

Analisis Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia dalam Kerjasama Ekonomi Digital dengan Arab Saudi Tahun 2019

Shania Indah Permata Sari¹⁾, Ni Wayan Rainy Priadarsini²⁾, Putu Titah Kawitri Resen³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : shaniasari1@gmail.com¹⁾, rainypriadarsini@yahoo.com²⁾, kawitriresen@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries that is focusing on developing its digital economy potencies. Currently, Indonesia is the country with the largest internet economy in Southeast Asia due to the intense digital business development that has been carried out since 2016. In addition, Indonesia is also supported by quite capable digital potential. The initiative to collaborate with Saudi Arabia through digital economic cooperation agreements also opens up more opportunities for Indonesia as Asia's Digital Energy in 2020. However, the impact of the development of the digital economy also brings its own challenges that must be faced by the Indonesian government and also for the Indonesian people. This scientific research aims to analyze the opportunities and challenges for Indonesia in the digital economic cooperation with Saudi Arabia in 2019 by using qualitative explanatory method.

Keywords : *Indonesia, Saudi Arabia, Digital Economy, Opportunities and Challenges*

1. PENDAHULUAN

Masifnya perkembangan globalisasi di era saat ini telah memengaruhi kegiatan ekonomi dari konvensional menjadi digital. Hal ini juga membuat tidak sedikit negara kini mulai melirik bisnis digital. Indonesia menjadi salah satu negara yang kini tengah gencar dalam mengembangkan sayap ekonomi digital, salah satunya melalui pembentukan program Gerakan Nasional 1000 *Startup Digital* yang telah dibentuk sejak tahun 2016. Munculnya prakarsa ini pun ikut mendukung Indonesia menjadi negara dengan *internet economy* terbesar di ASEAN dengan pencapaian sebesar USD 27 miliar serta pertumbuhan terpesat sebanyak 49% setiap tahunnya.

Peluang keuntungan jangka pendek maupun jangka panjang dari

perkembangan ekonomi digital ini membuat Indonesia berusaha memanfaatkannya dengan maksimal. Dalam rangka melebarkan sayap ekonomi digital, saat ini Indonesia telah sepakat melakukan kerjasama dengan Arab Saudi. Indonesia beranggapan bahwa Arab Saudi sebagai mitra strategis dalam kerjasama ini karena Arab Saudi memiliki kemampuan teknologi mumpuni serta mutakhir, seperti konektivitas berbasis 5G berkecepatan tinggi, *e-money*, perkembangan *e-commerce*, dan pemanfaatan teknologi AI pada sektor komersil (*Oxford Business Group*, 2021).

Salah satu bidang yang difokuskan dalam kolaborasi digital antara Indonesia dengan Arab Saudi adalah pada bidang haji serta umrah. Indonesia dengan Arab Saudi telah menyetujui pembentukan

sebuah *platform* umrah digital bernama *Digital Umrah Enterprise*. Dalam pelaksanaannya, Indonesia turut menggandeng dua *unicorn* unggulan Tanah Air, yaitu Tokopedia dan Traveloka sebagai bentuk representasi industri dari Indonesia.

Terciptanya kerjasama pada bidang ekonomi digital antara Indonesia dengan Arab Saudi telah menandai kemunculan babak baru dalam hubungan bilateral antar kedua negara kearah yang lebih berproyeksi pada kemajuan teknologi. Menteri Komunikasi dan Informasi Indonesia, Rudiantara menjelaskan bahwa pasar umrah dan haji merupakan pasar yang prospektif serta menjanjikan bagi Indonesia dan Arab Saudi karena semua umat Muslim pasti akan melakukan ibadah umrah dan haji. Beliau juga menerangkan bahwa kerjasama ekonomi digital ini dapat mendorong peluang investasi dari Arab Saudi pada sektor digital, khususnya untuk pengembangan *unicorn* baru di Indonesia dengan perkiraan nilai keuntungan mencapai USD 1 Miliar per tahunnya untuk pengembangan *platform Digital Umrah Enterprise* (CNBC Indonesia, 2019).

Meski kolaborasi ekonomi digital ini mendatangkan banyak peluang keuntungan, namun Indonesia juga masih menghadapi sejumlah tantangan dalam prosesnya. Salah satu masalah yang dihadapi Indonesia adalah kesenjangan digital serta regulasi berkaitan dengan ekonomi digital yang belum diatur secara tepat (Sayekti, 2018). Hal tersebut yang kemudian menarik Peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi Indonesia

dalam kolaborasi ekonomi digital dengan Arab Saudi di tahun 2019.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penulis menggunakan tiga jenis literatur sumber sebagai kajian pustaka yang berkaitan dengan fokus analisis data ini. Pertama adalah tulisan dari *The Future of Technology : Opportunities for ASEAN in the Digital Economy* yang ditulis oleh Sarah Box dan Javier Lopez-Gonzalez. Tulisan ini menggambarkan mengenai dunia yang saat ini telah memasuki era baru, yakni era digital. Sebagian besar aspek kehidupan mulai dari individu, bisnis, dan pemerintahan telah beralih ke teknologi digital dengan kecepatan internet yang semakin meningkat. Teknologi saat ini membuat segala hal menjadi mungkin untuk menyelesaikan urusan transaksi finansial, pengiriman produk dan layanan, serta melakukan pembayaran lebih cepat, lebih efisien dan dengan harga yang lebih murah.

Tulisan tersebut menggambarkan adanya potensi dari berkembangnya ekonomi digital sebagai sumber pertumbuhan ekonomi dan peningkatan produktivitas. Dalam tulisannya juga digambarkan bahwa sejak tahun 2000, komunitas regional ASEAN mulai memanfaatkan potensi ekonomi digital yang besar. Ekonomi ASEAN telah merangkul teknologi digital ke dalam berbagai tingkat dan memanfaatkan hal tersebut untuk kemajuan ekonomi maupun sosial. Tulisan Sarah Box dan Javier Lopez-Gonzalez dapat dijadikan acuan oleh

peneliti karena sesuai dengan topik skripsi ini yang juga membahas mengenai fenomena perubahan perdagangan konvensional menuju perdagangan digital dan pemanfaatan potensi dari digitalisasi ekonomi bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Tulisan kedua, yakni tulisan dari Nur Muhamad Bagus Harpiandi yang berjudul *Kerjasama Indonesia-Singapura dalam Bidang Ekonomi Digital 2017*. Dalam tulisannya, Harpiandi (2019) menggambarkan hubungan bilateral antara Indonesia dan Singapura yang pada masa ini cenderung berproyeksi pada pengembangan ekonomi berbasis digital. Potensi yang dimiliki oleh kedua negara sangat memungkinkan bagi perkembangan ekonomi digital kedepannya. Meskipun Indonesia memiliki potensi, namun keadaan kualitas digital yang dimiliki tidak cukup baik apabila dibandingkan dengan negara-negara lain termasuk Singapura. Oleh sebab itu, demi mencapai kepentingan nasionalnya dalam hal pengembangan sektor ekonomi digital, Indonesia akhirnya sepakat untuk bekerjasama dengan Singapura.

Hubungan kerjasama bilateral pada sektor digital dengan Singapura menjadi langkah yang tepat dan strategis guna meningkatkan kualitas digital Indonesia karena nilai yang dimiliki oleh Singapura dapat dikatakan lebih bagus dibandingkan dengan Indonesia. Secara keseluruhan, kerjasama antara Indonesia dan Singapura telah cukup banyak membawa keuntungan bagi kedua belah pihak dan kerjasama tersebut berpengaruh baik bagi

perkembangan sektor ekonomi digital negara Indonesia. Tulisan ini membantu Peneliti dalam menggambarkan bagaimana bentuk kerjasama bilateral yang dilakukan oleh negara – secara khusus untuk mengembangkan potensi dari ekonomi digital tersebut.

Namun, besarnya potensi yang muncul di era digital seperti saat ini masih berbanding terbalik dengan minimnya dukungan terutama dalam hal infrastruktur dan edukasi terhadap masyarakat. Akibatnya, muncul ketidaksiapan dalam mentransformasikan keberadaan teknologi informasi yang ada. Hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi sebuah negara bahwa terjadinya tren transformasi digital dan ekonomi digital tidak bisa terlepas dari adanya disrupsi digital.

Guna melihat lebih detail mengenai tantangan disrupsi digital tersebut, Penulis kemudian menambahkan Literatur ketiga, yaitu tulisan Daniel A. Skog, Henrik Wimelius, dan Johan Sandberg yang berjudul *Digital Disruption* (2018). Dalam tulisannya dijelaskan bahwa akibat dari adanya disrupsi digital akan memunculkan tantangan baru bagi negara agar bisa memberikan edukasi seputar digitalisasi kepada para aktor lama dalam pasar ekonomi yang masih menggunakan cara konvensional. Pemerintah juga dituntut agar dapat menyamaratakan infrastruktur guna mendukung pertumbuhan digital yang baik di negaranya sehingga dapat mengurangi adanya kesenjangan digital.

Kerangka Berpikir

Riset ini menggunakan dua konsep sebagai acuan. Pertama adalah konsep Ekonomi Digital. Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh seorang ahli strategi dan eksekutif bisnis Kanada bernama Don Tapscott. Konsep tersebut memiliki pengertian, yaitu suatu fenomena sosial yang dapat memengaruhi sistem ekonomi. Fenomena tersebut memiliki karakteristik khusus sebagai sebuah ruang intelijen yang meliputi informasi, beragam akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi, serta pemrosesan informasi itu sendiri. Hal penting dalam ekonomi bentuk baru adalah pergeseran struktural dari ekonomi industri menuju ekonomi yang dicirikan oleh informasi, barang tak berwujud dan jasa, serta perubahan paralel menuju struktur organisasi kerja dan bentuk kelembagaan yang mutakhir.

Banyak istilah kontemporer telah diciptakan untuk ekonomi bentuk baru ini seperti “ekonomi berbasis pengetahuan”, “ekonomi tanpa batas”, “ekonomi jaringan”, “ekonomi digital”, dan “ekonomi berbasis informasi” (Woodall, 2000; Sharma et al., 2004). Perpaduan teknologi komputasi jaringan serta model bisnis terbaru akan menciptakan pasar, bisnis, industri, dan juga praktik kerja yang mutakhir saat ini untuk membentuk ekonomi digital. Persaud (2001) juga menambahkan bahwa ekonomi baru atau ekonomi digital lebih banyak bertumpu pada bentuk tak berwujud, informasi, inovasi, serta kreativitas dalam mengembangkan potensi ekonomi dan

bertumpu pada eksploitasi ide daripada materi.

Konsep diatas juga diperkuat oleh Zimmermann yang menjabarkan bahwa ekonomi digital merupakan suatu konsep yang kerap kali digunakan untuk menguraikan dampak global terhadap lajunya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang berpengaruh pada kondisi sosial-ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan mengenai interaksi antara perkembangan inovasi serta kemajuan teknologi yang memberikan pengaruh bagi ekonomi makro maupun mikro.

Internet, Teknologi Informasi, dan Komunikasi (TIK) serta pertumbuhan e-niaga telah menciptakan pengaruh yang sangat besar pada layanan, struktur pasar, persaingan dan restrukturisasi industri maupun pasar. Perubahan ini mengubah semua bidang kehidupan masyarakat, pekerjaan, sektor bisnis, serta pemerintahan. Selanjutnya, penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk *e-commerce* akan memperdalam dan mengintensifkan divisi sosial-ekonomi diantara manusia, bisnis, dan negara.

Konsep kedua adalah konsep Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Digital. Leonardi (2016) dalam buku berjudul *The Challenge of The Digital Economy* menyoroti aspek kebijakan pajak pada masing-masing negara di tengah arus ekonomi digital saat ini. Lompatan dalam teknologi yang tersedia bagi konsumen ini telah memaksa pemerintah nasional dan organisasi internasional untuk meninjau aturan perpajakan serta persaingan antara

perusahaan di tingkat internasional dan untuk mempertimbangkan kembali dasar operasi lintas batas yang tersedia untuk perusahaan tetapi tidak untuk otoritas pajak pemerintah nasional.

Pada hakikatnya, ekonomi digital telah membawa begitu banyak peluang keuntungan. Saat ini, perdagangan yang berlangsung melalui internet telah menghilangkan ruang fisik berdasarkan keberadaan toko di dalam atau di luar kota. Semua langkah dalam membeli produk atau layanan ini sekarang dapat dilakukan secara elektronik. Selain menghilangkan ruang fisik sebagai basis pembelian barang dan jasa, ekonomi digital juga menghilangkan faktor waktu; pembelian dan penjualan barang maupun jasa dapat dilakukan sepanjang waktu kapan dan dimana saja. Hal yang lebih penting bagi ekonomi digital adalah kemampuan untuk menggunakan produk-produk berteknologi maju ini untuk mengakses situs internet bebas biaya dan dapat diakses secara luas baik bagi masyarakat perkotaan maupun pedesaan serta dari golongan manapun.

Donghyun (2005) dalam tulisannya yang berjudul *Opportunities and Challenges of the New Economy for East Asia* menambahkan sehubungan dengan *Foreign Direct Investment* (FDI), revolusi Teknologi Informasi (TI) yang terjadi secara signifikan memperkuat insentif bagi *Foreign Direct Investment* (FDI) di sektor telekomunikasi.

Dalam tulisannya, Donghyun (2005) mengharapkan permintaan layanan telekomunikasi tumbuh pesat seiring dengan laju revolusi Teknologi Informasi

(TI), termasuk aplikasi komersialnya yang mengakar dalam perekonomian. Layanan telekomunikasi yang terjangkau dan andal adalah satu-satunya prasyarat yang paling memungkinkan untuk revolusi Teknologi Informasi (TI) dan Ekonomi Baru. Namun dalam mewujudkannya ternyata masih terdapat ketidakmerataan akses internet dan telekomunikasi di beberapa wilayah dalam suatu negara yang menjadi tantangan tersendiri untuk mengatasinya.

3. METODELOGI PENELITIAN

Riset ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif, yakni sebuah pendekatan yang berusaha menelaah seputar kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari perspektif atau interpretasi individu secara alamiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini akan menjelaskan mengenai peluang yang dimiliki oleh Indonesia dalam pengembangan ekonomi digital sekaligus melihat tantangan yang dihadapi Indonesia dalam kolaborasi ekonomi digital dengan Arab Saudi tahun 2019.

***Digital Umrah Enterprise* sebagai Peluang Indonesia dalam Kerjasama Digital antara Indonesia dengan Arab Saudi**

Pada tahap awal kolaborasi sektor digital antara Indonesia dengan Arab Saudi akan berfokus pada pengembangan

platform startup umrah dan haji, serta ekosistem pendukung didalamnya, atau yang kemudian dinamakan *Digital Umrah Enterprise*. *Digital Umrah Enterprise* merupakan sebuah *platform* khusus yang dibentuk melalui kerjasama antara Arab Saudi dengan *startup* nasional Indonesia. *Platform* digital ini nantinya akan membantu jamaah umrah dan haji dalam memproses semua kebutuhan persiapan perjalanan ibadah secara digital serta terintegrasi didalam satu *platform* khusus termasuk perihal menyeleksi biro travel yang kredibel, terpercaya, dan dengan biaya yang dibuat secara transparan sehingga mencegah munculnya kasus travel ilegal.

Dalam pelaksanaannya, Indonesia turut menggandeng dua *unicorn* besar asal Indonesia, yaitu Tokopedia dan Traveloka sebagai representasi industri dari Indonesia. Terpilihnya Tokopedia dan Traveloka karena keduanya dinilai memiliki ekosistem digital yang cukup stabil dan matang sehingga dipercaya oleh pemerintah Indonesia untuk membagikan pengalaman kepada pemerintah Arab Saudi (Kompas, 2019) sekaligus menjadi pilar utama menaungi pembentukan *platform Digital Umrah Enterprise* nantinya (CNBC Indonesia, 2019).

Kolaborasi digital antara Indonesia dengan Kerajaan Arab Saudi dalam mewujudkan *startup* umrah dan haji ini akan membahas beragam hal mulai dari model kerjasama serta bentuk investasi, rancangan pengembangan produk atau layanan untuk solusi masalah umrah, hingga membuka kemungkinan adanya keterlibatan, pemberdayaan, hingga

pengembangan pada sektor UKM. Adanya *platform Digital Umrah Enterprise* ini juga turut mendukung kebijakan Kerajaan Arab Saudi untuk menambah jumlah kuota umrah bagi Indonesia dari angka 8 juta di tahun 2015 menjadi sekitar 15 juta jamaah per tahun, mempermudah aplikasi pengurusan visa dan meningkatkan kualitas dari fasilitas serta akomodasi bagi para jamaah haji maupun umrah asal Indonesia.

Mengutip pernyataan dari Menkominfo Indonesia saat itu, Rudiantara, bagi Indonesia, kolaborasi digital dengan Arab Saudi ini juga akan mendorong visi Indonesia sebagai Energi Digital Asia di tahun 2020 serta sebagai bentuk dukungan terhadap pelaksanaan *Saudi Vision 2030* (Kompas, 2019). Apabila berbicara mengenai pengaruh, sudah semestinya gagasan *Saudi Vision 2030* dapat memberikan pengaruh yang positif bagi hubungan kerjasama ekonomi, khususnya pada bidang investasi antara Indonesia dengan Arab Saudi.

Apabila melihat kaitannya untuk merealisasikan segala bentuk kerjasama bilateral yang sudah dibangun pasti membutuhkan koordinasi intensif dan berkelanjutan dari seluruh *stake holder* atau pihak terkait dari kedua negara guna menyikapi secara lebih mendalam terhadap peluang keuntungan yang ditawarkan oleh Arab Saudi melalui program *Saudi Vision 2030*, dalam Agenda *Foreign Directment Investment* (FDI) Arab Saudi di Indonesia.

Mengutip dari tulisan Nevlita Sianturi (2017) tentang "Pengaruh *Saudi Vision 2030* dan Agenda *Foreign Direct Investment* (FDI) Arab Saudi di Indonesia",

Indonesia juga dinilai memiliki potensi besar dalam berinvestasi di Arab Saudi, sebab Arab Saudi melalui *Saudi Arabian General Investment Authority* (SAGIA) telah mempermudah aturan regulasi mengenai investasi di Arab Saudi. Hal ini tidak hanya berlaku terhadap kerjasama antar pemerintah semata, tetapi juga kerjasama pemerintah dengan pihak swasta maupun antar swasta, namun tetap dalam pengawasan kerajaan Arab Saudi. Beberapa sektor usaha yang akhir-akhir ini diminati oleh Arab Saudi, yaitu sektor UMKM, pariwisata, manufaktur, TIK, kesehatan, logistik, dan pendidikan.

Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital bagi Indonesia

Selanjutnya apabila berbicara mengenai tantangan yang dihadapi Indonesia dalam kolaborasi digital dengan Arab Saudi, peneliti dapat menjabarkan setidaknya terdapat empat hal yang menjadi alasan mengapa sektor ekonomi digital di Indonesia masih belum mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional di tanah air.

Masalah pertama, meskipun mengalami pertumbuhan yang pesat, namun jumlah pengguna internet aktif di Indonesia masih tergolong rendah. Bahkan jumlah tersebut masih di bawah target Tujuan Pembangunan Milenium (TPB), yaitu sebesar 50% dari jumlah populasi keseluruhan. Alasan kedua, hingga saat ini akses internet masih belum merata apabila dijabarkan berdasarkan persebaran wilayah, tingkat pendidikan, tingkat kesejahteraan, bahkan sektor usaha. Contohnya, hanya

terhitung sebanyak 2% saja dari keseluruhan tenaga kerja di sektor pertanian yang telah mampu mengakses internet, padahal nyatanya jumlah pekerja di sektor ini sudah mencapai 27% dari keseluruhan jumlah orang yang bekerja di Indonesia (Sakernas, 2019).

Masalah ketiga yaitu, keberadaan akses internet masih dianggap sebagai sarana penghubung untuk berkomunikasi dan sebatas hiburan semata. Hal ini disebabkan karena masih kurangnya pemahaman mengenai literasi digital. Faktanya, mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk berpartisipasi dalam jejaring sosial (77,3%), mencari informasi tentang barang dan jasa (53,7%), dan mengirim pesan melalui pesan instan atau aplikasi *chatting* (52,7%). Sejauh ini, keterbukaan akses internet masih belum dianggap sebagai sarana pengembangan bisnis secara lebih luas. Masalah keempat, yakni sektor ekonomi digital di Indonesia baru berada pada tahap awal. Tahap digitisasi dan digitalisasi pun masih belum terjadi secara luas serta menyeluruh. Pemanfaatan dan pengolahan data-data yang tersedia juga belum terealisasi secara optimal guna membentuk keputusan strategis yang dapat mengubah budaya suatu lembaga sehingga menghasilkan aliran pendapatan baru.

Tabel 4.1. Aktivitas Penggunaan Internet di Indonesia

| Internet Activities | (%) |
|---|------|
| Participating in social networks | 73.3 |
| Looking for information about goods or services | 53.7 |
| Sending messages via instant messaging | 52.7 |
| Downloading films, pictures, music, etc. | 48.2 |
| Searching education information | 47.4 |
| Playing games | 44.1 |
| Sending or receiving emails | 41.4 |
| Learning activities | 39.8 |
| Gaining health information | 39.0 |
| Reading newspapers, magazines, e-book | 30.8 |

Sumber : Kemkominfo Indonesia (2016, hal. 28

Selain masalah kesenjangan digital dan kurangnya literasi digital, Indonesia juga dihadapkan pada masalah belum terciptanya regulasi yang secara khusus mengatur mengenai *startup* hingga ekosistem digital untuk menghubungkan masing-masing *startup* dengan para pengguna maupun investor. Mengutip tulisan dari *The Paradox of Indonesian Digital Economy Development (2020)* yang menerangkan fakta bahwa pemerintah Indonesia berusaha meningkatkan akses internet serta infrastruktur logistik untuk mendukung ekonomi digital nasional, namun pertumbuhan *e-commerce marketplace* di Indonesia berpotensi merugikan industri dan sektor usaha di dalam negeri khususnya usaha kecil dan menengah.

Kementerian Perdagangan saat itu mengklaim 90% barang yang diperdagangkan di *marketplace e-commerce* merupakan barang impor. Hal ini bertentangan dengan apa yang

diamanatkan dalam PP nomor 80 tahun 2019 pasal 12 bahwa baik global maupun lokal mengutamakan produk dalam negeri yang dipertukarkan pada *platform* sekaligus meningkatkan tingkat persaingan produk dalam negeri.

Pemerintah telah mendesak penyedia *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli.com dan Blanja.com untuk meningkatkan proporsi produk lokal tetapi tanpa regulasi yang lebih jelas. Regulasi harus dibuat agar industri dapat tumbuh dengan baik dan dapat bersaing secara optimal dengan kompetitor asing. Namun di sisi lain, regulasi yang ada dapat menghambatnya dengan penegakan hukum yang tidak seimbang antara pelaku *e-commerce* lokal dan global yang beroperasi di Indonesia.

5. KESIMPULAN

Pesatnya perkembangan teknologi seiring dengan lajunya arus globalisasi saat ini telah memengaruhi seluruh aspek dalam lini kehidupan. Salah satu hal paling mendasar yang telah banyak terpengaruh oleh digitalisasi adalah kegiatan ekonomi yang kini sudah dilakukan secara digital.

Potensi dari perkembangan sektor ekonomi digital di Indonesia dapat ditinjau dari banyaknya *startup unicorn* yang dimiliki hingga mampu menjadikan negara Indonesia sebagai negara dengan *internet economy* terbesar di seluruh wilayah ASEAN. Selain itu, Indonesia juga memiliki potensi dari besarnya populasi pengguna internet aktif di Indonesia dan sejak tahun 2016 silam, pemerintah Indonesia pun

sudah membentuk *Gerakan Nasional 1000 Startup* sebagai wadah bagi para talenta muda digital guna mengembangkan ide mereka di bidang bisnis digital.

Peluang dari kolaborasi digital antara Indonesia dengan Arab Saudi adalah untuk memberikan kemudahan bagi para calon jamaah umrah dan haji dalam pengurusan keperluan persiapan perjalanan ibadah secara lebih terstruktur, baik dari segi pengaturan biaya maupun efisiensi waktu melalui pemanfaatan teknologi berbasis digital yang dikenal dengan *end-to-end solution* dan terintegrasi kedalam satu *platform*. Nantinya, *platform* ini akan membantu dalam menyeleksi biro agensi perjalanan yang kredibel, terpercaya, serta dengan transparansi biaya guna mencegah penipuan dari biro travel ilegal.

Apabila mempertimbangkan mengenai keuntungan jangka panjang yang akan didapat oleh Indonesia dalam kerjasama digital dengan Arab Saudi, tentunya Indonesia akan mendapat peluang investasi yang lebih besar kedepannya. Sebab, sektor TIK juga termasuk kedalam sektor yang diminati oleh Arab Saudi dalam kaitannya dengan FDI karena dalam *Saudi Vision 2030*, Arab Saudi tak hanya berfokus pada sektor minyak saja, tetapi mulai merambah pada sektor TIK.

Namun, disisi lain masih terdapat tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam pengembangan ekonomi digitalnya, seperti belum terealisasinya pemerataan akses internet di seluruh wilayah Indonesia serta masih kurangnya edukasi masyarakat mengenai digitalisasi. Sebagian besar masyarakat Indonesia juga belum

memanfaatkan internet secara efektif dan terbatas hanya pada *platform* hiburan saja. Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah belum terbentuknya regulasi yang berfokus pada ekonomi digital itu sendiri, utamanya dalam hal penetapan aturan perpajakan untuk sektor digital secara khusus serta lebih merinci.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Francesco Boccia and Robert Leonardi. (2016). *The Challenge of the Digital Economy*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Martono, N. (2015). *METODE PENELITIAN SOSIAL: Konsep-Konsep Kunci, Divisi Buku Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- S. Kehal, H., & Singh, V. P. (2005). *Digital Economy : Impacts, Influences and Challenges*. London: Idea Grup Publishing.
- Tapscott, D. (1997). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill. ISBN 0-07-063342-8.

Jurnal/Dokumen/Karya Ilmiah :

- Bachtiar, P. P. (2020). *Ekonomi Digital untuk Siapa? Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia*. Jakarta: The SMERU Research Institute.
- Box, Sarah, & Javier Lopez-Gonzalez. (2017). The Future of Technology : Opportunities for ASEAN in the Digital Economy. *Jurnal Global*

- Megatrends : Implications for the ASEAN Economic Community* , 37-60.
- Harpiandi. (2019). *Kerjasama Indonesia-Singapura dalam Bidang Ekonomi Digital 2017*. Bandung: Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*.
- Sianturi, N. (2017). Pengaruh Saudi Vision 2030 dan Agenda Foreign Direct Investment (FDI) Arab Saudi di Indonesia. *Jurnal FISIP Volume 4 No. 2*. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/203991-pengaruh-saudi-vision-2030-dan-agenda-fo.pdf>
- Zimmermann, H. D. (2000). *Understanding the Digital Economy: Challengers for New Business Models*. AMCIS 2000 Proceedings. Paper 402.
- Republika. (2019). *Regulasi E-Commerce Belum Selesaikan Masalah Pajak Digital*. Retrieved from <https://www.google.co.id/amp/s/m.republika.co.id/amp/q1zxhl383>
- Umali, T. (2019). *Indonesia and Saudi Arabia Strengthen Digital Economic Cooperation*. Retrieved 2019, from <https://www.opengovasia.com/indonesia-and-saudi-arabia-strengthen-digital-economic-cooperation/>

Situs Daring :

- Detikcom. (2019). *'Win Win Digital Collaboration' Indonesia-Arab Saudi*. Retrieved from <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-4610016/win-win-digital-collaboration-indonesia-arab-saudi>
- KataData. (2017). *Inilah Potensi Ekonomi Digital Indonesia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2017/10/09/inilah-potensi-ekonomi-digital-indonesia>