

# KESENJANGAN DIGITAL DI INDONESIA

Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah besar di bidang digitalisasi. Dibandingkan negara dalam satu kawasan seperti Vietnam, Thailand maupun Brunei Darussalam, masih tertinggal. Dua persoalan besar yang masih terjadi kesenjangan cukup dalam: infrastruktur dan literasi.



## RINGKASAN EKSEKUTIF

- Digitalisasi menjadi satu dari tujuh agenda utama yang dibahas dalam pertemuan B20. Agenda lainnya: Perdagangan & Investasi; Energi, Keberlanjutan & Iklim; Keuangan & Infrastruktur; Dunia Kerja & Pendidikan; Integritas dan Kepatuhan; Perempuan dalam Bisnis. Seluruh agenda ini akan dibahas dalam laporan *Datanesia* secara bergiliran.
- Menurut BPS, sebagian besar desa/kelurahan di Indonesia belum terjamah oleh menara pemancar jaringan telekomunikasi atau *Base Transceiver Station* (BTS). Pada 2020 misalnya, masih ada 46.486 atau 55,3% dari total desa di Tanah Air yang belum ada BTS.
- Pulau Jawa merupakan wilayah dengan desa/kelurahan penerima sinyal seluler terbanyak dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Pada 2020, data BPS menginformasikan 99,86% di antaranya sudah terjamah sinyal telekomunikasi seluler. Selanjutnya diikuti oleh Sumatera (98,24%), Bali dan Nusa Tenggara/Bali (97,54%), Sulawesi (95,4%), dan Kalimantan (93,1).
- Jumlah penduduk yang menggunakan internet memang terus merangkak naik setiap tahun. Namun hingga 2021, masih lebih dari 100 juta atau sekitar 41,7% dari total penduduk yang belum menggunakan sarana pendukung digital tersebut. Sebaran *handphone* justru lebih merata ketimbang internet di Indonesia. Melalui perangkat itulah mayoritas masyarakat Indonesia mengakses dunia digital, mengingat yang menggunakan komputer hanya 10,8% penduduk.
- *Datanesia* pernah memetakan pelaku *e-commerce* di Indonesia, yaitu penduduk yang berbelanja dan berdagang melalui internet. Dalam pemeringkatan, periode yang digunakan adalah rata-rata dalam tiga tahun, yaitu 2019-2021. Dari hasil analisis, Kota Yogyakarta ada di posisi pertama. Rata-rata persentase penduduknya yang bertransaksi *e-commerce* dalam periode itu sekitar 36,9% dari total jumlah penduduk.
- Sejumlah indikator Indonesia di bidang digitalisasi masih jauh tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara, termasuk Vietnam dan Brunei Darussalam. Indonesia hanya unggul dibandingkan Laos dan India.



## Hasrat B20 di Bidang Digitalisasi

Indonesia akan menggelar hajatan besar di penghujung November tahun ini di Bali, yaitu Presidensi G20. Satu atau dua hari menjelang pertemuan para kepala negara tersebut, tepatnya 13-14 November 2022, sekitar 2.000 pemimpin usaha global bertemu dalam ajang Business 20 (B20) di lokasi yang sama.

Pertemuan Tingkat Tinggi B20 ini mengisyaratkan pentingnya peran sektor swasta bagi kinerja perekonomian setiap negara. Karena itu, penyelenggaraan B20 di Bali dikomandani oleh Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia. Dari pertemuan ini kelak, lahir kebijakan dan rekomendasi untuk mendukung tugas G20: mencapai ekonomi global yang kuat, berkelanjutan, dan berimbang.

Digitalisasi menjadi satu dari tujuh agenda utama yang dibahas dalam pertemuan tersebut. Agenda lainnya: Perdagangan & Investasi; Energi, Keberlanjutan & Iklim; Keuangan & Infrastruktur; Dunia Kerja & Pendidikan; Integritas dan Kepatuhan; Perempuan dalam Bisnis. Seluruh agenda ini akan dibahas dalam laporan “White Paper Datanesia”, secara bergiliran.

Presiden Joko Widodo pernah mewanti-wanti. Pada 2030 kelak, pasar digital Indonesia akan mencapai Rp4.531 triliun. Jumlah tersebut hampir setara dengan total hasil produksi kegiatan usaha atau PDB Indonesia pada kuartal II-2022 yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS) sekitar Rp4.920 triliun.

### 7 Agenda Prioritas

- > Perdagangan & Investasi
- > Energi, Keberlanjutan & Iklim
- > Digitalisasi
- > Keuangan & Infrastruktur
- > Dunia Kerja & Pendidikan
- > Integritas dan Kepatuhan
- > Perempuan dalam Bisnis



**6,5 Juta**  
Dunia Usaha Terwakili  
oleh Partisipan



Bali, 13-14 November 2022

**2.000**

Partisipan dari  
Para pemimpin  
Perusahaan



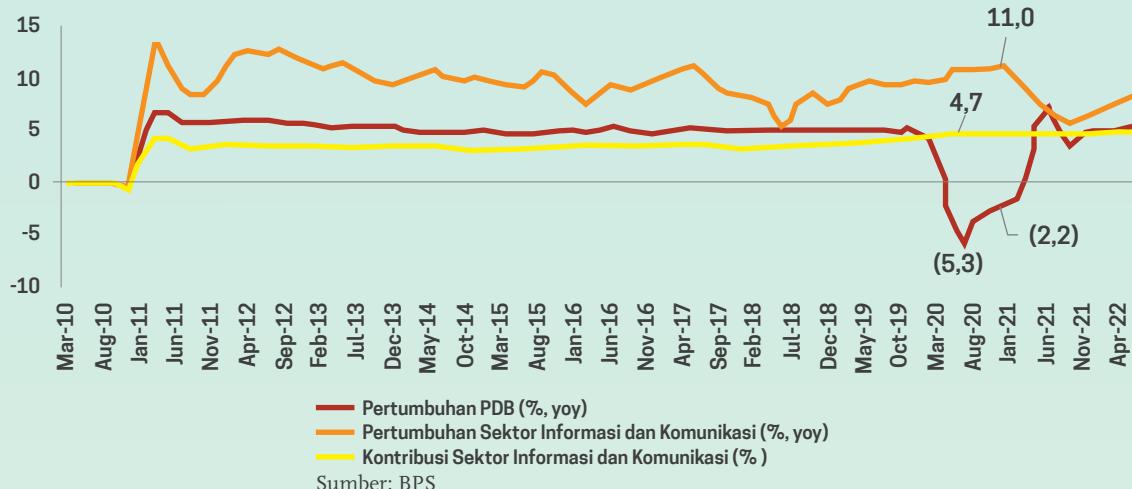
Kinerja sektor usaha informasi dan komunikasi yang menggawangi digitalisasi terus tumbuh positif. Bahkan ketika terjadi krisis akibat pandemi Covid-19 yang merangsek pada 2020, sektor usaha tersebut tumbuh paling tinggi, yakni 11,0%. Ketika itu, pertumbuhan ekonomi nasional atau produk domestik bruto (PDB) menyusut 2,2%.

Di tengah wabah Covid-19 yang memaksa masyarakat menahan diri untuk keluar rumah, banyak kegiatan dilaksanakan secara *online* atau

daring. Penggunaan jaringan internet langsung melonjak. Belanja dan transaksi perbankan melalui daring melonjak berlipat-lipat. Inilah, terutama yang mendorong kinerja sektor informasi dan komunikasi.

Kontribusi sektor usaha tersebut terhadap perekonomian pun terus meningkat. Dalam 10 tahun terakhir, puncaknya terjadi pada Juni 2020, yaitu 4,7%. Setelah itu kembali mencuat, hingga tersisa 4,1% pada Juni tahun ini.

## Kinerja Sektor Informasi dan Komunikasi





Gairah di bidang digitalisasi di Indonesia ini belum didukung dengan baik oleh infrastruktur yang merata. Ini, satu di antara kendala pengembangan digital yang kerap disebut oleh Ketua Umum Kadin Indonesia, Arsjad Rasjid. Kendala tambahannya, literasi atau sumber daya manusia.

Informasi tersebut sejalan dengan data yang dipublikasikan oleh BPS. Sebagian besar desa/kelurahan di Indonesia belum terjamah oleh menara pemancar jaringan telekomunikasi atau *Base Transceiver Station* (BTS). Pada 2020 misalnya, masih ada 46.486 atau 55,3% desa yang belum ada BTS.

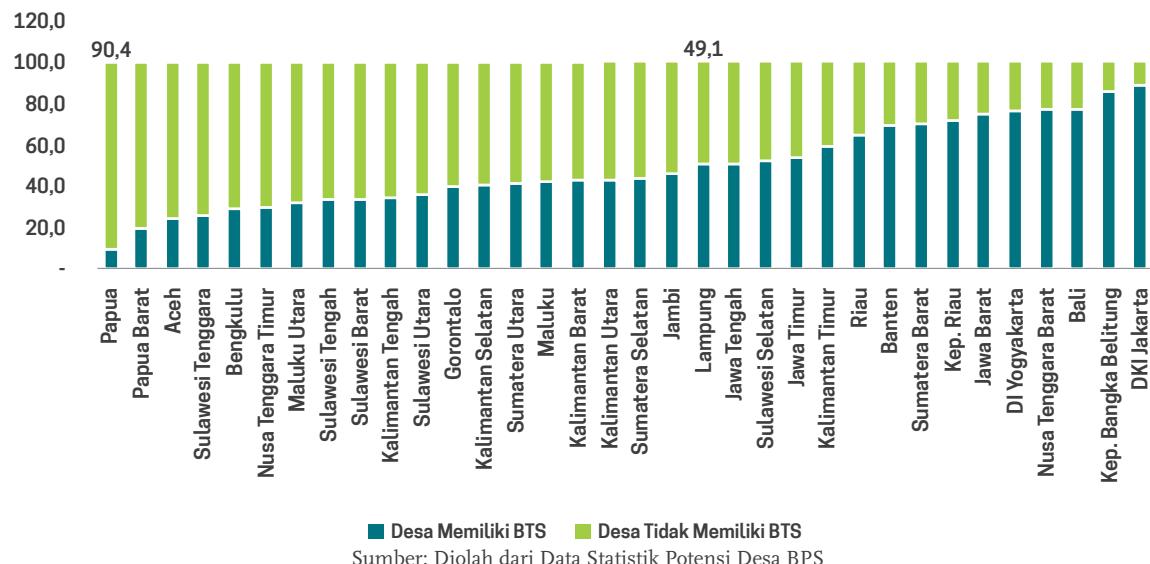
Bukan berarti desa/kelurahan yang tidak memiliki

BTS tidak ada sinyal telepon seluler. BPS membaginya menjadi tiga kelompok untuk area tapa BTS itu: sinyal kuat, sinyal sedang, dan tanpa sinyal.

Kendati demikian, di tengah gairah menggenjot digitalisasi, kehadiran infrastruktur yang memadai sangat perlu. Terutama pemerataannya, mengingat pada 2020 Indonesia memiliki 80.038 desa/kelurahan yang tersebar di 37 provinsi.

Untuk itu, dorongan dari pertemuan B20 menjadi sangat penting, sehingga pengembangannya menjadi kebijakan nasional. Jangan sampai beragam ketimpangan di bidang digital yang terjadi saat ini terus berlarut.

## Infrastruktur Telekomunikasi di Perdesaan (2020)



Sumber: Diolah dari Data Statistik Potensi Desa BPS

## PERSEPSI PUBLIK

### Joko Widodo, Presiden Republik Indonesia

Pernyataan disampaikan saat peresmian Sea Labs Indonesia seperti dikutip dari situs Setkab.go.id, Selasa (1/3/2022).

“Potensi ekonomi digital Indonesia ini di tahun 2025 diperkirakan US\$146 miliar dan kontribusi ekonomi digital Indonesia diproyeksikan naik delapan kali di tahun 2030, yaitu di angka Rp4.531 triliun. Ini sebuah angka yang sangat besar sekali. Dan, seluruh sektor digital juga mengalami pertumbuhan dua digit di tahun 2021.”

### Sri Mulyani Indrawati, Menteri Keuangan

Pernyataan disampaikan dalam Festival Ekonomi Keuangan Digital Indonesia (FEKDI) 2022 seperti dikutip Bisnis.com, Senin (11/7/2022).

“Menteri Kesehatan sekarang mencoba untuk melakukan digitalisasi, transfer dari anggaran pemerintah ke biaya operasi Puskesmas kesehatan, itu diharapkan bisa by puskesmas, by address, dan by account number.”

### Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika

Pernyataan disampaikan pada pembukaan Digital Innovation Network (DIN) G20 yang berlangsung secara hibrida, Sabtu (03/09/2022).

“Konektivitas (internet) yang tangguh dan berkualitas tinggi, telah diakui sebagai elemen mendasar dalam memfasilitasi ekonomi digital yang inklusif dan memberdayakan masyarakat bisa mendukung inovasi perusahaan rintisan.”

### Arsjad Rasjid, Ketua Umum Kadin Indonesia

Pernyataan disampaikan pada gelaran B20-G20 Dialogue Digitalization Task Force, Kamis (7/7/2022).

“Perekonomian Indonesia dapat tumbuh hingga US\$150 juta per tahunnya pada 2025 jika mendorong adaptasi digital. Potensi itu bukan tanpa tantangan. Dia menyebut bahwa Indonesia masih berjibaku menyelesaikan berbagai tantangan, terutama terkait infrastruktur dan ketenagakerjaan.”

### Juli Winantya, Kepala Perwakilan BI Papua

Pernyataan dipublikasikan Antaranews.com, Senin (29/8/2022).

“Tercatat 39 UMKM yang dilakukan pendampingan (oleh Bank Indonesia): terdiri 11 UMKM binaan dan 27 UMKM mitra. Setiap tahun BI membuat pelatihan kepada UMKM agar masuk ke digitalisasi dengan lama pelatihan selama sebulan”.

## Ketimpangan #1: **Miskin Sinyal di Desa Tanpa Menara**

Desa/kelurahan yang miskin sinyal telekomunikasi, mayoritas bertebaran di Papua, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi, Kalimantan, serta Sumatera.

Provinsi di Pulau Jawa seluruhnya absen dalam kelompok 10 provinsi yang di dalamnya berdomisili desa terbanyak: tanpa BTS dan tidak ada sinyal telekomunikasi. Artinya, telepon seluler dapat digunakan di hampir seluruh desa di Jawa.

Pada 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sebanyak 3.276 desa/kelurahan tidak ada sinyal telekomunikasi sama sekali. Apalagi menara BTS.

Secara nasional, jumlah desa yang tidak memiliki sinyal sama sekali terus menurun. Dari 6.759 desa/kelurahan tersisa 5.705. Pada saat bersamaan, walaupun tanpa menara BTS, jumlah desa yang mampu menebar sinyal kuat telekomunikasi terus

bertambah, dari 55.575 desa/kelurahan di 2018, menjadi 61.052.

Pulau Jawa merupakan wilayah dengan desa/kelurahan penerima sinyal seluler terbanyak dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia. Pada periode yang sama tersebut, data BPS menginformasikan 99,86% di antaranya sudah terjamah sinyal telekomunikasi seluler. Selanjutnya diikuti oleh Sumatera (98,24%), Bali dan Nusa Tenggara/Bali (97,54%, Sulawesi (95,4%), dan Kalimantan (93,1).

Penerimaan sinyal telepon seluler di wilayah Maluku dan Papua masih tertinggal dibandingkan wilayah lainnya di Indonesia. Hal ini terlihat dari masih sedikitnya desa/kelurahan yang dapat menerima sinyal, baik sinyal kuat maupun sinyal lemah.

### **Sebaran Desa Tanpa BTS dan Tak Memiliki Sinyal Telekomunikasi Terbanyak di 10 Provinsi 2020**

Provinsi	Memiliki Sinyal Kuat	Memiliki Sinyal lemah	Tidak ada sinyal	Total Desa
Papua	632	1.112	3.276	5.555
Papua Barat	496	493	600	1.985
Kalimantan Barat	246	757	217	2.142
Sumatera Utara	2.035	1.337	193	6.132
Kalimantan Tengah	289	579	166	1.576
Sulawesi Barat	111	171	148	650
Sulawesi Tengah	641	560	138	2.020
Nusa Tenggara Timur	1.040	1.222	126	3.419
Maluku	247	353	121	1.248
Aceh	3.959	872	99	6.516
Indonesia	26.457	14.354	5.657	84.038

Sumber: BPS

## Ketimpangan #2: Seratus Juta Penduduk Tanpa Internet

Jumlah penduduk yang menggunakan internet memang terus merangkak naik setiap tahun. Namun hingga 2021, masih lebih dari 100 juta atau sekitar 41,7% dari total penduduk yang belum menggunakan sarana pendukung digital tersebut.

Sedangkan pemilik telepon seluler (*handphone*) lebih banyak, yaitu 60,7% dari total penduduk. Dengan begitu, sebaran *handphone* lebih merata ketimbang internet di Indonesia. Melalui perangkat itulah mayoritas masyarakat Indonesia mengakses dunia digital, mengingat yang menggunakan komputer hanya 10,8% penduduk.

Perkembangan ini memperlihatkan masih tingginya kesenjangan penduduk dalam menggunakan internet. Dengan jumlahnya yang hampir separuh dari total jumlah penduduk itu, mengisyaratkan

satu hal penting: penyebaran informasi melalui internet yang dinilai penting masih jauh dari memadai untuk mengunjungi warga di Tanah Air.

Begitu pun jika ada hasil survei persepsi penduduk melalui jaringan internet, kesahihannya perlu diberikan diskon besar. Sebarannya terlalu musykil untuk dikatakan memiliki keterwakilan penduduk, walaupun telah mengakomodir demografi.

Di luar soal infrastruktur untuk mengakses, tingkat keamanan data di internet masih jadi persoalan di Indonesia. Belakangan ini beredar informasi sekitar 1,3 miliar data registrasi kartu SIM prabayar mengalami kebocoran. Tak ada yang mengaku bertanggung jawab. Tentu ini ancaman serius, karena mengindikasikan sistem keamanan jaringan internet di Indonesia masih sangat rawan.

### Perkembangan Pengguna Internet

Tahun	Total Penduduk	Jumlah Penduduk			Percentase Penduduk		
		Memiliki Handphone	Menggunakan Komputer	Menggunakan Internet	Memiliki Handphone	Menggunakan Komputer	Menggunakan Internet
2015	254.896.941	132.226.330	38.268.970	51.052.603	51,9	15,0	20,0
2016	257.891.669	137.293.769	40.565.453	59.736.752	53,2	15,7	23,2
2017	261.088.526	141.646.790	45.229.461	76.869.561	54,3	17,3	29,4
2018	264.226.891	150.131.509	45.959.085	96.000.537	56,8	17,4	36,3
2019	267.303.490	154.922.777	35.281.234	116.292.358	58,0	13,2	43,5
2020	270.311.824	155.373.097	35.053.862	134.726.115	57,5	13,0	49,8
2021	271.585.334	164.884.087	29.256.645	158.319.049	60,7	10,8	58,3

Sumber: Diolah dari Data Susenas BPS

## Ketimpangan #3: Memilih Berselancar di Media Sosial

Jika literasi penggunaan internet diukur berdasarkan tujuan untuk mendapatkan informasi, maka yang terjadi di Indonesia adalah kemunduran. Seperti diungkap data Badan Pusat Statistik (BPS), persentase warga pengguna internet yang memanfaatkan akses tersebut untuk mendapatkan

informasi/berita terus menurun, dari 69,9% pada 2019 tersisa 64,9% pada 2021.

Hajat terbesar dari pengguna internet di Indonesia adalah untuk mengakses dan berselancar di media sosial. Pada 2021, persentasenya mencapai 88,2%

atau 140 juta dari total pengguna yang mencapai 158 juta orang.

Pemanfaatan terkecil (di luar lainnya) adalah untuk penjualan barang dan jasa. Ini menandakan masyarakat Indonesia yang berdagang melalui *e-commerce* masih sangat minim, yaitu sekitar 8 juta orang atau 5,2% dari total pengguna internet pada 2021. Posisinya nyaris tidak mengalami perubahan dibandingkan 2019 yang 5,1%, kemudian menurun jadi 5,0% di 2020.

Sebaliknya, yang memanfaatkan internet untuk berbelanja barang/jasa terus melaju. Jika pada 2019 jumlahnya 12,8% dari total pengguna internet, di 2021 sudah 15,9% atau sekitar 25 juta orang. Ini adalah pangsa pasar di dunia maya.

Para peminat belanja melalui internet mungkin semakin akrab dengan belanjaan yang ingin disasar. Indikasi, jumlah pengguna internet yang mencari informasi untuk mendapatkan barang/jasa makin menurun, dari 13,7% pada 2019 menjadi 12,9% dari total pengguna internet di 2021.

### Peta Pemanfaatan Internet

Tujuan Penggunaan Internet	2019		2020		2021	
	Jumlah Individu	Percentase	Jumlah Individu	Percentase	Jumlah Individu	Percentase
Mendapat Informasi/Berita	81.254.691	69,9	92.222.743	68,5	102.675.183	64,9
Mendapatkan Informasi Untuk Proses Pembelajaran	30.077.652	25,9	33.301.394	24,7	51.377.847	32,5
Mengirim/Menerima E-Mail	16.205.332	13,9	16.398.187	12,2	20.171.294	12,7
Media Sosial/Jejaring Sosial (Facebook, Twitter, Bbm, WhatsApp, Skype, DLL)	101.417.043	87,2	118.391.447	87,9	139.702.655	88,2
Pembelian Barang/Jasa	14.922.853	12,8	19.018.178	14,1	25.215.792	15,9
Penjualan Barang/Jasa	5.908.378	5,1	6.689.569	5,0	8.274.596	5,2
Hiburan (Download/Main Game, Nonton Tv, Download/Nonton Film/Video, Radio, Download Gambar Dan Musik)	72.169.299	62,1	92.390.026	68,6	100.178.530	63,3
Fasilitas Finansial (E-Banking)	7.516.696	6,5	9.435.847	7,0	12.072.901	7,6
Mendapat Informasi Mengenai Barang/Jasa	15.921.910	13,7	18.569.791	13,8	20.377.742	12,9
Lainnya	3.782.435	3,3	5.358.250	4,0	7.387.315	4,7
Jumlah Pengguna Internet	116.292.358	100,0	134.726.115	100,0	158.319.049	100,0

Sumber: Diolah dari Data Susenas BPS Maret 2021

## Ketimpangan #4: Pelaku E-Commerce Terbesar Masih di Jawa

Menurut catatan Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada 2021 mencapai Rp410 triliun. Pertumbuhannya sekitar 396,3% dalam lima tahun atau dibandingkan 2017. Tahun ini diperkirakan menjadi Rp526 triliun.

Datanesia pernah memetakan pelaku *e-commerce* di Indonesia, yaitu penduduk yang berbelanja dan berdagang melalui internet (*selengkapnya di edisi 138 tentang “10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia 2022”, 28 Juli 2022*). Dalam pemeringkatan, periode yang digunakan adalah rata-rata dalam tiga tahun, yaitu 2019-2021. Dari hasil analisis, Kota Yogyakarta ada di posisi pertama.

Persentase penduduk Kota Gudeg yang bertransaksi *e-commerce* dalam tiga tahun itu, rata-rata per tahun sekitar 36,9% dari jumlah penduduk di wilayah tersebut yang aktif di *e-commerce*. Dalam tiga tahun itu, pertumbuhannya dari 2019 ke 2021 mencapai 16,3%.

Pesatnya perkembangan transaksi *e-commerce* tampaknya menegaskan satu hal penting: digitalisasi atau proses pemanfaatan sistem digital dalam kehidupan sosial dan ekonomi terus mengalir tak terbendung. Bahkan arusnya

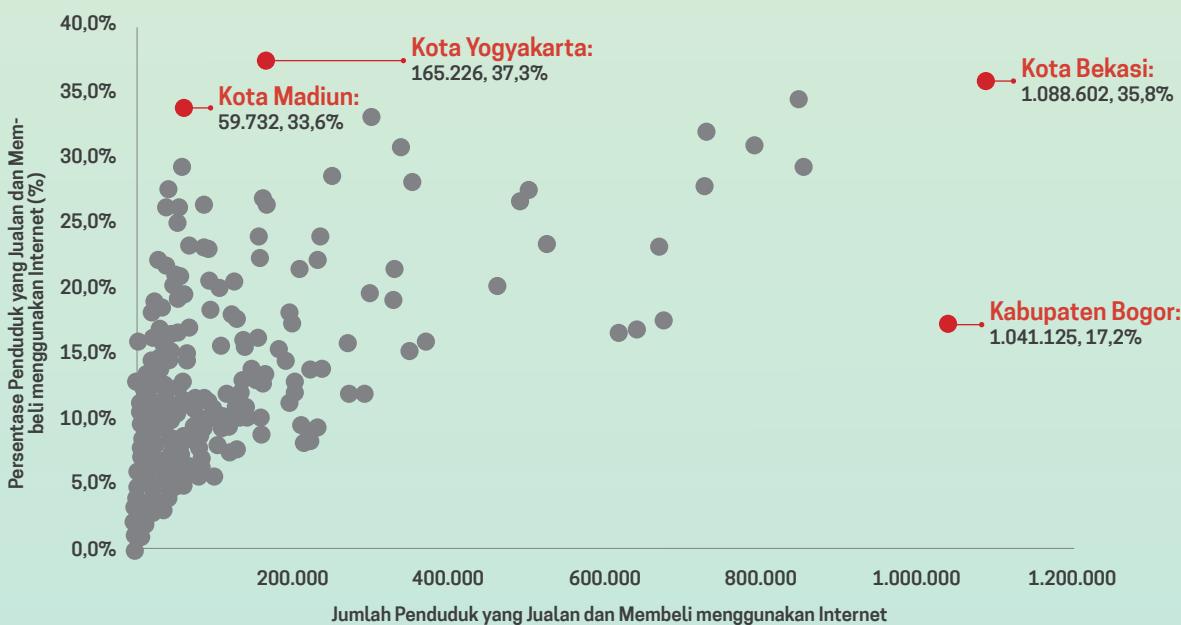
kian deras.

Perkembangan itu juga terlihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang terungkap melalui survei sosial ekonomi nasional (Susenas). Pada 2021, sekitar 33,5 juta penduduk melakukan transaksi perdagangan elektronik atau jual-beli menggunakan internet. Jumlah tersebut lebih tinggi 30,3% dibandingkan 2020 atau 60,8% dari 2019.

Dari sisi wilayah pada 2021, Kota Yogyakarta tetap menjadi daerah dengan persentase penduduk bertransaksi *e-commerce* terbanyak dari 514 kabupaten/kota di Indonesia. Sebanyak 37,3% atau sekitar 165,2 ribu dari total penduduknya melakukan kegiatan jual dan beli melalui internet. Tapi dari sisi jumlah penduduk, Kota Bekasi ada di urutan pertama, yaitu sekitar 1,1 juta orang atau 35,8% dari total penduduknya.

Secara keseluruhan, kelompok 10 besar didominasi oleh wilayah administratif kota. Jaringan infrastruktur telekomunikasi tentu sangat berpengaruh terhadap ketersediaan internet, sehingga transaksi *e-commerce* lebih nyaman. Dengan begitu, peran wilayah kota pada umumnya melampaui kabupaten yang mengelola perdesaan.

**Jumlah dan Persentase Penduduk Bertransaksi Jual-Beli Melalui Internet (E-Commerce)**  
2021



Sumber: White Paper Datanesia Edisi 138 “10 Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia 2022”

## SARAN DAN REKOMENDASI

### Unggul dari Laos, Tapi Ditekuk Vietnam dan Brunei

Sejumlah indikator Indonesia di bidang digitalisasi masih jauh tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara, termasuk harus ditekuk oleh Vietnam, Thailand dan Brunei Darussalam. Indonesia hanya unggul dibandingkan Laos dan India.

Dari data yang dipublikasikan Bank Dunia, untuk persentase penduduk yang berlangganan internet di kawasan Asia Tenggara, Indonesia ada di urutan buncit. Jumlahnya hanya 4,3% dari total penduduk.

Berlangganan internet dalam indikator tersebut tidak termasuk paket data yang melekat di telepon seluler. Sedang Laos dan India masing-masing hanya 1,8% dan 1,7%. Untuk India, mungkin bisa

dimaklumi, mengingat jumlah penduduknya yang lebih dari 1 miliar jiwa merupakan terpadat kedua di dunia.

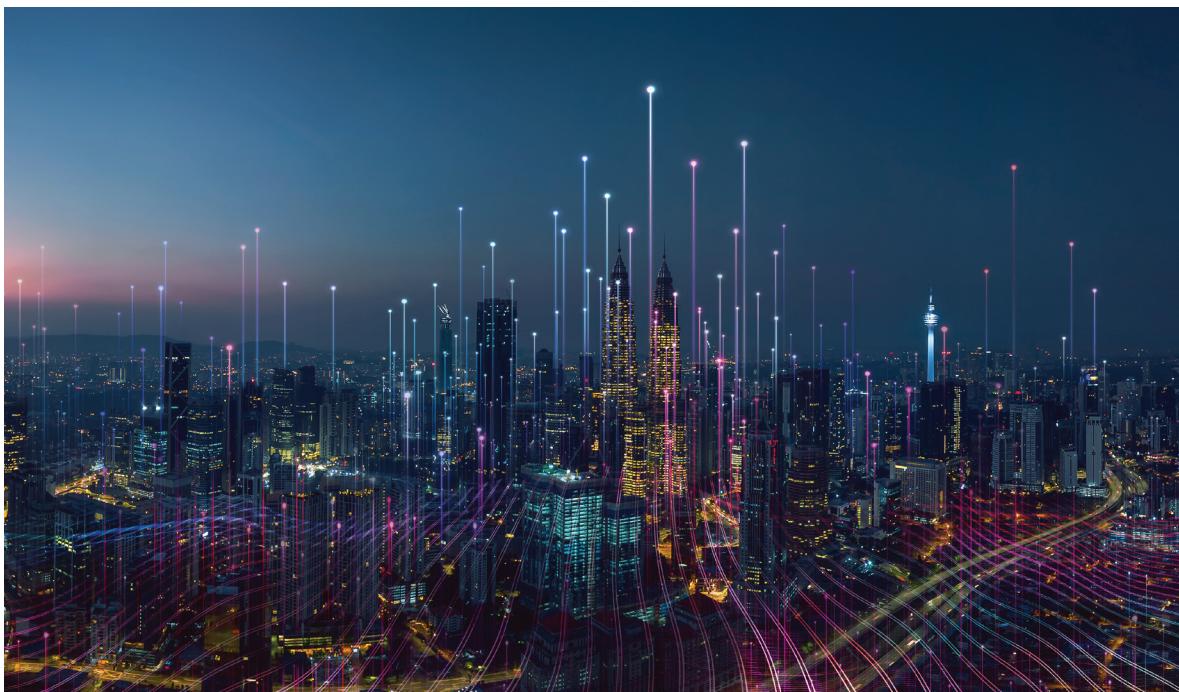
Terhadap Brunei Darussalam, Indonesia kalah pada indikator persentase penduduk yang menggunakan dan berlangganan internet. Namun unggul terhadap kepemilikan telepon seluler. Di Brunei, rata-rata setiap penduduk memiliki 1,2 unit telepon seluler, dan Indonesia 1,3 unit. Tak heran, jika kerap ditemui banyak orang yang ditemui 2-3 telepon seluler saat duduk di restoran atau warung kopi.

Sedangkan dengan Thailand, Indonesia kalah pada seluruh indikator. Begitu pun jika dibandingkan Vietnam.

**Perbandingan Indikator Akses Digital Antar Negara  
(2020)**

Negara	Percentase Penduduk Menggunakan Internet (%)	Percentase Penduduk Berlangganan Internet (%)	Rata-rata Jumlah Handphone yang Dimiliki Setiap Orang
Indonesia	53,7	4,3	1,3
Malaysia	89,6	10,4	1,4
Filipina	49,8	7,2	1,4
Singapura	92,0	25,8	1,4
Thailand	77,8	16,4	1,7
Vietnam	70,3	17,2	1,4
Laos	33,8	1,8	0,6
Brunei Darussalam	95,0	16,2	1,2
India	43,0	1,7	0,8
China	70,4	33,6	1,2
Jepang	90,2	34,8	1,5
Korea Selatan	96,5	43,5	1,4

Sumber: Word Development Indicators (WDI) Bank Dunia



Kesenjangan di bidang digital ini menjadi pekerjaan rumah besar yang harus dituntaskan, mengingat Indonesia merupakan pasar yang sangat gemuk. Dengan pemerataan akses internet yang semakin baik, ruang kreasi serta lapak menjajakan produk/jasa bagi masyarakat akan semakin terbuka.

Pada saat bersamaan, tingkat literasi juga masih menjadi kendala. Pemanfaatan internet untuk fasilitas keuangan bahkan masih 7,6% hingga 2021. Pertumbuhannya pun begitu lambat. Sedangkan untuk kebutuhan pembelajaran cukup lumayan, walaupun bisa dikatakan rendah, yakni 32,5% dari total pengguna internet.

Semua itu adalah soal infrastruktur yang belum merata, seperti ditunjukkan melalui kehadiran menara pemancar telekomunikasi nirkabel atau BTS. Lebih dari separuh desa/kelurahan belum tersentuh. Jika infrastruktur ini makin merata, semua pihak akan semakin mendapatkan manfaatnya. Dari masyarakat, dunia usaha, hingga pemerintah.

Untuk akselerasi dan pemanfaatan yang lebih besar di sektor digital ini, penting bagi Indonesia untuk menjadi bagian dari ekosistem global.

Sebagai contoh, B2o bisa menginisiasi terciptanya ekosistem usaha mikro, kecil dan menengah di negara-negara anggota untuk masuk dalam keranjang komunitas penjual dan pembeli.

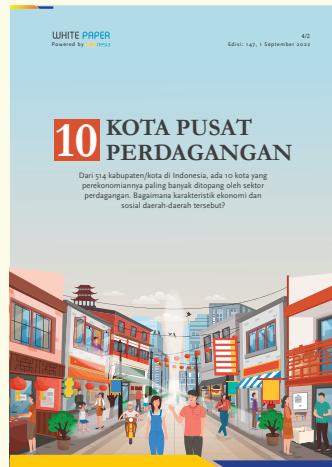
Melalui kerja sama dalam ekosistem tersebut, UMKM yang menjadi penopang perekonomian nasional akan semakin punya ruang untuk mengakses konsumen, sekaligus bahan baku produksi yang lebih efisien. Tanpa pengepul. Transaksi terjadi secara langsung, sehingga tidak ada distorsi harga.

Industri keuangan juga berpotensi mendapatkan manfaat besar. Tanpa kehadiran fisik dengan beragam kendalanya di luar negeri seperti perizinan, tetap bisa menjadi fasilitator transaksi dalam ekosistem yang menjadi inovasi B2o tersebut.

Seiring dengan perkembangan digitalisasi, pada akhirnya yang menjadi pegangan masyarakat adalah kata kunci atau *password*. Untuk itu, perlindungan di dunia digital yang dapat mengakses data pribadi pengguna, perlu menjadi perhatian serius pemerintah ketimbang sibuk mengelak saat ada kebocoran data.

# WHITE PAPER

Powered by **datanesia**



## TIM PENYUSUN

### REDAKSI

Dwi Setyo Irawanto (Ketua), Herry Gunawan,  
M.G. Rusli, Amalia Hasyyati, Amandra Megarani

**DATA SPECIALIST**  
Ade Holis, N. Syafudin

**DESAIN**  
A. Faisal

Alamat: kontak@datanesia.id

