

Mendorong Pengembangan Ekonomi Digital di Luar Jawa

Indonesia merupakan pasar terbesar *e-commerce* di Asia Tenggara. Menurut data *Euromonitor* (2014), penjualan online Indonesia mencapai US\$ 1,1 miliar atau lebih tinggi dibanding Thailand dan Singapura. Tapi jika dibandingkan dengan total perdagangan retail, penjualan *e-commerce* di Indonesia hanya sebesar 0,07 persen.

Artinya, pasar *e-commerce* Indonesia berpeluang untuk tumbuh semakin besar. Apalagi dengan modal jumlah penduduk dan produk domestik bruto (PDB) terbesar di antara negara-negara ASEAN. *Euromonitor* memperkirakan rata-rata pertumbuhan tahunan (CAGR) penjualan online Indonesia selama 2014-2017 sebesar 38 persen.

Namun, perdagangan online ini masih terkonsentrasi di Jawa dan Bali. Tingginya penjualan online di dua pulau tersebut tak lepas dari meratanya jangkauan internet di wilayah tersebut. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) 2016, dari 132,7 juta pengguna internet, sebanyak 86,3 juta atau 65 persen berada di Jawa.



Sumber: APJII

Riset DBS bertajuk [*E-Commerce in Asia: Bracing for Digital Disruption*](#) menyebutkan buruknya infrastruktur logistik, khususnya di luar Jawa-Bali, membuat *e-commerce* sulit memperluas pasar dan menjangkau wilayah terpencil di Indonesia. Karena itu, penjualan online selama ini bahkan lebih banyak terpusat di seputar Jakarta.

INDONESIA, PASAR E-COMMERCE TERBESAR ASEAN

Untuk pertama kalinya, Indonesia melampaui Thailand dan Singapura, menjadi pasar *e-commerce* terbesar di ASEAN dengan nilai transaksi **US\$ 1,1 miliar** pada 2014. Kendati menghadapi sejumlah tantangan, potensi *e-commerce* Indonesia semakin besar seiring peningkatan jumlah penduduk dan pertumbuhan ekonomi.

Terpusat di Jawa dan Bali

Penetrasi internet belum merata membuat pasar *e-commerce* hanya berkembang di Jawa-Bali.

JAKARTA

43% Penetrasi Internet

4,6 juta Pengguna Internet



Sumber: DBS Vickers, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Pemain Utama Ritel Online di Indonesia



Persepsi Konsumen terhadap E-Commerce

- Citra negatif** toko online
- Tidak dapat** mencoba produk
- Harga lebih mahal** dari toko retail
- Pembayaran** tak aman
- Produk** tidak sesuai gambaran
- Tidak mengerti** cara berbelanja online

www.dbs.com/insights/id

Living, Breathing Asia



Oleh sebab itu untuk meningkatkan jangkauan internet, pemerintah membangun proyek Palapa Ring yang akan menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Melalui proyek ini, pemerintah akan membangun infrastruktur jaringan tulang punggung serat optik nasional di daerah-daerah nonkomersial demi pemerataan akses pitalebar (*broadband*) di Indonesia.

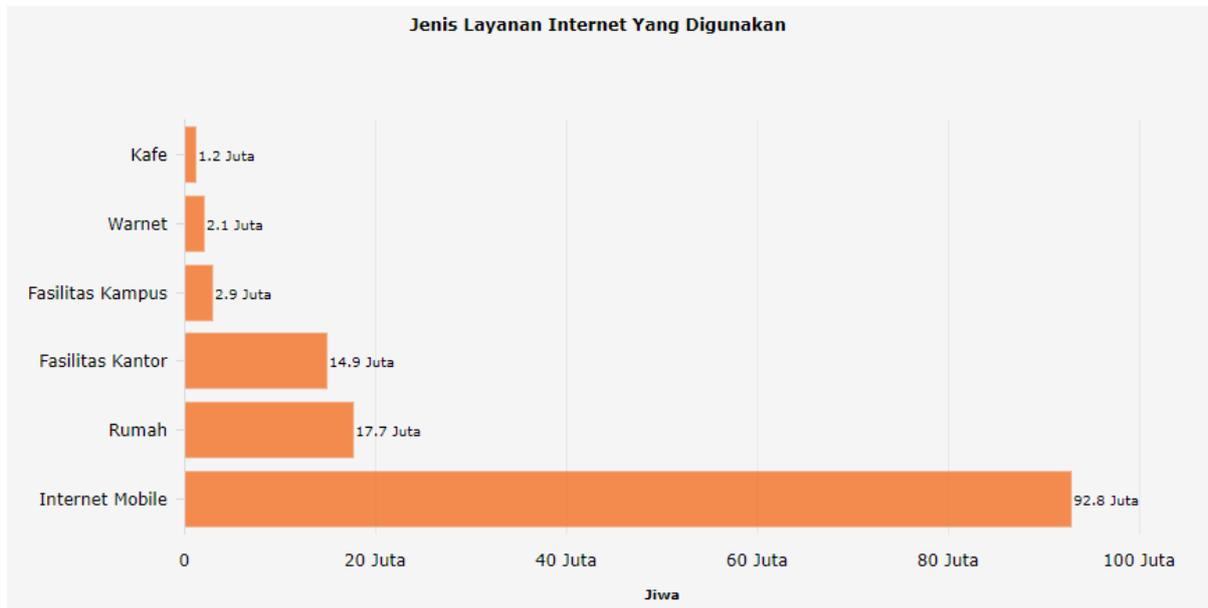
Proyek yang terbagi menjadi tiga wilayah yaitu barat, tengah, dan timur dan direncanakan rampung pada akhir 2018. Sehingga nantinya 514 kabupaten/kota dapat menikmati layanan serat optik. Rinciannya, sebanyak 457 kabupaten/kota akan digarap oleh operator. Sisanya, 57 kabupaten/kota yang tak layak secara bisnis bagi operator akan dibangun oleh pemerintah.

Dengan penetrasi internet yang merata, peluang ekonomi akan menjadi semakin terbuka. Riset DBS *Sink or Swim – Business Impact of Digital Technology* memaparkan, pemerataan layanan teknologi digital dan penggunaannya yang maka dampak terhadap dunia bisnis akan semakin dirasakan. Termasuk membantu perkembangan bisnis UMKM.

Menurut Presiden Joko Widodo, pada 2014 penjualan *e-commerce* mencapai **US\$ 2,6 miliar** atau 0,6 persen dari total transaksi retail. Padahal, *e-commerce* dapat membantu 56 juta UMKM yang selama ini menyumbang sekitar 55 persen PDB. Bandingkan dengan Tiongkok, yang pengguna *e-commerce* telah mencapai 30 persen dan menyumbang peningkatan PDB sebesar 22 persen.

Wajar saja jika Indonesia berambisi menjadi negara digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Pemerintah menargetkan perdagangan *e-commerce* pada 2020 bisa mencapai US\$ 130 miliar. Target itu bisa tercapai mengingat besarnya potensi pasar di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta lebih merupakan pasar yang menggiurkan.

Pengguna *smartphone* di Indonesia juga tumbuh pesat. *Emarketer* memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika. Menurut survei APJII 2016, *mobile phone* memang dipilih mayoritas pengguna internet.



Dengan jangkauan internet yang merata, maka semua lapisan masyarakat bisa memanfaatkan layanan internet melalui ponselnya. Semua informasi dan transaksi bisnis cukup dilakukan dengan menyentuh layar *handphone*. Produk belanja online juga akan makin beragam—yang saat ini didominasi *fashion*—bahkan nelayan dan petani akan lebih mudah menjual produknya.

Selain untuk jual beli barang, masyarakat juga dapat memanfaatkan *smartphone* untuk mengakses produk finansial tanpa harus mendatangi kantor bank. Hal ini sangat membantu perluasan layanan perbankan. Saat ini hanya 36 persen usia dewasa yang memiliki rekening institusi keuangan formal. Penetrasi cabang bank per 100.000 populasi hanya 1/6 dari penetrasi di negara Eropa.

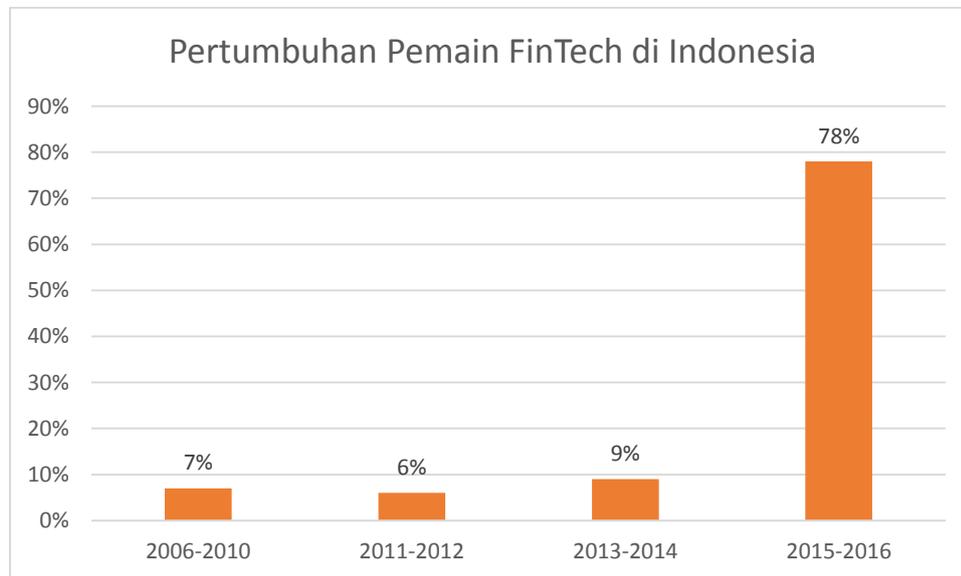
Laporan [Indonesia Fintech Report 2016](#) yang dipublikasikan DailySocial, menyebutkan, sebanyak 49 juta UKM belum *bankable*, sehingga ada potensi Rp 989 triliun gap financing yang bisa digarap. Selain itu *peer-to-peer (P2P) lending* masih di bawah Rp 150 miliar. P2P lending merupakan sistem (*platform*) yang mempertemukan pemberi kreditur dengan debitur. Dalam praktik *fintech*, kegiatan pinjam meminjam di P2P dilakukan secara *online*, tanpa tatap muka. Selain itu, untuk mendapatkan pinjaman, debitur tidak perlu menjaminkan apapun.

Masih kecilnya pangsa kredit di perbankan, yaitu 34,77 persen terhadap PDB, juga menunjukkan potensi pasar yang besar yang bisa digarap oleh fintech melalui melalui P2P *lending*, tanpa harus menggerus pangsa pasar bank. Perkembangan *fintech* pun mendorong perubahan di industri keuangan, dari sistem tradisional yang dipenuhi perbankan (*bank driven*) menjadi teknologi finansial (*consumer driven*), ini memungkinkan lebih banyak pemain yang muncul di sektor keuangan.

Dalam riset DBS berjudul [“Digital Banking: New Avatar-Banks Watch Out for Banks”](#) disebutkan *fintech* memiliki kelebihan dibanding bank tradisional. *Fintech* memiliki teknologi dan inovasi untuk menjangkau nasabah yang tidak dapat mengakses sistem perbankan tradisional. *Fintech* juga lebih

efisien karena mampu menekan biaya operasional sehingga bisa memberikan fasilitas pinjaman lebih murah.

Meningkatnya penetrasi internet ikut memberikan kontribusi pertumbuhan fintech. Terbukti banyaknya *startup* fintech yang tumbuh di Indonesia. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia, dari 140 pemain *fintech*, 43 persen berfokus pada sektor pembayaran.



Sumber: Asosiasi Fintech Indonesia.

Fintech Merambah Luar Jawa

Besarnya kebutuhan pembiayaan dengan kemudahan tanpa jaminan membuat *fintech* menjadi pilihan masyarakat. *Fintech* kini mulai merambah pasar luar Jawa seiring tingginya potensi bisnis dan animo masyarakat di daerah.

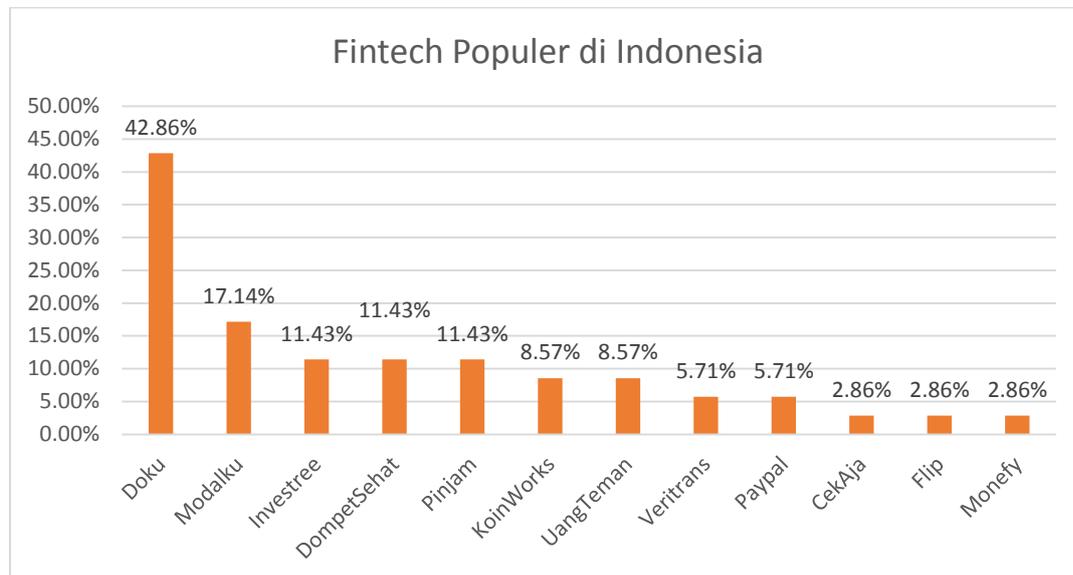
[UangTeman](#) misalnya sudah dapat diakses di Bali, Makassar, Palembang, Lampung dan Jambi. *Fintech* yang melayani pinjaman online ini menargetkan beroperasi di 15 wilayah atau kota baru pada penghujung 2017. Perusahaan itu mengincar penyaluran pinjaman Rp 100 miliar sepanjang tahun ini.

GoJek yang kini beroperasi di 25 kota besar di Indonesia juga merambah luar Jawa. Kota tersebut adalah Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram. Hadirnya GoJek membawa kontribusi ekonomi di kota tersebut, seperti mengurangi pengangguran hingga menambah keuntungan bisnis kuliner melalui layanan Go Food.

Dengan adanya layanan pembayaran GoPay, masyarakat bisa memanfaatkan berbagai layanan mulai dari transfer, tarik tunai melalui rekening bank, pembayaran transaksi GoJek (lebih dari 50 persen melalui GoPay) hingga pembelian pulsa (Go-Pulsa). Masyarakat pun kini mulai terbiasa melakukan transaksi non tunai melalui layanan fintech GoPay. Untuk kelancaran layanan, GoJek juga bermitra dengan 17 bank dan dua jaringan ATM nasional.

Kehadiran GoPay dianggap mendorong tumbuhnya pembayaran digital. GoPay bahkan mendapat penghargaan dari Bank Indonesia karena menjadi perusahaan yang mendukung gerakan nasional

non tunai. Lebih dari 300.000 mitra driver GoJek menjadi agen inklusi keuangan yang mempromosikan pembayaran non-tunai termasuk di luar Jawa.



Sumber: Indonesia Fintech Report 2016

Jika jangkauan internet kian merata, pasar *fintech* akan terbuka lebih besar. Terlebih akses pendanaan dan layanan perbankan di luar Jawa masih terbatas. Maka potensi yang bisa digarap *fintech* lebih besar.

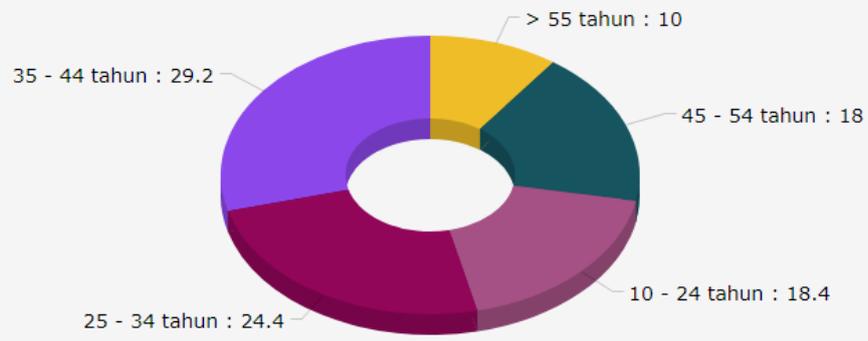
Sama halnya dengan *e-commerce*, kebanyakan orang di Indonesia membeli barang secara *online* karena mereka sulit mendapatkan secara *offline*. Menurut [Tech in Asia](#), salah satu hal yang mendorong perkembangan *e-commerce* adalah permintaan dari luar kota besar karena faktor kelangkaan barang. Konsumen dihadapkan pada dua pilihan yaitu menunggu kiriman selama seminggu atau tidak mendapatkan barang sama sekali. Meskipun lama, kebanyakan tetap memilih berbelanja *online*.

Secara tidak langsung, sejumlah CEO *e-commerce* besar di Indonesia juga membenarkan bahwa faktor kelangkaan barang di daerah mendorong jual-beli *online*. Max Bittner dari Lazada, misalnya, mengatakan bahwa lebih dari 60 persen konsumen di Indonesia berasal dari luar Jakarta dan 20 persen di antaranya dari luar Jawa. William Tanuwijaya dari Tokopedia juga pernah menyebutkan bahwa 60 persen layanan pengiriman mereka dilakukan di luar Jawa.

Begitu juga dengan *fintech*. Sulitnya akses perbankan, terutama di daerah pelosok akan bisa terlayani dengan *fintech* melalui *smartphone*. Syaratnya, akses internet telah masuk di wilayah tersebut. *Fintech* akan mengisi ruang kosong yang tidak dapat dilayani. Seperti misalnya jasa pengiriman uang (remitansi) yang saat ini 50 persen dikirim melalui bank.

Besarnya potensi *fintech* ini juga terkait dengan pangsa pasar usia muda yang terbiasa dengan teknologi. Riset Databoks menunjukkan, pengguna internet didominasi oleh usia 25-44 tahun. Hal ini akan memudahkan adaptasi layanan *fintech* oleh masyarakat, termasuk di daerah.

Pengguna Internet Menurut Kelompok Umur



Satuan : Persen

