbes.com/global2000/list/5/#tab:overall>,
- Hartanto, M. P., Stephanie, & Alamsyah, D. P. (2021). *The Digital Economy Growth in Indonesia through E-Commerce*. *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Idat, D. G. (2019). *Memfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional*.
- Jackson, R., & Sorensen, G. (2014). *Pengantar Studi Hubungan Internasional (Dadan Suryadipura, Ed.)*. Pustaka Pelajar.



- KOMINFO. (2015, November 22). Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+JADI+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/Berita_satker.
- KOMINFO. (2020). Rencana Strategis 2020-2024 Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kumala, S. L. (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia. *JOURNAL OF ECONOMICS AND REGIONAL SCIENCE*, 1(2), 109–117.
- Maharani, S., & Ulum, M. (2019). Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia. *Conference on Islamic Studies (CoIS)*.
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). The Impact of Digital Economic Development on Social Media Users' Behavior in Conducting Economic Transactions. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3801>
- Maulina, D. T. (2021). Peran dan Tantangan Pemerintah Indonesia Dalam Kerjasama Investasi Singtel dan Telkomsel. Universitas Hasanuddin.
- Mustami, A. A., & Rafie, B. T. (2016, May 4). Triwulan I 2016, ekonomi tumbuh 4,92%. <https://nasional.kontan.co.id/news/triwulan-i-2016-ekonomi-tumbuh-492>.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Prima, N. I., Sujiono, & Sumarsono, H. (2018). Pentingnya Penerapan Model Service Quality (Servqual) Dalam Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Barang Pada Kantor Pos Ponorogo. *Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 50–55.
- Republika.id. (2022, April 5). Berstrategi Perkuat Ekonomi Digital. <https://www.republika.id/posts/26705/berstrategi-perkuat-ekonomi-digital%20a0>.
- Setu, F. (2020). Bangun Infrastruktur Digital Inklusif, Indonesia Terapkan Tiga Skema Pendanaan.
- Sianturi, P. (2017). Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inspirasi*, 8(2), 51–55.
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (A. Muhajidin, Ed.; 1st ed.). CV. Nata Karya.
- Tapscott, D. (1998). *Era Ekonomi Digital*. IKAPI.
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora Radita. (2018). The Development of Digital Economy in Indonesia. *International Journal of Management & Business Studies*, 8(3).
- Wibowo, A. D. (2021, September 22). Mempersiapkan SDM untuk Optimalisasi Potensi Ekonomi Digital. <https://katadata.co.id/anshar/berita/614b2367de581/mempersiapkan-sdm-untuk-optimalisasi-potensi-ekonomi-digital>.
- Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2).
- Widiastuti, N. (2021). *Ekonomi Digital di Indonesia, Peluang dan Strategi*. Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha.
- Wirabrata, A. (2016). Prospek Ekonomi Digital Bagi Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 3. www.pengkajian.dpr.go.id
- Yusuf. (2021, November 30). Imbangi Akselerasi Pembangunan, Menteri Johnny: Pemerintah Lakukan Hilirisasi Infrastruktur Digital. https://www.kominfo.go.id/content/detail/38406/imbangi-akselerasi-pembangunan-menteri-johnny-pemerintah-lakukan-hilirisasi-infrastruktur-digital/0/Berita_satker.

