Indonesia butuh kebijakan soal ekosistem digital yang menyeluruh bukan tambal sulam.

Nofie Iman, Pengajar Departemen Manajemen FEB UGM

Tajuk

Tarif Listrik Nyaman

Syamsul Ashar

Masyarakat Indonesia dalam dua tahun terakhir menikmati tarif listrik yang flat atau tidak berubah baik mengalami kenaikan atau penurunan. Kondisi ini jelas berbeda dengan lima tahun silam saat harga listrik bisa naik dan turun dalam periode tertentu, berdasarkan penghitungan harga bahan baku berdasar mekanisme pasar.

Ongkos kebijakan seperti ini jelas memberatkan baik bagi anggaran negara maupun PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai pelaksana. Meskipun pemerintah memberikan kompensasi penugasan kepada PT PLN sebesar Rp 23,17 triliun sepanjang 2018 lalu, sehingga perusahaan listrik yang mendapat mandat memonopoli dari negara ini membukukan keuntungan Rp 11,57 triliun.

Tahun ini anggaran kompensasi tetap ada di bujet negara. Nilainya kurang lebih sebesar Rp 20,8 triliun hingga akhir kuartal III-2019. Sementara dengan hitungan kebijakan yang sama yakni melarang PLN mengubah tarif, maka bujet yang dibutuhkan Rp 22 triliun.

Cara pemerintah meninabobokan pengguna listrik ini jelas tidak menguntungkan, baik bagi PLN, kas negara, maupun pelaku usaha sektor ketenagalistrikan. Sebab selama tarif listri di Indonesia "murah" karena ada kebijakan subsidi, maka sumber energi lain yang bersifat baru dan terbarukan, sulit berkembang. Masyarakat enggan menggunakan energi terbarukan karena secara ongkos jauh lebih mahal.

Misalnya energi terbarukan dari pembangkit listrik tenaga surya. Secara hitungan kasar investasi mendapatkan energi sebesar 10.000 watt dari energi panel surya, membutuhkan anggaran sebesar Rp 25 juta–Rp 35 juta, dengan asumsi luas panel surya 10 meter persegi.

Di sisi lain, kebijakan pemerintah ini memaksa PLN melakukan penghematan di tingkat internal. Nah salah satu cara menghemat ini diantaranya dengan menekan para vendor termasuk penyedia listrik seperti dari perusahaan pembangkit listrik swasta, penyedia penyewaan genset, maupun pemasok bahan baku seperti batubara.

Sebagai perusahaan yang ditugasi monopoli oleh negara, PLN bisa dengan sewenang-wenang menetapkan harga listrik dari pengembang listrik swasta maupun kepada perusahaan penyedia jasa sewa genset dengan alasan efisiensi. Misalnya dengan perubahan mekanisme kontrak pembelian listrik *take or pay*, atau pembelian sesuai kapasitas pembangkit, menjadi *delivery or pay* sehingga merugikan pemasok. Jika ini terus berlangsung jelas akan membuat investor hengkang. ■

Surat

Tempat Penjemputan Yang Tidak Akurat

Kerap kali menggunakan aplikasi transportasi *online* persoalan yang sama selalu saja terjadi. Yakni soal titik penjemputan *(pick up)* yang selalu tidak akurat. Terutama saat melakukan transaksi di tempat tinggal.

Saat memesan dari sebuah aplikasi transportasi *online* untuk kendaraan roda empat, selalu saja titik jemput tidak selalu tepat di tempat tinggal saya. Yang sering terjadi, titik penjemputan berada di jalan yang lainnya, meski masih berada di satu areal. Namun kalau hal ini terus berulang tentu membuat kesal kedua belah pihak. Bisa dari saya sebagai konsumen dan tentu saja si pengemudi.

Dan kejadian ini kembali berlangsung belum lama ini. Sampai-sampai si pengemudi melakukan pembatalan. Hal yang jarang terjadi dilakukan. Lucunya saat saya memesan kembali, si supir yang membatalkan transaksi kembali terjaring. Dengan sedikit upaya, akhirnya saya bisa mendapatkan si supir. Sambil meminta maaf, si supir bingung kenapa titik penjemputan tidak akurat dan hal yang sama juga terjadi di gadget saya.

Dengan kejadian tersebut, saya meminta perhatian ke pihak aplikasi transportasi *online* yang tidak usah saya sebut namanya karena kita semua sudah tahu siapa saja pemainnya. Supaya memperhatikan lagi sistem teknologi informasi terkait titik jemput dan pemetaannya. Karena ini menyangkut kenyamanan bagi konsumen dan tentu saja mitra pengemudi.

D Sayoga,
Bintara, Bekasi Barat

Tunda Rencana Kenaikan Tarif Listrik

Ada rencana dari pemerintah untuk menaikkan tarif listrik non subsidi tahun depan. Meski masih lama, tapi rencana tersebut sudah pasti mengundang perhatian banyak pihak. Apalagi tarif listrik yang akan dikerek ini untuk daya 900 va-1.300 VA, yang banyak dipakai warga masyarakat kebanyakan.

Sudah pasti, rakyat akan keberatan dengan rencana tersebut dan tampaknya tidak mau tahu soal sebab musabab kenaikan tarif tersebut. Ada baiknya pemerintah memperhatikan kondisi rakyat banyak saat ini.

Faizal T,
Salatiga, Jawa Tengah

SMS

Musim liburan sekolah ini menjadi kesempatan bagi banyak industri kecil dan menengah (IKM) untuk meraup keuntungan. Dan saya terkesima dengan upaya dari beberapa perajin batik yang ada di Yogyakarta. Saat musim liburan kali ini, mereka membuka kursus membatik yang memang tengah digemari oleh banyak kalangan, termasuk juga anak-anak dan pelajar.

Hp 0811 58xx xxxx

Produk mi instan dan kopi Indonesia mendapat respon positif dari para konsumen di luar negeri saat berlangsung pameran dagang. Ini menjadi pertanda bagi para pebisnis kopi dan mi instan untuk segera membuat varian produk dan kualitas yang terjaga supaya bisa lebih mudah masuk ke pasar global.

Hp 0852 68xx xxxx

Baru tahu tilang elektronik berlaku.

Hp 0814 78xx xxxx

Maskapai penerbangan harap segera mengumumkan tarif diskon tiket pesawat ke publik.

Hp 0812 47xx xxxx

Kirim SMS Anda
081808 566826

Surat dan Pendapat

Gedung KONTAN
Jl. Kebayoran Lama
No. 1119 Jakarta 12210

Telephone
021-536-1289, 532-8134, 535-7536

Fax 021 - 535-7633

red@kontan.co,id

Opini

Menimbang Regulasi Platform Digital

Nofie Iman,
Pengajar di Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada

Pemerintah Indonesia terus berupaya mendorong pembangunan di bidang teknologi informasi dan komunikasi dengan tujuan untuk menempatkan Indonesia sebagai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Salah satu bentuk konkrit perwujudan misi tersebut adalah dengan menyusun peta jalan perdagangan berbasis elektronik atau *e-commerce* Indonesia dan mendorong terciptanya 1.000 teknopreneur baru pada tahun 2020 nanti.

Sejumlah inisiatif yang telah dilakukan pemerintah nampaknya mulai membuahkan hasil. Misalnya, menurut laporan World Economic Forum, indeks persaingan global Indonesia dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) naik secara konsisten.

Pada tahun 2017-2018, Indonesia berada di peringkat 36 dari 137 negara, naik dari posisi 41 pada periode sebelumnya. Pada saat yang bersamaan, pemerintah juga terus memperbaiki jaringan akses telekomunikasi dan internet, termasuk menuntaskan pembangunan Palapa Ring.

Selain itu, perusahaan rintisan (*startup*) di Indonesia juga bertumbuh dengan sangat cepat. Saat ini bahkan empat perusahaan rintisan Indonesia telah menyandang gelar *unicorn*, yaitu mereka yang memiliki valuasi di atas US$ 1 miliar. Gelar tersebut diberikan kepada Bukalapak, Go-Jek, Tokopedia, dan Traveloka. Pemerintah bahkan menargetkan akan lahirnya satu *unicorn* bari lagi pada tahun 2019.

Secara konseptual, teknologi digital sejatinya memiliki artefak digital yang bersifat terbuka, mudah diubah, dapat ditransfer, dan cenderung ambivalen. Artefak digital tersebut memiliki sifat dasar berupa kemampuan untuk melakukan pemrograman ulang (*reprogrammability*) dan homogenisasi atas data yang dihasilkan (*data homogenisation*). Bila dipadukan, kedua hal tersebut memungkinkan terjadinya proses *convergence* dan *generativity* (Yoo et al., 2010).

Salah satu hasil yang mencolok dari proses tersebut adalah tumbuh kembangnya platform berbasis teknologi digital. Platform digital dapat diterjemahkan sebagai rangkaian *building block* yang memberikan fungsi-fungsi dasar suatu sistem teknologi dan berperan menjadi landasan bagi organisasi lain untuk mengembangkan produk, jasa, dan teknologi komplementer (Gawer, 2009).

Konsep platform sesungguhnya bukan hal yang baru. Keberadaan pasar di abad pertengahan adalah contoh nyata dari suatu platform. Bedanya, platform digital memanfaatkan teknologi digital sehingga keterjangkauannya menjadi lebih luas dan hampir tak terbatas. Hal ini ditunjang dengan fakta bahwa organisasi bisnis saat sekarang cenderung lebih memilih untuk mengembangkan platform daripada membuat produk sendiri.

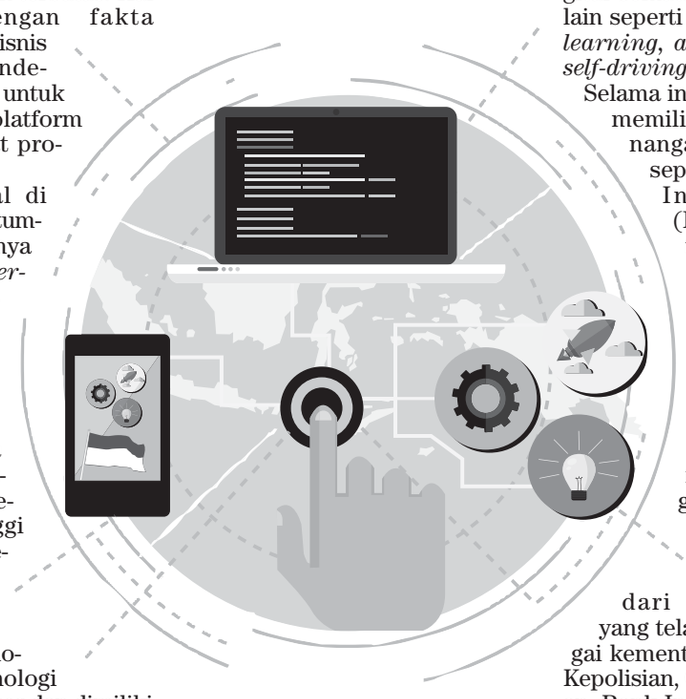
Platform digital di masa sekarang bertumbuh pesat setidaknya karena dua hal. *Pertama*, eksternalitas jejaring (*network externalities*), atau pengaruh yang muncul akibat semakin banyak pengguna yang memanfaatkan platform tersebut. Semakin tinggi pengguna, maka semakin besar pula nilai dari platform tersebut. *Kedua*, demokratisasi teknologi membuat teknologi digital mudah diakses dan dimiliki siapapun. Akibatnya, platform digital terus berkembang semakin besar.

Kekuatan platform digital yang begitu besar ditunjang oleh kapasitasnya dalam mengatasi problem koordinasi di pasar. Dengan menggunakan teknologi kontemporer, platform digital mampu mengorganisasi permintaan dan penawaran secara lebih efektif di tengah ketiadaan informasi yang penuh. Maka tak heran bila platform digital kemudian mampu mengokupasi wilayah-wilayah yang masih abu-abu dan belum tersentuh regulasi, seperti perlindungan dan privasi konsumen, ketenagakerjaan, hingga potensi pendapatan fiskal nasional.

Dalam paradigma disrupsi teknologi dan inovasi, kegaduhan ini dapat dikategorikan ke dalam berbagai tahapan yang berbeda: (1) inovasi, (2) komersialisasi, (3) anarki kreatif, dan (4) aturan dan regulasi (Spear, 2018).

Sementara itu, respon legal yang muncul biasanya terbagi juga dalam beberapa pilihan. *Pertama*, *subsumption* atau menerapkan aturan-aturan lama yang telah ada untuk konteks yang baru (*default approach*). *Kedua*, *innovation* atau menerbitkan aturan baru (legislator) dan/atau mengenalkan doktrin-doktrin yang baru (courts). *Ketiga*, *gradual response*, yakni secara bertahap memberikan respon inkrimental atas perubahan yang terjadi

Implikasi atas lahirnya platform adalah inovasi yang bersifat horizontal. Proses bisnis dan data akan terdistribusi lintas organisasi. Pemilik platform berkepentingan untuk memelihara platform yang dimilikinya dengan memperbanyak layanan dan memperbesar basis pengguna.



Hal ini berdampak pada pemusatan kekuatan pada satu-dua penguasa platform saja. Inovasi didorong atas dasar motivasi mencari laba yang dapat menimbulkan kekuatan yang tak berpihak.

Dari sisi pemerintah dan pembuat kebijakan, prioritas utama adalah melindungi kepentingan publik, membuat masyarakat tetap terinformasi dengan baik, dan tentu saja, menjaga kemandirian nasional. Tetapi, di sisi lain, pemerintah juga ingin mendorong inovasi yang mampu menggerakkan pasar dan mendorong berputarnya roda perekonomian. Pemerintah perlu mewaspadai hal ini karena faktanya semua unicorn berbasis pada teknologi platform digital.

Butuh strategi

Di tengah carut marut dan kompleksitas permasalahan yang melingkupi platform digital di Indonesia, idealnya, mutlak diperlukan sebuah strategi digital nasional yang komprehensif, alih-alih kebijakan dan strategi yang tambal sulam. *Pertama*, perlu dibentuk lembaga lintas bidang/sektor yang melingkupi beragam aspek ekonomi digital.

Lembaga ini nantinya tidak hanya akan menangani platform digital semata, melainkan juga isu lain seperti *blockchain*, *machine learning*, *artificial intelligence*, *self-driving cars*, dan seterusnya.

Selama ini, kita memang sudah memiliki lembaga yang menangani urusan ekonomi seperti Komite Ekonomi Industri Nasional (KEIN) maupun urusan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) seperti Dewan TIK Nasional (Wantiknas).

Sayangnya, keberadaan platform digital yang mengokupansi berbagai bidang membutuhkan lembaga yang juga beroperasi lintas bidang/sektor. Selain diisi oleh perwakilan dari berbagai institusi yang telah ada (seperti berbagai kementerian maupun badan, Kepolisian, Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, dan sebagainya), lembaga lintas sektoral ini juga perlu mewadahi berbagai sektor kepentingan seperti pebisnis dan pelaku usaha, perwakilan masyarakat dan konsumen, dan para ahli serta akademisi.

Aspek multimodal semacam ini adalah suatu keniscayaan. Sebab, platform digital membutuhkan keahlian dan latar belakang pendidikan yang beragam.

Kedua, strategi ini juga perlu ditunjang oleh perangkat regulasi yang mumpuni. Misalnya, kita sudah memiliki peta jalan tentang e-commerce, namun belum memiliki peta jalan yang lebih komprehensif terkait ekonomi digital.

Trending Topic's www.kontan.co.id

Siap-Siap, Bea Meterai Naik

ANDA yang menggunakan banyak meterai, siap-siap membayar bea meterai lebih mahal. Pemerintah mengusulkan penerapan meterai satu harga yakni Rp 10.000 per dokumen, naik dari harga meterai yang berlaku saat ini sebesar Rp 3.000 dan Rp 6.000 per dokumen.

Usulan ini tertuang dalam rancangan revisi Undang-Undang (UU) Nomor 13/1985 tentang bea meterai yang tengah dibahas pemerintah dan DPR. Dalam pembahasan revisi UU tersebut, Rabu (3/7), Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menandaskan, meskipun mengusulkan tarif bea meterai naik, RUU ini lebih berpihak kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebab, nilai nominal dokumen yang wajib menggunakan meterai adalah jika berkaitan dengan transaksi bernilai lebih dari Rp 5 juta.

Aturan yang berlaku saat ini, transaksi dengan nilai antara Rp 250.000–Rp 1 juta wajib menggunakan bea meterai Rp 3.000 per dokumen. Sedangkan transaksi di atas Rp 1 juta dan dokumen tertentu wajib memakai bea meterai Rp 6.000 per dokumen.

Grace Olivia Sihombing

Prospek Emas Pasca Rekor

HARGA emas batangan bersertifikat di Logam Mulia milik PT Aneka Tambang (ANTM) kembali mencatatkan kenaikan tertinggi sepanjang masa. Harga emas Antam pecahan satu gram berada di Rp 714.000, pada Rabu (3/7). Harga tersebut naik Rp 20.00 dari posisi, Selasa (2/7). Kompak, harga pembelian kembali atau *buyback* emas Antam juga naik Rp 20.000 menjadi Rp 643.000.

Pertumbuhan harga emas batangan bersertifikat di Logam Mulia itu akibat tersulut kembali memanasnya geopolitik Amerika Serikat (AS) dengan Uni Eropa.

Danielisa Putriadita, Herlina KD

Harga Saham ITIC Naik 50%

PERUSAHAAN pengolahan tembakau iris PT Indonesian Tobacco Tbk resmi melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Kamis (4/7). Pada perdagangan perdana, harga saham emiten berkode emiten ITIC ini sempat melonjak 50% ke Rp 330 per saham dari harga *initial public offering* (IPO) Rp 219 per saham.

Dengan begitu, saham perusahaan dengan kode emiten itu otomatis terkena *auto reject* atas (ARA). Alasannya, kenaikan harga saham ini sudah melebihi ketentuan BEI yang menetapkan, untuk rentang harga saham Rp 200-Rp 5.000 maka batas naik dan turun saham adalah lebih dari 25% dalam sehari.

Melalui IPO ini, ITIC memperoleh dana Rp 60,01 miliar. ITIC menawarkan 274,06 juta saham atau setara 29,13% dari modal perusahaan. ITIC menunjuk PT Philip Sekuritas Indonesia sebagai *lead underwriter*.

Nur Qolbi

Kontan

Penerbit: **PT Grahanusa Mediatama** Surat Izin: Surat Keputusan Menpen Nomor 307/ SIUPP/B.1/1996, tanggal 19 Maret 1996. **Direktur:** Lukas Widjaja, Ardian Taufik Gesuri **Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab:** Ardian Taufik Gesuri **Dewan Redaksi:** Ardian Taufik Gesuri, Mesti Sinaga, Hasbi Maulana, Hendrika Yunapritta, Djumyati Partawidjaja, Titis Nurdiana, Bagus Marsudi, Ahmad Febrian, Markus Sumartomdjon, R. Cipta Wahyana, Barly Haliem Noe, Johana Ani Kristanti, Harris Hadinata, Thomas Hadiwinata, Yuwono Triatmodjo, Khomarul Hidayat, Syamsul Ashar, SS Kurniawan, Havid Vebri, Wahyu Tri Rahmawati, Asnil Bambani Amri, Lamgiat Siringoringo, Sanny Cicilia, Barratut Taqiyyah, Sandy Baskoro, Avanty Nurdiana, Adi Wikanto, Dupla Kartini, Rizki Caturini, Fransiska Firlana S., Anastasia Lilin, Azis Husaini, Anna Suci Perwitasari, Yudho Winarto, Dikky Setiawan, Herlina Kartika D., A. Herry Prasetyo, Tedy Gumilar, Fahriyadi, Ragil Nugroho, Nina Dwiantika, Noverius Laoli, Handoyo, Narita Indrastiti, Dadan M. Ramdan, Tendi Mahadi, Merlinda Riska, Ignatia M. Sri Sayekti, Dityasa Hanin F., Tri Sulistiowati, Adinda Ade Mustami, Raden Roro Putri W., Francisca Bertha Vistika Putri, Wuwun Nafsiah, Pratama Guitarra, Jane Aprilyani, Dina Mirayanti Hutahuruk, Sinar Utami, Laurensius Marshall S.S. Andy Dwijayanto, Elisabeth Adventa Galuh, Eldo Christoffel Rafael, Danielisa Putriadita, Agung Hidayat, Maizal Walfajri, Abdul Basith Bardan, Lidya Yuniaerta P, Anggar Septiadi, Grace Olivia. **Sekretariat Redaksi:** Pipih Nurtapiah **Manager Produksi & Pengarah Rancang Grafis:** Indra Surya **Rancang Grafis:** Candra Kusmana, Hendrik ST Oloan Tambunan, Steve G.A., Pj. Praksa, Lim Ping Hauw, Norbert Pramudyo, Lilyk Sugiarti, Ary Agus Sugianto, **Redaktur Foto:** Hendra Suhara **Fotografer:** Achmad Fauzie, Carolus Agus Waluyo, Wicaksono Daniel Prabowo, Cheppy A. Muchlis, Muradi, Baihaki, Fransiskus Parulian **Penyelaras Warna**: Pandji Indra, Alri Kemas N. **Riset dan Dokumentasi Foto:** Melly Anne Firdianti, Dedi Sukamto, Nasrudi Kaisuku **Redaksi Bahasa:** Tri Adi Sarwoko **Perpustakaan dan Pemelihara Data:** Deni Riaddy, Deti Riswiani, Priyanto, Nugroho, **GM Bisnis:** R. Cipta Wahyana **Iklan:** Aris Akhmadi, Risang Wahyu P., Indah Sulistyorini M., FX Tutur Wibowo, Adhika Kirana, Christoporus Adesta, Wendi Setiyo Utomo, Cecilia Valencia, Rizki Arisanti, Areka, Christian B Adi, Evelyne Ivania, Siti Faridah, Mac Margono, Runi Khairunisa, Himavanta, Herwanda Aditya. **Marketing Communication:** Ignatius Andri Indradie, Maggie Quesada, **Marketing & Circulation:** Agustinus B. Permana, Thomas Y. Widyanto, Renggo Kutut Kujantoko, Gusmaiwan Lubis, Lucky Alan **KontanAcademy:** Margaretha Matasak, Guido S. Radityo, Ngadirin, Siti Annisa Putri **Alamat Redaksi:** Gedung KONTAN, Jalan Kebayoran Lama No. 1119 Jakarta 12210 **Iklan:** Gedung KOMPAS GRAMEDIA, Jalan Palmerah Selatan No. 22-28 unit II Lt. 2, Jakarta Selatan 10270 **Sirkulasi:** Gedung KOMPAS, Jalan Gajah mada No.109-110A Jakarta 11140 **Telepon:** Redaksi (021) 535 7636, 532 8134, Iklan (021) 536 79909, 548 3008 **Faksimile:** Redaksi: (021) 535 7633, Iklan: (021) 5369 9080, Sirkulasi (021) 260 0972 **E-mail:** red@kontan.co.id, **Web site:** www.kontan.co.id, Dicetak oleh: Percetakan **PT Gramedia** Jl. Palmerah Selatan 22-28, Jakarta 10270, Isi di luar tanggung jawab percetakan. **Tarif Iklan Harian Kontan 2018: Reguler** BW min 40 mmk 42.500/mmk, FC min 600 mmk 67.000/mmk, **Advertorial Pariwara** (min 810 mmk) BW 46.000/mmk, FC 71.000/mmk, **Karir/Seminar /Workshop/Dukacita/Pengumuman** (BW min 200 mmk • FC min 600 mmk), BW 18.500/mmk, FC 31.000/mmk, **Seremonia** [per kavling 90 x 115 mmk] BW 3.300.000/1x terbit, FC 6.600.000/1x terbit, **Sponsor, Halaman 1**, FC 134.000/mmk, **Di luar Halaman**, BW 64.000/mmk, FC 101.000/mmk, **Headline**, FC 101.000/mmk, **Sponsor Navigasi halaman 1** (80 mm x 20 mm, 26x terbit), FC 88.000.000/paket, **Banner halaman 1**, 7 x 50 mmk, 1x terbit FC 42.375.000/mmk, 7 x 70 mmk, 1x terbit FC 59.892.000/mmk, **Laporan Keuangan / Prospektus / RUPS /Neraca** [8 kolom], BW 18.000/mmk, FC 27.000/mmk, **Klasiva, Island Ad,** BW 61.500/mmk, FC 63.500/mmk, (BW min 450mmk • FC min 810mm • max 1890mmk), **Kolom,** BW 26.500/mmk, **Baris** [minimum 96 karakter], BW 450/karakter, **Paket A**, 26x terbit, 1 x 50 mmk : FC 7.500.000, 1 x 100 mmk : FC 14.000.000, 2 x 50 mmk : FC 14.000.000, 2 x 100 mmk : FC 26.000.000, **Paket B,** 13x terbit, 1 x 50 mmk : FC 4.600.000, 1 x 100 mmk : FC 8.500.000, 2 x 50 mmk : FC 8.500.000, 2 x 100 mmk : FC 15.600.000, *Minimum uk. FC 600mmk • Tarif belum termasuk diskon Agensi & PPN 10%. tarif berlaku 1 januari 2018, harga dalam IDR.

WARTAWAN "KONTAN" SELALU DIBEKALI TANDA PENGENAL, DAN TIDAK DIPERKENANKAN MENERIMA ATAU MEMINTA APA PUN DARI NARA SUMBER

Sertifikat Dewan Pers
No: 109/DP-Terverifikasi/K/X/2017

Isi iklan menjadi tanggung jawab pemasang iklan, KONTAN tidak bertanggung jawab atas materi iklan.