



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020

Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap Diplomasi
Ekonomi Indonesia-Tiongkok

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Oleh:

Caktibara Janji Syahzar

2016330017

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT No. 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020

Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap Diplomasi
Ekonomi Indonesia-Tiongkok

Skripsi

Oleh:

Caktibara Janji Syahzar

2016330017

Pembimbing

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Caktibara Janji Syahzar
Nomor Pokok : 2016330017
Judul : Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap Diplomasi
Ekonomi Indonesia-Tiongkok

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 12 Agustus 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Sapta Dwikardana, Ph.D.

: 


Sekretaris

Dr. Atom Ginting Munthe

: 

Anggota

Sukawarsini Djelantik, Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Caktibara Janji Syahzar

NPM : 2016330017

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap Diplomasi

Ekonomi Indonesia-Tiongkok

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Pekanbaru, 6 Agustus 2020



Caktibara Janji Syahzar

ABSTRAK

Nama : Caktibara Janji Syahzar
NPM : 2016330017
Judul Skripsi : Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap
Diplomasi Ekonomi Indonesia-Tiongkok

Pemanfaatan internet menimbulkan perubahan dalam aktivitas ekonomi. Melalui perdagangan berbasis internet, pengguna dapat terlibat secara langsung dalam tidak hanya perdagangan domestik, tetapi juga perdagangan transnasional. Demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Republik Indonesia harus mengembangkan sektor perdagangan berbasis internet lebih lanjut. Dalam pencapaian kepentingan ini, pemerintah Indonesia menetapkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2016 yang memungkinkan perusahaan asing untuk memegang kepemilikan di perusahaan-perusahaan Indonesia. Penetapan kebijakan ini bertujuan untuk mempercepat laju investasi ke sektor perdagangan berbasis internet. Republik Rakyat Tiongkok merupakan negara yang melakukan investasi secara signifikan terhadap sektor tersebut. Investasi dan perdagangan berbasis internet yang dilakukan oleh Indonesia dengan Tiongkok membawa beberapa dampak, baik positif maupun negatif, terhadap hubungan antara dua negara tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari aktivitas ekonomi berbasis internet serta interaksi antara aktor negara dan non-negara Indonesia-Tiongkok terhadap intensitas perdagangan antara kedua negara. Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, aktivitas perdagangan berbasis internet kedua negara juga membuka jalan bagi kerjasama ekonomi lainnya. Untuk menjawab pertanyaan penelitian dari tulisan ini, Peneliti akan menganalisa data-data temuan menggunakan *The New Growth Theory*. Penelitian ini menemukan hasil bahwa pengembangan sektor perdagangan berbasis internet telah berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tidak hanya itu, aktivitas perdagangan berbasis internet antara Indonesia dan Tiongkok juga meningkatkan hubungan ekonomi Indonesia-Tiongkok secara positif.

Kata kunci: Perdagangan berbasis internet, *The New Growth Theory*, Diplomasi Ekonomi

ABSTRACT

Name : Caktibara Janji Syahzar
NPM : 2016330017
Thesis Title : *The Influence of E-commerce on Indonesia-China Economic Diplomacy*

The use of the internet has led to many changes in economic activity. Through internet-based commerce, users can engage directly in not only domestic trade, but also transnational trade. In order to increase economic growth, the Republic of Indonesia must further develop the internet-based trade sector. In achieving that national interest, the Indonesian government enacted Presidential Regulation No. 44/2016 which allows foreign companies to hold full ownership in Indonesian companies. This policy aim is to accelerate the investment into the E-commerce sector. The People's Republic of China is a country that has made significant investments in this sector. Indonesia's internet-based investment and trade with China has had several impacts, both positive and negative, on the relationship between the two countries. This study aim is to analyze the effect of internet-based economic activity and the interactions between Indonesia-China state and non-state actors on trade intensity between the two countries. In addition to contributing to economic growth in Indonesia, the internet-based trade activities of the two countries have also paved the way for even more international cooperation. To answer the research questions of this paper, the researcher will analyze the data findings using The New Growth Theory. This study found that the development of the internet-based trade sector has contributed to Indonesia's economic growth. Not only that, internet-based trading activities between Indonesia and China also improve the positive economic relations between Indonesia and China.

Keywords: E-commerce, The New Growth Theory, Economic Diplomacy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat karunia-Nya, penyusunan skripsi berjudul “Pengaruh Perdagangan Berbasis Internet terhadap Diplomasi Ekonomi Indonesia-Tiongkok” ini dapat saya selesaikan secara baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi S1 Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Dr. Atom Ginting Munthe, M.S. karena telah memberikan banyak arahan dan masukan berharga yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan tulisan ini secara sebaik mungkin. Atas bantuan beliau pun tulisan ini dapat saya selesaikan secara tepat waktu.

Peneliti pun menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan belum sempurna, maka dari itu peneliti menerima segala kritik dan saran mengenai skripsi ini untuk kemudian diterapkan. Semoga tulisan ini dapat memberi manfaat bagi para pembacanya serta membantu peneliti lain yang merancang tulisan yang serupa.

Pekanbaru, 6 Agustus 2020



Caktibara Janji Syahzar

UCAPAN TERIMA KASIH

Perjalanan Peneliti dari awal memulai perkuliahan di UNPAR hingga proses penulisan skripsi ini tidak dilalui sendiri. Dalam bagian ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih atas segala dukungan dan dorongan yang telah mereka berikan.

Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada Peneliti selama menjalankan studi hingga menyelesaikan penelitian ini.

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S. selaku dosen pembimbing Peneliti yang selalu menuntun, memberikan arahan dan memotivasi Peneliti dalam membuat Penelitian ini. Saya tidak dapat membayangkan proses penyelesaian penelitian ini tanpa kehadiran Beliau. Beliau telah bersedia membimbing dan bersedia untuk direpotkan oleh saya selama di universitas khususnya selama satu semester ini. Semoga Beliau selalu diberikan kesehatan dan kelancaran dalam segala hal.

Terima kasih kepada Tim Penguji, **Sapta Dwikardana, Ph.D.** selaku ketua dan **Sukawarsini Djelantik, Ph.D.** selaku anggota. Setelah melalui sidang pengujian, Peneliti diberi banyak masukan dan saran konstruktif yang berkontribusi besar dalam perampungan skripsi ini. Berkat masukan dan saran dari kedua Tim Penguji, Peneliti dapat menyempurnakan penelitian ini dengan lebih baik.

Terima kasih atas dukungan yang tiada henti dari papi **Johnny Syahzar** dan mami **Citra Onilia**. Papi dan Mami terus memotivasi saya untuk menimba ilmu sedalam-dalamnya. Senyum bangga mereka akan terus saya jadikan motivasi dalam

pencapaian-pencapaian saya seterusnya. Sekali lagi, saya ucapkan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan sejak saya lahir.

Untuk abang **Chintara Jingga Shahzar** dan **Cadas Jiwanyala Shahzar**. Terima kasih sudah membuat saya merasa seperti seorang adik paling beruntung di dunia. Kedua saudara ini terus memberikan kritik dan motivasi yang berkontribusi besar bagi penelitian ini. Terima kasih pula sudah membuat saya merasa dicintai, bahkan di saat saya lupa cara merasakannya. Saya harap kelak saya akan bisa membuat mereka merasa seperti dua abang paling beruntung di dunia juga.

Kepada **Rizki Rahmayani** yang selalu memberikan ketenangan pikiran di saat banyak hal lain menggerusnya. Saya berterima kasih telah menjadi teman baik yang selalu siap sedia ketika saya membutuhkan bantuan non-teknis dalam penulisan skripsi ini. Saya harap kebahagiaan dan kebaikan selalu mengikuti.

Untuk kedua mentor saya, **Aliefta Putra Widhiawan** dan **Ferdin Maulana Ichsan**. Kedua penggemar hal-hal khas negeri matahari terbit ini telah mengajarkan saya banyak hal. Selain menjadi tempat konsultasi mengenai penelitian ini, mereka telah menemani usaha saya dalam menjadi mahasiswa yang bertanggung jawab.

Kepada teman-teman kampus: **Cahyadi Tampake** dan **Willy Yohanes Manik**, atas dorongan motivasi dan bantuan-bantuan yang diberikan kepada saya di penghujung proses perampungan penelitian ini. **Fandi Dwikunto**, **Yudantiyo Bagaskara**, **Syifa Maisyura**, **Dyanka Putri**, **Rangga Saputra**, **Deyang Husnah**, **Valentino Sudiby**, **Reyhan Adi Dyaksa**, dan teman-teman lainnya yang tak bisa

saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah mewarnai masa studi saya di kota Bandung.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	7
1.2.2. Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
1.4 Tinjauan Pustaka	10
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
1.6.1. Metode Penelitian	16
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	17
1.7 Sistematika Pembahasan	17
BAB II HUBUNGAN BILATERAL INDONESIA-TIONGKOK	19
2.1 Diplomasi Indonesia dan Tiongkok	19
2.2 Perdagangan berbasis Internet Indonesia dan Tiongkok.....	22
2.2.1. E-Commerce dan perkembangannya	26
2.3 Infrastruktur komunikasi penunjang E-commerce di Indonesia	31
2.3.1. Konektivitas Internet dan aliran data Indonesia	34
BAB III DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA DAN TIONGKOK	37
3.1 Diplomasi Ekonomi Indonesia Tiongkok	37
3.2 Pengaruh Infrastruktur dan <i>E-Commerce</i>	45
3.3 Manfaat dari Kerjasama Indonesia dan Tiongkok	50

BAB IV KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	54
4.1 Kesimpulan	54
4.2 Rekomendasi	56
DAFTAR PUSTAKA	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertukaran barang dan jasa yang memiliki nilai atau barter telah terjadi sepanjang sejarah manusia. Manusia melakukan kegiatan tersebut untuk mengatasi kelangkaan. Kelangkaan berarti bahwa masyarakat memiliki sumber daya yang terbatas dan oleh karena itu tidak dapat menghasilkan semua barang dan jasa.¹ Pertukaran nilai ini menjadi salah satu pola interaksi ekonomis paling mendasar. Seiring dengan meningkatnya kompleksitas interaksi manusia, penentuan nilai baku barang atau jasa menjadi semakin sulit. Mata uang kemudian digunakan sebagai alat tukar yang memiliki nilai yang diterima oleh masyarakat luas.

Interaksi masyarakat kebanyakan terjadi secara internal di dalam wilayah negara. Perdagangan antar negara biasanya dilakukan oleh pemerintah dengan pemerintah negara lainnya. Sehingga, peran aktor non-negara tidak terlalu signifikan pada tahap awal perdagangan internasional. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa peluang-peluang baru ke berbagai bidang. Pemerintah negara kini dapat melakukan interaksinya menggunakan internet. Tidak hanya itu, aktor non-pemerintahan dapat berinteraksi dengan aktor di luar wilayah negaranya dengan lebih mudah. Salah satu interaksi yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah interaksi ekonomi. Kemajuan teknologi memungkinkan

¹ Nicholas Gregory Mankiw, *Principles of Economics*, edisi ke-6, (South-Western, 2012). 4

perdagangan secara *online* atau dalam jaringan. Perdagangan berbasis internet ini disebut juga *e-commerce*. Konektivitas global yang ditimbulkan internet telah membawa peluang dan kesempatan yang belum pernah ada sebelumnya.² Pemanfaatan internet menimbulkan perubahan dalam aktivitas bisnis perusahaan. Internet memaksa perusahaan-perusahaan untuk merombak operasi mereka dan beradaptasi untuk masa depan.³ Internet telah banyak digunakan perusahaan untuk melakukan pemasaran produk-produknya. Di saat yang sama, Indonesia memiliki kepentingan negara yang 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.”⁴

Seiring perkembangan teknologi, perusahaan dagang kini memiliki situs jual beli atau bahkan aplikasi khusus. Kebanyakan perusahaan yang bergerak di bidang ini hanya menyediakan platform kepada para produsen ataupun pemilik barang untuk memasarkan produknya di situs jual beli perusahaan tersebut. Berbagai fitur seperti navigasi yang mudah, kategorisasi produk, mesin pencari,

² Eric Schmidt dan Jared Cohen, *The new digital age: reshaping the future of people, nations and business* (London: John Murray, 2014). 1

³ *ibid.* 4

⁴ “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>

proses *checkout* yang mudah dan jelas, dan banyaknya pilhan metode pembayaran serta pengiriman, sepenuhnya terintegrasi ke dalam platform ini. Penambahan fitur *business to business* seperti alur kerja dan perizinan, harga tingkat kontrak serta katalog khusus, dukungan tambahan, dan pembayaran langsung memungkinkan pedagang untuk menjual tidak hanya secara langsung ke konsumen, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam penjualan tradisional dan menjangkau pelanggan bisnis baru.⁵ Perkembangan teknologi internet mendorong perkembangan *e-commerce* pula. Perdagangan berbasis internet sedang mengalami konvergensi tiga saluran penjualan digital. Konvergensi yang dimaksud adalah peleburan tipe operasi dari perusahaan perdagangan berbasis internet, yaitu Business to Consumer *e-commerce*, B2B *e-commerce*, dan *marketplace*.⁶ Contoh dari konvergensi ini adalah perubahan operasi bisnis Lazada. Pada awal berdirinya, Lazada mengumpulkan inventaris produk di gudang pusat dan bertanggungjawab langsung untuk mengirimkan produk yang dijualnya. Kini, Lazada bertindak sebagai perantara digital yang menghubungkan pelanggan ke vendor produk dan vendor pengiriman.⁷ Konvergensi ini memberi pelaku perdagangan kemudahan untuk mengembangkan bisnis mereka di saluran penjualan baru. Konvergensi B2C *e-commerce*, B2B *e-commerce*, dan *marketplace* memungkinkan pengecer, merek,

⁵ Brian Beck, "B2C And B2B e-Commerce Convergence: The Ticket to New Revenue Streams & Cost Savings," *The Future of Customer Engagement and Experience*, 15 Maret 2019, diakses pada 22 September 2019, <https://www.the-future-of-commerce.com/2017/10/18/b2c-b2b-ecommerce-revenue/>.

⁶ *ibid.*

⁷ Clay Chandler dan Eamon Barrett, "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/>

produsen, dan distributor untuk dengan mudah dan murah melakukan ekspansi secara efektif ke saluran penjualan baru.⁸ Konsumer dapat terlibat langsung dalam perdagangan berbasis internet, tidak hanya perdagangan domestik, tetapi juga perdagangan internasional. Maka dari itu, perdagangan lewat media berbasis internet memiliki potensi besar untuk proses pengambilan profit karena skala target audiens yang sangat besar. Target audiens yang dapat dicapai tidak terbatas pada batas wilayah negara.

Sesuai dengan globalitas internet, *e-commerce* bersifat global. Masyarakat atau individu yang memiliki akses internet memiliki peluang untuk menjadi aktor perdagangan internasional. Kegiatan ekonomi masyarakat pada tingkat produsen, distributor, dan konsumen mengalami perubahan yang dapat diamati. Perubahan tersebut disebabkan oleh peningkatan peran informasi dalam teknik produksi, distribusi, dan konsumsi. Terlihat jelas bahwa kemungkinan baru yang dibawa oleh media baru berbasis internet mempengaruhi pola aktivitas ekonomi internasional yang dilakukan oleh aktor non-negara. Selain masyarakat atau individu, terlihat bahwa perubahan pola aktivitas ekonomi internasional yang disebabkan oleh media-media baru berbasis internet juga dirasakan oleh *state actors*. Cakupan yang luas, dampak yang besar, dan bahkan diprediksi mengalami peningkatan signifikan merupakan suatu fenomena yang menarik dan perlu untuk diteliti.

⁸ Brian Beck, "B2C And B2B e-Commerce Convergence: The Ticket to New Revenue Streams & Cost Savings,"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan observasi awal tersebut, peneliti beranggapan bahwa media berbasis internet membawa perubahan kepada proses kehidupan antar aktor internasional. Tidak hanya aktor negara, terdapat indikasi bahwa perubahan tertentu juga terjadi pada aktor non-negara. Kemajuan teknologi informasi internet telah mempengaruhi pola aktivitas ekonomi antara dua negara. Volume *e-commerce* Indonesia terus meningkat dengan signifikan tiap tahunnya. *Penetration rate* atau perbandingan total jumlah pengguna situs jual beli dengan total populasi Indonesia pada tahun 2017 adalah 52.51%. Sedangkan pada tahun 2018 adalah 57.57%. Bahkan, *penetration rate* Indonesia diprediksi naik hingga mencapai angka 69.92% di tahun 2021⁹

Peningkatan *penetration rate* ini tentunya berhubungan dengan jumlah investasi dalam bidang *e-commerce*. Jumlah investasi atau modal ventura asing yang diberikan kepada berbagai *startup companies*, termasuk perusahaan-perusahaan *e-commerce* meningkat 68 kali lipat sekitar tahun 2017.¹⁰ Sebagian besar dari modal asing tersebut berasal dari Tiongkok. Sebagian besar dari empat perusahaan *e-commerce* Indonesia dimiliki atau didukung oleh Republik Rakyat Tiongkok. Tokopedia merupakan portal *e-commerce* jumlah pengunjung bulanan terbanyak. Tokopedia menerima investasi dari Alibaba Group asal Tiongkok

⁹ "ECommerce - Indonesia | Statista Market Forecast," Statista, diakses pada 5 Februari 2020, <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia#>.

¹⁰ Alessandro Gazzini, Henky Prihatna, dan Shekhar Chauhan, "Startup Investment in Indonesia Tops \$3B in 2017: AT Kearney Research," Google, 24 November 2017, diakses pada 27 Agustus 2019. <http://apac.thinkwithgoogle.com/research-studies/startup-investment-indonesia-tops-three-billion-2017-at-kearney-research.html>.

sebesar Rp 14,7 triliun untuk pembangunan pusat riset dan pengembangan.¹¹ Selain Tokopedia, Lazada juga diakuisisi oleh Alibaba Group. JD.com memiliki saham sebesar 55% di JD.id. Shopee dimiliki oleh perusahaan New York bernama Sea Ltd. yang mana 36% dari saham perusahaan tersebut dimiliki oleh Tencent Holdings Ltd., yaitu perusahaan yang juga berasal dari Tiongkok.¹² Keempat perusahaan yang telah disebutkan sebelumnya telah menjadi bagian dari kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. Bahkan, Menteri Komunikasi dan Informasi Indonesia pada tahun 2018, Rudiantara, menyebutkan bahwa sektor *e-commerce* sangat efektif dalam menyerap tenaga kerja. Beliau mengambil contoh Bukalapak dan Tokopedia. Bukalapak menyerap 2 juta Usaha Kecil Menengah dan sebanyak 98% dari UKM tersebut memiliki nilai pendapatan masuk kategori di bawah Rp 4,8 miliar. Sementara itu, Tokopedia menyerap sebanyak 2,5 juta UKM.¹³ Padahal, Indonesia sebagai negara berkembang masih menjalani tahap pembelajaran multisektoral, termaksud dalam sektor perdagangan berbasis internet. Negara ini membutuhkan pemerataan pembangunan infrastruktur internet, transfer modal, dan transfer teknologi yang signifikan untuk dapat menyaingi negara maju seperti Tiongkok. Pada periode pertama pemerintahan Presiden Joko Widodo, Indonesia

¹¹ Jeko I.R., "Kantongi Rp 14,7 Triliun Dari Alibaba, Tokopedia Mau Apa?" Liputan6, 18 Agustus 2017, diakses pada 22 September 2019, <https://www.liputan6.com/tekno/read/3062164/kantongi-rp-147-triliun-dari-alibaba-tokopedia-mau-apa>.

¹² Song Jingli, "Tencent-backed Shopee wants to lure cross-border sellers in Alibaba's hometown, Hangzhou," KrASIA, 26 Juni 2019, diakses pada 22 September 2019, <https://kr-asia.com/tencent-backed-shopee-wants-to-lure-cross-border-sellers-in-alibabas-hometown-hangzhou>

¹³ Idealisa Masyrafina, "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>

berusaha meningkatkan inklusivitas internet, pemerataan akses, penurunan tarif, serta peningkatan kualitas jaringan internet.¹⁴ Kenaikan intensitas *e-commerce* dan konvergensi tiga saluran penjualan digital diasumsikan memegang peranan terhadap perkembangan hubungan diplomatis antara Indonesia dan Tiongkok. Penelitian ini akan menganalisa peranan perdagangan berbasis internet terkait perkembangan hubungan diplomatis dan interaksi antara aktor *state* dan *non-state* Indonesia dan Tiongkok.

1.2.1. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan batasan masalah untuk menjaga alur penelitian serta menghindari terjadinya penyimpangan. Peneliti akan meneliti hubungan diplomatis dan interaksi antara aktor *state* dan *non-state* Indonesia-Tiongkok sebelum dipengaruhi oleh perdagangan berbasis internet. Aktor *non-state* yang dimaksud adalah perusahaan-perusahaan *E-commerce* dan juga individu-individu pengguna perdagangan berbasis internet. Lalu, Peneliti juga akan melihat pola hubungan setelah meningkatnya intensitas perdagangan berbasis internet antar kedua negara dari tahun 2016 hingga tahun 2019.

Indonesia dan Tiongkok dipilih sebagai dua negara yang diteliti atas dasar peran besar keduanya dalam bidang perdagangan berbasis internet dunia. Indonesia memiliki lebih dari 130 juta pengguna Internet, menjadikannya salah satu pasar

¹⁴ “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)

digital terbesar di Asia Tenggara.¹⁵ Di sisi lain, Jumlah pelanggan perdagangan berbasis internet di Tiongkok mencapai 533 juta orang, menempatkan Tiongkok sebagai kekuatan *E-commerce* terbesar dunia. Pada bulan Juni tahun 2018, jumlah pengguna internet di Republik Rakyat Tiongkok mencapai angka 804 juta orang. Angka tersebut menyebabkan ledakan peningkatan pasar e-commerce di Tiongkok.¹⁶ Interaksi antara pasar *E-commerce* paling potensial di kawasannya dengan kekuatan *E-commerce* terbesar dunia tentunya menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Di antara kedua negara, penelitian ini akan lebih berfokus kepada Republik Indonesia. Keputusan ini diambil atas dasar peran aktif Indonesia dalam mendorong pertumbuhan sektor perdagangan berbasis internetnya. Keinginan Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memanfaatkan potensi pasar yang dimilikinya membuat Pemerintah Indonesia menjadi aktor negara yang berperan lebih aktif jika dibandingkan dengan Tiongkok.

Batas awal tahun 2016 dipilih karena adanya pemberlakuan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2016 yang memungkinkan perusahaan asing untuk memegang kepemilikan di perusahaan startup Indonesia. Pada tahun 2017, perusahaan e-Commerce dengan pengguna paling banyak, Tokopedia, menerima investasi dari grup e-Commerce Tiongkok, yaitu Alibaba.

¹⁵ “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/>

¹⁶ “E-Commerce in China,” diakses pada 14 Agustus 2020, <https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/>

Dana tersebut digunakan untuk riset dan pengembangan Tokopedia. Batas akhir tahun 2019 dipilih untuk dapat melihat contoh dampak dari investasi Tiongkok terhadap kemajuan perdagangan berbasis internet di Indonesia.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah, timbul satu pertanyaan penelitian. Melalui penelitian ini, penulis mencoba menjawab pertanyaan penelitian tersebut, yaitu; **“Bagaimana pengaruh aktivitas ekonomi berbasis internet serta interaksi antara aktor state/non-state Indonesia-Tiongkok terhadap intensitas perdagangan antara kedua negara?”**

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh aktivitas ekonomi berbasis internet Indonesia dan Tiongkok terhadap intensitas perdagangan antara kedua negara tersebut.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap tulisan ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai proses perdagangan berbasis internet, bagaimana proses perdagangan internasional berbasis internet, serta menjadi referensi mengenai dampak perdagangan berbasis internet terhadap hubungan diplomatis ekonomi dua negara.

1.4 Tinjauan Pustaka

Salmani, Pourebrahim, dan Saremi dalam artikel '*The Effect of the Internet on International Trade in Services: Developing Countries' case study*' jurnal "7th International Conference on e-Commerce in developing countries with focus on e-Security" meneliti bahwa internet memberi negara peluang yang cukup terhadap layanan pertukaran mata uang nasional dan asing. Penggunaan Internet juga membantu menghilangkan perantara dari pasar. Hilangnya perantara berpotensi untuk mengurangi harga dan pada akhirnya mengarah pada peningkatan persaingan. Dengan memasuki bidang perdagangan sebagai teknologi informasi dan komunikasi paling penting di tingkat internasional, internet menawarkan peluang untuk memfasilitasi perdagangan dan meningkatkan daya saing di seluruh dunia.¹⁷

Jorgenson dan Vu menganalisa dampak signifikansi dari investasi peralatan dan perangkat lunak teknologi informasi terhadap perekonomian dunia. Dalam penelitiannya tersebut, mereka menemukan pertumbuhan ekonomi dunia tidak dapat dipisahkan dari peran investasi terhadap peralatan dan perangkat lunak teknologi informasi serta kenaikan *input* (modal dan tenaga kerja) produktivitas. Investasi terhadap aset *tangible*, termasuk peralatan dan perangkat lunak teknologi informasi adalah sumber penyumbang pertumbuhan ekonomi paling besar.¹⁸

¹⁷ Behzad Salmani, Farhad Pourebrahim, dan 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>.

¹⁸ Dale W. Jorgenson dan Khuong Vu, "Information Technology and The World Economy," The New Palgrave Dictionary of Economics: , doi:10.1057/9780230226203.0801.

Pemikiran Jorgenson dan Vu memiliki relevansi dengan penelitian ini, dalam konteks investasi sektor teknologi informasi yang sedang gencar dilakukan Indonesia dan Tiongkok dari tahun 2016 hingga 2019.

Richard Boateng, Robert Hinson, Richard Heeks, dan Alemayehu Molla menulis artikel “*E-commerce in Least Developing Countries: Summary Evidence and Implications*” bahwa kesuksesan perdagangan berbasis internet berkemungkinan lebih besar untuk terjadi di negara maju dibanding negara berkembang. Situasi perekonomian di negara berkembang yang menantang menyebabkan pendekatan dan strategi keberhasilan perdagangan berbasis internet dan realisasi manfaatnya di negara maju tidak mudah diterapkan atau dapat ditransfer ke konteks perekonomian negara berkembang.¹⁹ Berdasarkan hal tersebut, seharusnya ada perbedaan kemudahan perkembangan *E-commerce* di negara maju dan negara berkembang. Negara berkembang seperti Indonesia akan sangat sulit untuk merasakan realisasi manfaat apapun dari *E-commerce*.

Goldstein dan O’Connor mengatakan sebaliknya. Mereka memaparkan empat manfaat perdagangan internet bagi para pelaku bisnis di negara berkembang. Pertama, mempermudah pengrajin dan UMKM untuk mengakses pasar *business to consumer* dunia. Kedua, memfasilitasi kegiatan di pasar global untuk produk pertanian. Ketiga, memungkinkan perusahaan di negara-negara miskin untuk memanfaatkan rantai pasokan *business to business* dan *business to government*.

¹⁹ Richard Boateng et al., “E-Commerce in Least Developing Countries: Summary Evidence and Implications,” *Journal of African Business* 9, no. 2 (2008): pp. 257-285, <https://doi.org/10.1080/15228910802479919>.

Keempat, memungkinkan perusahaan penyedia jasa di negara berkembang untuk beroperasi secara lebih efisien dan untuk memberikan layanan jasa tertentu secara langsung kepada pelanggan di manapun di dunia.²⁰ Goldstein dan O'Connor menyatakan bahwa kemajuan *e-commerce* dapat mengoptimalkan perekonomian negara berkembang. Situasi perekonomian negara berkembang memberikan peluang bagi perkembangan *e-commerce*.

Penelitian oleh Ho, Kauffman, dan Liang mengatakan bahwa tingkat keberhasilan *e-commerce* di negara manapun adalah tingkat penetrasi internet, tingkat edukasi warga negara tersebut, dan terakhir investasi peralatan dan perangkat lunak teknologi informasi. Mereka juga mengemukakan tiga model, yaitu pertama *The endogenous growth model* yang menyatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce business to consumer* di suatu negara merupakan hasil dorongan internal dari negara itu sendiri. *The exogenous growth model* menyatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce business to consumer* di suatu negara merupakan hasil dari dorongan eksternal dari negara lain yang memimpin perdagangan bidang itu (*leading country/ies*). *The mixed effects model* menyatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce B2C* merupakan hasil dari gabungan dorongan internal dan eksternal.²¹

Penulis akan menggunakan *The mixed effects model* Ho, Kauffman, dan Liang untuk menganalisa fenomena pertumbuhan *e-commerce* Indonesia. Penulis

²⁰ Andrea Goldstein dan David O'Connor, "E-Commerce for Development," OECD Development Centre Working Papers, 2000, <https://doi.org/10.1787/814454018016>.

²¹ Shu-Chun Ho, Robert J. Kauffman, dan 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): pp. 237-259, <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.06.003>.

berasumsi Tiongkok memegang peranan dalam pertumbuhan perdagangan berbasis internet Indonesia sebagai faktor eksternal. Kemudian, adanya urgensi pemenuhan kebutuhan serta permintaan individu dan masyarakat akan manfaat-manfaat *E-commerce* terhadap jalur distribusi baru di pasar domestik (seperti yang dikemukakan Goldstein dan O'Connor) sebagai faktor internal. Penulis juga sependapat dengan Jorgenson, Vu, Ho, Kauffman, dan Liang yang mengatakan pertumbuhan E-commerce memiliki sumber utama yaitu investasi di bidang teknologi informasi. Kesulitan yang disebutkan oleh Boateng tampaknya tidak dirasakan Indonesia, melihat pertumbuhan *E-commerce* Indonesia yang mengalami akselerasi sejak tahun 2016. Pembahasan lebih lanjut akan dilakukan di bab selanjutnya.

Peneliti melihat adanya celah penelitian yang belum dianalisa oleh para peneliti-peneliti sebelumnya. Celah penelitian yang hendak diisi oleh penelitian ini adalah penelitian terhadap diplomasi ekonomi antara Republik Indonesia dan Republik Rakyat Tiongkok dengan fokus spesifik pada perdagangan berbasis internet.

1.5 Kerangka Pemikiran

Analisa mengenai topik yang dilakukan membutuhkan kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran yang akan digunakan akan berfungsi sebagai pedoman teoritis. Landasan konseptual juga digunakan untuk mendasari analisa. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan *The New Growth Theory*. Teori yang dikemukakan oleh Paul Romer ini menekankan pentingnya kebijakan dapat secara signifikan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi

dilihat sebagai sesuatu yang endogen, berdasarkan pada keuntungan, dan berkaitan erat dengan investasi. Pertumbuhan ekonomi dan laju inovasi bergantung pada kebijakan pemerintah yang tepat dalam meningkatkan bujet penelitian dan pengembangan. Selain penelitian dan pengembangan teknologi, pengembangan sumber daya manusia dengan cara seperti pendidikan dan pelatihan juga akan meningkatkan laju inovasi.²² Romer menyebutkan beberapa poin penting tentang teori ini. Investasi dalam penciptaan pengetahuan dan kegiatan penelitian dan pengembangan oleh entitas bisnis merupakan penentu penting dalam pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi, perusahaan cenderung kurang berinvestasi dalam penelitian pengembangan. Pemerintah seharusnya mengambil tindakan yang tepat untuk mengatasi kecenderungan tersebut.²³ Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi akan meningkat jika ilmu pengetahuan teknologi juga meningkat.

Penulis menggunakan salah satu konsep dari teori besar Hubungan Internasional Konstruktivisme. Konsep yang digunakan yaitu *Cobweb Model* oleh John Burton. John Wear Burton menyatakan bahwa perkembangan kehidupan politik dan sosial individu di dalam negara yang dipengaruhi perubahan pemikiran dan teknologi baru dapat memengaruhi hubungan antar negara.²⁴ Lebih lanjut, Burton menjelaskan bahwa individu atau masyarakat di dalam tiap entitas negara melakukan interaksi transnasional dengan individu atau masyarakat asing, sehingga membentuk sebuah ‘masyarakat dunia’. Kita dapat memahami masyarakat dunia

²² Robert Gilpin dan Jean M. Gilpin, “Global Political Economy: Understanding the International Economic Order”, (Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2001), 113.

²³ *ibid*, 114.

²⁴ John Burton, *World Society*, (Cambridge, Cambridge University Press, 1972), 20.

hanya dengan memeriksa semua interaksi, bukan hanya interaksi yang terjadi di antara pemerintah.²⁵ Pemikiran Burton ini digunakan untuk menganalisa hubungan antara interaksi non-pemerintahan yang terjadi dengan pola aktivitas dagang Indonesia-Tiongkok. Konstruktivisme sendiri berfokus pada kesadaran manusia dan kontribusinya terhadap perhal dunia global. Konstruksi sosial yang muncul akibat interaksi sosial dan kesamaan nilai-nilai yang dianut merupakan kontributor terhadap pola interaksi antar negara.²⁶

Definisi dari diplomasi ekonomi yang digunakan penulis adalah definisi dari Bayne dan Woolcock. Diplomasi ekonomi adalah kegiatan-kegiatan pengambilan keputusan internasional terkait dengan kegiatan ekonomi lintas batas negara seperti ekspor, impor, investasi, pinjaman, bantuan, serta migrasi yang dilakukan oleh negara dan aktor non-negara secara nyata di dunia.²⁷ Dengan demikian, diplomasi ekonomi dapat disimpulkan sebagai tindakan pemakaian sumber daya yang bertujuan untuk mencapai kepentingan politik luar negeri suatu negara.

Revolusi industri keempat membawa berbagai perubahan di berbagai bidang, terutama teknologi. Kemampuan proses dan penyimpanan komputer yang meningkat membuka kemungkinan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Keterhubungan internet menyediakan platform perdagangan baru yang memiliki dasar operasi di internet atau lebih dikenal sebagai *e-commerce*. Sesuai dengan apa

²⁵ ibid, 35.

²⁶ Robert Jackson, Georg Sorensen, "Introduction to International Relations, Fifth Edition", Oxford, Oxford University Press, 2013, hal. 205-208

²⁷ Nicholas Bayne dan Stephen Woolcock, *The New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*, Third Edition (Farnham, England: Ashgate, 2013) 3.

yang dijelaskan oleh Laudon dan Traver, *e-commerce* atau perdagangan elektronik adalah pertukaran nilai (seperti uang) antara organisasi atau individu untuk mendapat barang atau jasa yang dilakukan secara digital. Tanpa adanya pertukaran nilai tersebut, perdagangan tidak akan terjadi. Kemajuan teknologi memberi perusahaan cara baru untuk mengatur sistem produksi dan transaksi bisnis. Teknologi baru juga membuat perusahaan harus menyesuaikan strategi dan rencana bisnis yang ada sebelumnya.²⁸ Perdagangan berbasis internet atau *e-commerce* menjadi media internet utama yang akan dianalisa sebagai variabel penelitian.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi penyelidikan metodologis yang mengeksplorasi masalah yang memungkinkan pembangunan gambaran menyeluruh yang kompleks, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan terperinci dari informan, serta melakukan penelitian dalam suasana alami.²⁹ Teknik ini memberikan prioritas pada pemahaman atas makna mengenai sebab kasus yang terjadi, sehingga konteks dalam kasus yang dibahas juga dapat memengaruhi studi yang sedang dilakukan.³⁰ Tipe metode penelitian ini dipilih

²⁸ Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver, *E-Commerce: Business, Technology, Society* (Boston: Pearson, 2014).

²⁹ John Bacon-Shone, "Introduction to Quantitative Research Methods" (Hong Kong: Graduate School, The University of Hong Kong, 2013).

³⁰ Hossein Nassaji, "Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis" (*Language Teaching Research*, 2015): 129–132, DOI: 10.1177/1362168815572747

untuk memungkinkan penulis membuat analisa yang mampu menjelaskan pengaruh nyata perdagangan berbasis media internet terhadap pola hubungan diplomatis Republik Indonesia dan Republik Rakyat Tiongkok secara deskriptif dan runtut.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data data sekunder, tinjauan literatur, studi-studi terkait, jurnal, dan observasi oleh penulis. Sumber data yang akan dipakai bersifat cetak dan digital. Data-data yang diperoleh akan digunakan penulis untuk membangun analisa yang akurat dan dapat menjawab pertanyaan penelitian.

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan ditulis dalam empat bagian. Bab I merupakan pendahuluan. Bab I terdiri dari beberapa bagian, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data, sistematika pembahasan, dan jadwal penelitian.

Bab II akan memberi penjelasan terkait hubungan bilateral antara Republik Indonesia dan Republik Rakyat Tiongkok. Bab II terbagi menjadi tiga bagian, yaitu Diplomasi Indonesia dan Tiongkok, Perdagangan berbasis internet Indonesia dan perkembangannya, serta infrastruktur komunikasi penunjang *E-commerce*.

Bab III akan menganalisa dinamika diplomasi ekonomi Indonesia-Tiongkok yang dipengaruhi oleh perdagangan berbasis internet. Bab ini terbagi

menjadi tiga, yaitu diplomasi ekonomi Indonesia-Tiongkok, pengaruh infrastruktur dan *E-commerce*, serta manfaat dari kerjasama Indonesia dan Tiongkok. Bab IV berisi kesimpulan dan rekomendasi penelitian ini.