

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan-temuan data yang dibahas satu persatu, kemudian hubungan antar variabel dianalisa menggunakan konsep dan teori yang telah dipaparkan pada bab pertama, Peneliti mendapatkan kesimpulan terkait pertanyaan penelitian yang berbunyi: **“Bagaimana pengaruh aktivitas ekonomi berbasis internet serta interaksi antara aktor state/non-state Indonesia-Tiongkok terhadap intensitas perdagangan antara kedua negara?”** Melalui penelitian ini diperoleh jawaban bahwa aktivitas ekonomi berbasis internet di kedua negara tidak hanya meningkatkan intensitas perdagangan Indonesia-Tiongkok secara positif, tapi juga menyebabkan pelebaran aktor yang terlibat di dalamnya.

Kepentingan negara yang hendak dicapai Indonesia pada tahun 2016-2019 dapat dilihat dari salah satu poin Nawa Cita. Nawa Cita sendiri adalah sembilan tujuan pemerintahan yang dicanangkan Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo. Poin Nawa Cita yang dapat memperlihatkan kepentingan nasional Indonesia tersebut adalah Nawa Cita ketujuh, yaitu **“Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik.”** Dengan kata lain, Indonesia memiliki kepentingan negara untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang baik. Sesuai dengan *The New Growth Theory* oleh Paul Romer, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan harus beriringan dengan pengadaan ilmu

teknologi baru. Perusahaan bisnis memiliki kecenderungan untuk kurang berinvestasi dalam penelitian pengembangan hal tersebut, sehingga kebijakan pemerintah diperlukan. Pada tahun 2016-2019, Indonesia berusaha untuk mengembangkan sektor *E-commerce*-nya. Akan tetapi, terciptanya sektor *E-commerce* yang kuat membutuhkan modal kapital dan teknologi yang besar. Demi menunjang pertumbuhan pasar digital yang sangat cepat, Indonesia harus melakukan pembangunan infrastruktur komunikasi Internet yang cepat pula. Di sisi lain, Republik Rakyat Tiongkok sudah mempunyai sektor *E-commerce* yang kuat. Bahkan, Tiongkok merupakan aktor terbesar dalam *E-commerce* dunia. Sesuai dengan *The New Growth Theory*, pemerintah Indonesia lalu memberlakukan kebijakan yang dapat mempercepat pintu gerbang investasi di bidang itu. Kebijakan tersebut berbentuk Peraturan Presiden nomor 44 tahun 2016.

Besarnya potensi pasar digital yang dimiliki Indonesia memberikan daya tarik dan daya saing terhadap sektor perdagangan berbasis Indonesia. Hal ini membuat Republik Rakyat Tiongkok tertarik untuk memberikan investasi ke sektor perdagangan berbasis internet. Tidak hanya modal kapital, para pelaku *E-commerce* Tiongkok juga membantu proses riset dan pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *startup* Indonesia. Terdapat pula perusahaan asal negara lain, tetapi dimiliki oleh Tiongkok yang masuk ke Indonesia.

Sejak tahun 2016 hingga tahun 2019, Indonesia dan Tiongkok mendapat keuntungan besar dari perdagangan berbasis internet. Berdasarkan temuan peneliti, keuntungan terbesar diraih oleh Republik Rakyat Tiongkok. Tetapi hal tersebut bukan berarti Indonesia tidak diuntungkan. Kerjasama yang dilakukan di antara

kedua negara telah membawa keuntungan besar pada Republik Indonesia dan Republik Rakyat Tiongkok. Tiongkok dapat mengekspor barangnya melalui akses kepada pengguna pasar digital Indonesia yang masif. Sedangkan Indonesia merasakan ledakan pertumbuhan di sektor *E-commerce*. Ledakan tersebut berkontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kerjasama kedua negara tidak terbatas di bidang perdagangan berbasis internet saja. Tampaknya, hubungan erat yang terbentuk dari kerjasama *E-commerce* mendekatkan kedua negara. Peneliti menemukan adanya peningkatan intensitas diplomasi ekonomi Indonesia-Tiongkok ke arah yang positif. Dapat dilihat, banyak proyek infrastruktur fisik Indonesia yang dibangun dengan bantuan investasi, tenaga kerja, atau teknologi dari Tiongkok. Tidak hanya itu, Proyek-proyek yang berkaitan dengan aliran barang (*flow of goods*) seperti kereta cepat, pengembangan bandara, dan pembangunan infrastruktur juga perlu dieksekusi. Dalam banyak proyek pembangunan ini, Tiongkok kembali dilibatkan. Kemudahan yang dibawa oleh perdagangan berbasis internet sudah banyak dirasakan oleh warga kedua negara.

## **4.2 Rekomendasi**

Melalui internet, individu di Indonesia dapat berinteraksi dan juga dapat melakukan transaksi jual beli secara langsung. Batas wilayah kedua negara seperti memudar. Restriksi perdagangan kedua negara hampir tidak terasa. Individu-individu kini telah dapat menjadi aktor dari perdagangan transnasional. Interaksi antar kedua warga negara diprediksikan akan mengarah pada timbulnya

'masyarakat ekonomi' yang baru. Hal ini kemudian akan terus memberikan pengaruh positif kepada hubungan antar dua negara. Secara tidak langsung aktivitas ini dapat membentuk relasi lebih antara kedua masyarakat. Interaksi yang dilakukan kemudian akan menimbulkan munculnya sebuah 'masyarakat' baru, melintas batas negara, yaitu masyarakat ekonomi baru antara rakyat Tiongkok dan Rakyat Indonesia.

Akan tetapi, tentunya Peneliti memiliki berbagai keterbatasan cakupan dan kompetensi dalam membuat sebuah prediksi yang ilmiah. Maka dari itu, Peneliti merekomendasikan kepada peneliti-peneliti lain yang memiliki kompetensi dan pemahaman yang tepat untuk menganalisa kembali topik dan temuan-temuan dalam penelitian ini. Dengan teori dan metoda penelitian lainnya, para peneliti, khususnya peneliti bidang ekonomi, diharapkan untuk dapat membuat prediksi ilmiah yang dapat melampaui batasan-batasan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Bacon-Shone, John. *Introduction to Quantitative Research Methods*. Hong Kong: Graduate School, The University of Hong Kong, 2013.

Bayne, Nicholas, and Stephen Woolcock. *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*. Third Edition. Farnham, England: Ashgate, 2013.

Burton, John. *World Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1972. 20

Gilpin, Robert, dan Jean M. Gilpin. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2001. 113-114

Jackson, Robert, dan Georg Sørensen. *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Laudon, Kenneth C., and Carol Guercio Traver. *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Boston: Pearson, 2014.

Mankiw, Nicholas Gregory. *Principles of Economics*. 6th ed. South-Western, 2012.

Nassaji, Hossein. Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. *Language Teaching Research*. 2015: 129–132, DOI: 10.1177/1362168815572747

Schmidt, Eric, dan Jared Cohen. *The New Digital Age: Reshaping the Future of People, Nations and Business*. London: John Murray, 2014.

### **Artikel**

Sukma, Rizal. "Indonesia-China Relations: The Politics of Re-Engagement." *Asian Survey* 49 no. 4 (2009): 591-592. <https://doi.org/10.1525/as.2009.49.4.591>.

Boateng, Richard, Robert Hinson, Richard Heeks, and Alemayehu Molla. "E-Commerce in Least Developing Countries: Summary Evidence and Implications." *Journal of African Business* 9, no. 2 (2008): 257–85. <https://doi.org/10.1080/15228910802479919>.

Goldstein, Andrea, dan David O'Connor. "E-Commerce for Development." *OECD Development Centre Working Papers*, 2000. <https://doi.org/10.1787/814454018016>.

Ho, Shu-Chun, Robert J. Kauffman, and Ting-Peng Liang. "A Growth Theory Perspective on B2C e-Commerce Growth in Europe: An Exploratory Study." *Electronic Commerce Research and Applications* 6, no. 3 (2007): 237–59. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.06.003>.

Jorgenson, Dale W., and Khuong Vu. "Information Technology and the World Economy." *The New Palgrave Dictionary of Economics*, n.d., 337–48. <https://doi.org/10.1057/9780230226203.0801>.

Salmani, Behzad, Farhad Pourebrahim, and Maryam Saremi. "The Effect of the Internet on International Trade in Services: Developing Countries Case Study." *International Conference on e-Commerce in Developing*

Countries:with Focus on e-Security 7 (2013).  
<https://doi.org/10.1109/ecdc.2013.6556732>.

d'Hooghe, Ingrid. "The Rise of China's Public Diplomacy." Netherlands Institute of International Relations, 20-28

Liu, Hong. "Constructing a China Metaphor: Sukarno's Perception of the PRC and Indonesia's Political Transformation." *Journal of Southeast Asian Studies* 28, no. 1 (1997). Diakses pada 19 Juli 2020. [www.jstor.org/stable/20071901](http://www.jstor.org/stable/20071901). 30-34.

### **Artikel Daring**

"An Overview of Indonesia's Internet Market and What's to Come,"  
ECOMMERCE IQ, diakses pada 29 Juni 2020,  
<https://ecommerceiq.asia/indonesia-internet-market-overview/>

"ASEAN-China Free Trade Area." ASEAN.org. diakses pada 3 Juli 2020.  
<https://www.asean.org/storage/images/2015/October/outreach-document/Edited%20ACFTA.pdf>

"BCG report highlights the growing upper wealth classes of ASEAN." Consultancy Asia. diakses pada 17 Juli 2020.  
<https://www.consultancy.asia/news/1660/bcg-report-highlights-the-growing-upper-wealth-classes-of-asean>

"E-Commerce in China," diakses pada 14 Agustus 2020,  
<https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/>

- “E-commerce workforce in Indonesia in 2017-2022.” Statista. diakses pada 18 Juli 2020. <https://www.statista.com/statistics/971312/indonesia-e-commerce-workforce/>
- “ECommerce - Indonesia: Statista Market Forecast.” Statista. diakses pada 5 Februari 2020, <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia#>.
- “eCommerce Indonesia.” Statista. diakses pada 17 Juli 2020. <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia#market-globalRevenue>
- “*Faktanya Anggaran Turun, Kinerja Sektor Pertanian Melesat Naik.*” Tempo. 21 Agustus 2019. diakses pada 18 Juli 2020. <https://bisnis.tempo.co/read/1238682/faktanya-anggaran-turun-kinerja-sektor-pertanian-melesat-naik/full&view=ok>
- “Improving Internet Access in Indonesia.” Global Business Indonesia. diakses pada 1 Juli 2020, [http://www.gbgingonesia.com/en/services/article/2012/improving\\_internet\\_access\\_in\\_indonesia.php](http://www.gbgingonesia.com/en/services/article/2012/improving_internet_access_in_indonesia.php)
- “Indonesia (IDN) Exports, Imports, and Trade Partners.” OEC. diakses pada 6 Juli 2020, <https://oec.world/en/profile/country/idn/>
- “Indonesia has 171 million internet users: Study.” The Jakarta Post. diakses pada 9 Juli 2020, <https://www.thejakartapost.com/life/2019/05/18/indonesia-has-171-million-internet-users-study.html>



“Indonesia’s growing middle class boosts consumer spending.” Oxford Business Group. diakses pada 17 Juli 2020. <https://oxfordbusinessgroup.com/analysis/loosening-belt-growing-middle-class-boosts-consumer-spending>

“Indonesia’s middle class vital for the country’s future.” The World Bank. diakses pada 17 Juli 2020. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2017/12/04/indonesia-middle-class-vital-for-the-country-future>

“Indonesia’s Top Trading Partners.” Worlds Top Exports. diakses pada 8 Juli 2020. <http://www.worldstopexports.com/indonesias-top-15-import-partners/>

“Internet Infrastructure Indonesia: What About Progress on the Palapa Ring?.” Indonesia Investments. diakses pada 1 Juli 2020. <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/internet-infrastructure-indonesia-what-about-progress-on-the-palapa-ring/item8737>

“Jadikan Indonesia Mandiri, Berkepribadian, dan Berdaulat.” Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. diakses pada 12 Agustus 2020, <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5629/NAWACITA%3A+9+Program+Perubahan+Untuk+Indonesia/0/infografis>

“Pemerataan Pembangunan Infrastruktur Telekomunikasi Kawasan Indonesia Timur Segara Terwujud.” Situs Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses 20 Februari 2020. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/13279/pemerataan-pembangunan->

infrastruktur-telekomunikasi-kawasan-indonesia-timur-segara-  
terwujud/0/sorotan\_media.

“The eCommerce market in Indonesia.” ecommerceDB. diakses pada 30 Juni 2020.

<https://ecommercedb.com/en/markets/id/all#:~:text=The%20eCommerce%20market%20in%20Indonesia,rate%20of%2013%25%20in%202019.>

“The Rise of e-commerce in Indonesia,” The ASEAN Post, diakses pada 17 Juli 2020, <https://theaseanpost.com/article/rise-e-commerce-indonesia>

“Top Indonesia Imports.” World Richest Countries. diakses pada 8 Juli 2020.

[http://www.worldsrichestcountries.com/top\\_indonesia\\_imports.html](http://www.worldsrichestcountries.com/top_indonesia_imports.html)

“Uang China di Balik Raksasa E-Commerce Indonesia,” CNN Indonesia. diakses pada 29 Juni 2020.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190510194554-185-393884/uang-china-di-balik-raksasa-e-commerce-indonesia>

Beck, Brian. “B2C And B2B e-Commerce Convergence: The Ticket to New Revenue Streams & Cost Savings.” The Future of Customer Engagement and Experience, 15 Maret 2019. <https://www.the-future-of-commerce.com/2017/10/18/b2c-b2b-ecommerce-revenue.>

Bisara, Dion. “Indonesia's E-commerce Market Larger Than Estimated; Consumer Habits Changing: Study.” Jakarta Globe. diakses pada 27 Juni 2020.

[https://jakartaglobe.id/business/indonesias-ecommerce-market-larger-than-estimated-consumer-habits-changing-](https://jakartaglobe.id/business/indonesias-ecommerce-market-larger-than-estimated-consumer-habits-changing-study/#:~:text=The%20study%20estimates%20the%20size,over%20the%20)

[study/#:~:text=The%20study%20estimates%20the%20size,over%20the%20](https://jakartaglobe.id/business/indonesias-ecommerce-market-larger-than-estimated-consumer-habits-changing-study/#:~:text=The%20study%20estimates%20the%20size,over%20the%20)

past%20two%20years.&text=%22There%20are%20195%20million%20smartphone,clearly%20huge%2C%22%20it%20wrote.

Budiman, Teddy I. "Indonesian E-commerce Economy." BINUS Business School. diakses pada 16 Juli 2020. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2019/07/17/indonesian-e-commerce-economy/>

Chandler, Clay dan Barrett, Eamon. "Alibaba v. Tencent: Taking the Fight to Southeast Asia." Fortune. 21 Juni 2018. diakses pada 22 September 2019. <https://fortune.com/2018/06/21/alibaba-tencent-southeast-asia/>

China Statistical Yearbook 2018, Biro Statistik Nasional Cina.

Das, K. Tamhane, T. Vatterott, B. "The digital archipelago: How online commerce is driving Indonesia's economic development." McKinsey & Company. diakses pada 16 Juli 2020. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/the-digital-archipelago-how-online-commerce-is-driving-indonesias-economic-development#>

Deha, Daniel. "Indonesian E-commerce Profit Predicts US\$3.8B This Year." The Insider Stories. diakses pada 17 Juli 2020. <https://theinsiderstories.com/indonesian-e-commerce-profit-predicts-grew-us-3-8b-this-year/>

Gazzini, Alessandro, Henky Prihatna, and Shekhar Chauhan. "Startup Investment in Indonesia Tops \$3B in 2017: AT Kearney Research." Google, 24 November 2017. <http://apac.thinkwithgoogle.com/research-studies/startup-investment-indonesia-tops-three-billion-2017-at-kearney-research.html>.

Gumiwang, Ringkang. "Industri Tekstil dan Produk Tekstil Nasional Sedang Lesu, Benarkah?". Tirto. 30 Juli 2019. diakses pada 19 Juli 2020. <https://tirto.id/industri-tekstil-dan-produk-tekstil-nasional-sedang-lesu-benarkah-ee6b>

Harsono, Hugh. "Indonesia will be Asia's next biggest e-commerce market." Tech Crunch. diakses pada 29 Juni 2020, <https://techcrunch.com/2016/07/29/indonesia-will-be-asias-next-biggest-e-commerce-market/>

Indonesia Investments, "*E-Commerce in Indonesia: Many Consumers Look Offline, Buy Online*", diakses pada 25 Juni 2020. <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/e-commerce-in-indonesia-many-consumers-look-offline-buy-online/item8410>

Indonesia Investments. "*Opening Foreign Investment in Indonesia: E-Commerce Industry*." diakses pada 18 Juli 2020. <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/opening-foreign-investment-in-indonesia-e-commerce-industry/item6860>

Jingli, Song. "Tencent-Backed Shopee Wants to Lure Cross-Border Sellers in Alibaba's Hometown, Hangzhou." KrASIA. 26 Juni 2019. <https://kr-asia.com/tencent-backed-shopee-wants-to-lure-cross-border-sellers-in-alibabas-hometown-hangzhou>.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. "Kinerja Industri Tekstil Menurun." <https://kemenperin.go.id/artikel/11799/Kinerja-Industri-Tekstil-Menurun>

- Kinasih, Rara. "ECOMSScape 2017: Indonesia's Ever Changing E-commerce Landscape." *Ecommerceiq Asia*. diakses pada 25 Juni 2020. <https://ecommerceiq.asia/indonesia-ecommerce-landscape-2017/>
- Kurniawan, Alek. "Kinerja Sektor Pertanian Terus Meningkatkan Meski Anggaran Turun." *Kompas*. 20 Agustus 2019. diakses pada 18 Juli 2020. <https://money.kompas.com/read/2019/08/20/094400226/kinerja-sektor-pertanian-terus-meningkat-meski-anggaran-turun?page=all>
- Masyrafina, Idealisa. "Menkominfo: E-Commerce Paling Efektif Serap Tenaga Kerja." *Republika Online*, 11 Januari 2018. diakses pada 5 Februari 2020. <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/18/01/11/p2e1qz368-menkominfo-ecommerce-paling-efektif-serap-tenaga-kerja>.
- Medina, Ayman F. "Indonesia's Palapa Ring: Bringing Connectivity to the Archipelago." *ASEAN Briefing*. diakses pada 1 Juli 2020, <https://www.aseanbriefing.com/news/indonesias-palapa-ring-bringing-connectivity-archipelago/>
- Muller, J. "Internet usage in Indonesia - statistics & facts." *Statista*, diakses pada 9 Juli 2020. [https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/#dossierSummary\\_\\_chapter4](https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/#dossierSummary__chapter4)
- Muthmainah, Dinda A. "Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen." *CNN Indonesia*. 21 November 2016. diakses pada 19 Juli 2020. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>.

- Muthmainah, Dinda A. "BKPM Sebut Investasi e-Commerce Sentuh US\$3 Miliar per Tahun." 8 Mei 2018. diakses pada 19 Juli 2020.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180508183001-92-296661/bkpm-sebut-investasi-e-commerce-sentuh-us-3-miliar-per-tahun>
- R., Jeko I. "Kantongi Rp 14,7 Triliun Dari Alibaba, Tokopedia Mau Apa?" liputan6, 18 Agustus 2017.  
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3062164/kantongi-rp-147-triliun-dari-alibaba-tokopedia-mau-apa>.
- Ragimun. "Analisis Investasi China ke Indonesia Sebelum dan Sesudah ACFTA." Kemenkeu. diakses pada 8 Juli 2020.  
<https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/analisis%20investasi%20china%20ke%20indonesia%20sebelum%20dan%20sesudah%20acfta.pdf>, 1-18
- Rosana, Fransisca dan Silaban, Martha. "Indonesia Ikut One Belt One Road Cina, Untung atau Rugi?". Tempo. diakses pada 9 Juli 2020.  
<https://fokus.tempo.co/read/1189679/indonesia-ikut-one-belt-one-road-cina-untung-atau-rugi/full&view=ok>
- Sriyanto, Nanto. "65 Years of Bilateral Relations Between Indonesia and China: Strengthening and Building Constructive Relations through People-to-People Relations." Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. 02 Desember 2015. diakses pada 16 Juli 2020, <http://www.politik.lipi.go.id/kolom/kolom-1/politik-internasional/1034-65-years-of-bilateral-relations-between-indonesia-and-china-strengthening-and-building-constructive-relations-through-people-to-people-relations-volume-1#edn3>

Statistik *E-commerce* 2019,” Katalog BPS, diakses pada 18 Juli 2020,  
[https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/  
statistik-e-commerce-2019.html](https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html), 15-25

Sutto, Matteo. “The State of eCommerce in Southeast Asia in 2017.” *The Startup*.  
diakses pada 30 Juni 2020. [https://medium.com/swlh/the-state-of-  
ecommerce-in-southeast-asia-in-2017-5a779f962623](https://medium.com/swlh/the-state-of-ecommerce-in-southeast-asia-in-2017-5a779f962623)