



BULETIN
POS DAN
TELEKOMUNIKASI
Media Komunikasi Ilmiah

DAFTAR ISI

Halaman

1. Efek Pertumbuhan Ekonomi Dalam Proses Pengembangan Telekomunikasi Perdesaan Oleh : Tatiek Mariyati	1
2. Pemberdayaan E-Commerce Dalam Menunjang Pengembangan Usaha Oleh : Marhum Djauhari	33
3. Kajian Kebijakan di Bidang Telekomunikasi Dalam Menyongsong Era Konvergensi (TIK) di Indonesia Oleh : Soemarsono	59
4. Analisis Kebijakan Public Service Obligation (PSO) Bidang Pos Oleh : Sri Wahyuningsih	91
5. Prospek Penyelenggaraan <i>Mobile Virtual Network Operator</i> (MVNO) di Indonesia Oleh : Iman Sanjaya	115
6. Pengaruh Kepemilikan Saham Asing Terhadap Bisnis Telekomunikasi Seluler Oleh : Azwar Aziz	141

Redaksi menerima tulisan ilmiah atau hasil penelitian pos dan telekomunikasi dengan panjang tulisan minimal 10 halaman kwarto diketik 1½ spasi. Redaksi berhak mengubah tulisan yang dimuat tanpa mengurangi makna judul tulisan.



**BULETIN
POS DAN
TELEKOMUNIKASI**
Media Komunikasi Ilmiah

Dewan Redaksi

PENANGGUNG JAWAB

Kabandan Litbang SDM

REDAKTUR

Drs. Baringin Batubara, MM

PENYUNTING EDITOR

Dr. Udi Rusadi, MS
Prof. Rusdi Muchtar, MA, APU
Ir. Gita Patulak, MT
Suryono, ST, MM
Drs. Azwar Aziz, MM

REDAKTUR PELAKSANA

Dra. Tatiek Mariyati, MM
Sri Wahyuningsih, SE, MM
Marhum Djauhari, SH
Drs. Yourdan, MSI
Djoko Adinugroho, S.Kom

**DESAIN GRAFIS &
FOTOGRAFER**

Riza Azmi, S.Kom

SEKRETARIAT

Dra. Neni Rochaeny, MM
Suyadi, SH, MH
Albert, ST, MM
Sumarsono, SE
Widya Budi Andhini, ST
Corry Bu'tu Hastuti, ST
Rahmat Saleh, ST

ALAMAT REDAKSI

Pusat Penelitian dan Pengembangan
Pos dan Telekomunikasi

Jln. Medan Merdeka Barat Nomor: 9
Jakarta Pusat, 1010.

Telp : (021) 34833349
34833420

Fax : (021) 34833420

PENGANTAR REDAKSI

BULETIN POS DAN TELEKOMUNIKASI

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan karuniaNya penerbitan Buletin Pos dan Telekomunikasi tahun 2009 volume ke 7 (tujuh) nomor 1 (satu) ini dapat terlaksana dengan baik.

Buletin Pos dan Telekomunikasi diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telekomunikasi, bertujuan untuk memasyarakatkan hasil penelitian/kajian/telaahan yang dilaksanakan tenaga fungsional peneliti, pemerhati pos dan telekomunikasi, pengelola dan penyelenggara pos dan telekomunikasi. Selain itu juga untuk meningkatkan kinerja dalam rangka memacu upaya peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian di lingkungan Pusat Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telekomunikasi. Dalam terbitan volume yang ke 7 (tujuh) nomor 1 (satu) ini, Buletin Pos dan Telekomunikasi memuat 6 (enam) tulisan, masing-masing oleh:

Tatiek Mariyati

Dalam tulisan "Efek Pertumbuhan Ekonomi Dalam Proses Pengembangan Telekomunikasi Perdesaan". Tulisan ini menjelaskan Melalui program USO untuk pembangunan telekomunikasi diharapkan memberikan efek pembangunan ekonomi masyarakat perdesaan.

Marhum Djauhari

Dalam tulisan "Pemberdayaan E-Commerce Dalam Menunjang Pengembangan Usaha". Tulisan ini menjelaskan manfaat e-commerce dalam menunjang pengembangan usaha seiring semakin kompetitif diantara usaha-usaha yang memerlukan kecepatan dan ketepatan serta kemudahan dalam mendapatkan informasi produk

Soemarsono

Dalam tulisan "Kajian Kebijakan di Bidang Telekomunikasi Dalam Menyongsong Era Konvergensi (TIK) di Indonesia". Tulisan ini menjelaskan aspek kebijakan dalam menyikapi menyongsong era konvergensi bidang TIK dengan mengevaluasi dan membuat peraturan perundang-undangan TIK.

Sri Wahyuningsih

Dalam tulisan "Analisis Kebijakan Public Service Obligation (PSO) Bidang Pos". Tulisan ini menjelaskan penyelenggaraan PSO bidang pos dari aspek kebijakan yang kondisi saat ini masih diberikan kepada PT.Pos Indonesia. Sedangkan kemungkinan Penyelenggara jasa perposan swasta perlu diikutsertakan dalam penyelenggaraan PSO.

Iman Sanjaya

Dalam tulisan "Prospek Penyelenggaraan *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) di Indonesia". Tulisan ini menjelaskan semakin cepatnya perkembangan telekomunikasi bergerak, memberikan kemudahan-kemudahan dalam penyelenggaraannya. Salah satunya konsep MVNO dengan berbagai prospek yang menguntungkan.

Azwar Aziz

Dalam tulisan "Pengaruh Kepemilikan Saham Asing Terhadap Bisnis Telekomunikasi Seluler". Tulisan ini menjelaskan akibat kepemilikan saham asing yang cukup besar di bisnis telekomunikasi seluler telah memberikan pengaruh positif maupun negatif perkembangan telekomunikasi seluler di masa yang akan datang.

EFEK PERTUMBUHAN EKONOMI DALAM PROSES PENGEMBANGAN TELEKOMUNIKASI PERDESAAN

Tatiek Mariyati

Abstract

Business development in rural areas is influenced by the facilitation of telecommunication infrastructure and internet access that will smooth communication and marketing products of rural industry. To develop telecommunications in rural areas will depend on the success of government programs, such as "Desa Berdering" Program as a part of Universal Service Obligation (USO). This program was launched with the aim to encourage economic growth and more in an effort to accelerate the improvement of welfare and equity development. The number of villages that have been reached by the government telecommunications facilities has reached around 70% of the total number of villages in Indonesia, which became the target of development of telecommunication facilities. The influence of the strong development of rural community development with the telecommunications infrastructure built will have a strong effect on economic growth. In this case, the economic development needs to get the attention of each sector, so that the progress of synergies can be enjoyed in the rural communities, particularly in isolated areas, as well as in efforts to eliminate the gap between too sharp economic growth in urban areas and rural areas.

Kata-Kata Kunci: Telekomunikasi, Pertumbuhan Ekonomi.

A. PENDAHULUAN

Sebagaimana diketahui masyarakat luas bahwa Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi telah menetapkan program "Desa Berdering" sebagai bagian dari program *Universal Service Obligation* (USO). Program "Desa Berdering" ini berupa layanan *voice* dan *data ready* yang meliputi 38.471 desa di seluruh Indonesia, yang diharapkan sudah dapat terwujud di seluruh Indonesia pada tahun 2009 ini. Program "Desa Berdering" ini merupakan bagian dari

program kerja Ditjen Pos dan Telekomunikasi pada tahun 2007-2011 dengan harapan bahwa terlaksananya program tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan serta pemerataan pembangunan. Pemerintah juga berharap dapat terciptanya suatu iklim kompetisi yang sehat di bidang layanan telekomunikasi sehingga berdampak terhadap meningkatnya pelayanan dan mendorong turunnya tarif

telekomunikasi serta mendorong tingkat kandungan lokal dalam negeri dalam rangka penyelenggaraan telekomunikasi. Langkah efisiensi ini diharapkan dapat mendukung percepatan pembangunan masyarakat informasi di daerah perdesaan, utamanya pada daerah terpencil dan terisolasi. Selain program Desa Berdering tersebut, terdapat pula program Desa Punya Internet (Desa Pinter). Melalui Desa Pinter yang diharapkan terwujud sebelum tahun 2015 yang dilakukan dengan cara mengimplementasikan pelayanan akses informasi di seluruh kecamatan. Melalui program tersebut, pemerintah berharap bahwa pada tahun 2025 dapat terwujud masyarakat informasi melalui penyelenggaraan pemusatan pelatihan, pemanfaatan akses informasi, dan penyelenggaraan TV broadcast yang berbasis pada kebutuhan masyarakat dan pelayanan informasi lainnya. Dalam merealisasikannya, Telkom bersama mitra kerja mengembangkan pilot proyek pembangunan *Multipurpose Community Telecenters* -MCT di sejumlah daerah yang diarahkan pada upaya menjembatani ketimpangan digital, disamping agar dapat memberikan nilai dan manfaat ekonomis. MCT (*Multipurpose Community Telecenters*) adalah tempat dimana masyarakat bisa memperoleh dukungan teknologi informasi dan komunikasi (ICT-Information and

Communication Technology) untuk mengakses berbagai layanan secara aman. MCT ini diharapkan akan dapat melayani berbagai kebutuhan masyarakat, seperti antara lain: e-government, e-learning, e-commerce, dan lain sebagainya. Yang diharapkan dalam kesiapan proses pembangunan perdesaan adalah agar penyelenggaraan MCT ini dapat berjalan teratur. Oleh karena itu diperlukan adanya kerangka kerja pembangunan perdesaan dalam bentuk perencanaan, baik rencana pembangunan jangka menengah desa (RPJM-desa) maupun rencana pembangunan tahunan desa (RPT-Desa) yang didasarkan dari hasil-hasil yang didapat dari Musyawarah Rencana Pembangunan Desa (Musrenbangdes) dan Musrenbang kecamatan disusun usulan rencana program/kegiatan sesuai dengan bidangnya.

Terkait dengan era informasi, maka upaya Pemerintah untuk memberi layanan di bidang telekomunikasi bagi masyarakat adalah bahwa sampai tahun 2015 diharapkan seluruh desa di Indonesia akan mendapat layanan internet. Untuk itu diperlukan publik edukasi untuk menggunakan internet secara produktif. Untuk itu pemerintah juga siap memberikan insentif bagi pemenang USO, diantaranya adalah pemberian ijin bagi pemenang USO

Tabel 1 : Data periodisasi sesuai tahapan USO

Tahapan	Tahun						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Periode Fisik	18.000	20.471					
Periode Layanan		18.000	38.471	38.471	38.471	38.471	20.471

Sumber : Program USO

untuk dapat menggunakan Wimax di area-area terpencil. Program USO jangka pendek ini bertujuan bagi terwujudnya desa berdering pada tahun 2009 yang mencakup 38.471 desa di seluruh Indonesia. Sedangkan untuk program jangka menengah adalah terwujudnya desa berbasis internet (desa pintar) pada tahun 2015 dengan mengimplementasikan pelayanan akses informasi di seluruh kecamatan. Untuk program jangka panjang, diharapkan terwujudnya masyarakat informasi (information society) pada tahun 2025 melalui penyelenggaraan pemusatan pelatihan, pemanfaatan akses informasi, penyelenggaraan TV broadcast (aggregated broadcast) berbasis kebutuhan masyarakat dan pelayanan informasi lainnya. Sebagai informasi, table 1 menggambarkan data tahun dan kegiatan berdasarkan periodisasi sesuai tahapan program USO. Yang dimaksud dengan periode fisik adalah pembangunan infrastruktur layanan telekomunikasi

dan informatika perdesaan dengan tidak memperhitungkan sebagai periode layanan. Ini berbeda dengan periode layanan yang berupa penyediaan/ pengoperasian jasa akses telekomunikasi dan informatika perdesaan setelah dilakukann uji fungsi terhadap kesiapan infrastruktur layanan.

Skema penyediaan jasa akses telekomunikasi dalam program USO pada dasarnya mengalami perubahan dibandingkan dengan skema lama (untuk program USO tahun 2003 dan 2004). Menurut skema baru ini, dana USO di-earmark hanya untuk USO dan saldo akhir tahun menjadi saldo awal tahun berikutnya.

- a. Berbasis dukungan pembiayaan terendah (the least cost subsidy) atas kontrak layanan (service-based contract).
- b. Asset menjadi milik/ dikelola oleh operator.
- c. Penyediaan untuk 5 tahun (multi years).

- d. Pengoperasian dan pemeliharaan merupakan bagian integral dari kontrak.
- e. Resiko pengelolaan pada operator.
- f. Memungkinkan sustainabilitas akses dan layanan telekomunikasi.

Data tentang jumlah desa yang akan mendapat program USO untuk pengadaan telepon pedesaan akan berkurang dari 38 ribu desa menjadi 31 ribu desa. Hal ini disebabkan karena sudah beberapa desa yang dibangun akses oleh operator telekomunikasi. Pemerintah melalui Balai Telekomunikasi Informasi Pedesaan (BTIP) yang menentukan pemenang tender berharap pembangunan bisa segera dilaksanakan mengingat telah banyak kehilangan waktu akibat masalah hukum sebelumnya. Dalam tender pengadaan perangkat telepon melalui program USO ini, yang diuntungkan ialah masyarakat pedesaan sendiri. Apabila perangkat sudah terinstal, masyarakat sebagai pengguna akan dapat merasakan manfaatnya.

Percepatan pelaksanaan program USO diharapkan agar masyarakat pedesaan segera dapat menikmati fasilitas layanan telekomunikasi sehingga diperlukan mobilitas dan sumber daya yang sangat besar. Karena Depkominfo tidak ingin mempertaruhkan kepentingan masyarakat, maka yang berhak ikut

tender hanya perusahaan jaringan telekomunikasi yang sudah berpengalaman. Perubahan persyaratan tender USO lainnya yaitu teknologi telekomunikasi digunakan nantinya tidak berbasis "circuit switch" tetapi menggunakan teknologi telekomunikasi terkini (NGN/Next Generation Network) yang memungkinkan tidak hanya untuk percakapan telepon (voice) tetapi juga untuk akses internet. Pemerintah juga mengubah 11 paket pengerjaan untuk 11 Blok WPUT (Wilayah Pelayanan Universal Telekomunikasi) pada tender USO sebelumnya menjadi tujuh paket pekerjaan untuk 11 blok WPUT. Pemerintah juga membatasi perusahaan yang ikut tender mempunyai kepemilikan saham asing diluar portofolio dibatasi kurang atau sama dengan 49 persen.

Penandatanganan kontrak USO (*Universal Service Obligation*) dengan PT Telkomsel, sebagai penyedia akses telekomunikasi dan informatika pedesaan. USO merupakan program telekomunikasi masuk desa untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang selama ini belum tersentuh pelayanan jasa telekomunikasi. Realisasi dari program ini, bukan hanya persoalan bisnis, oleh karena itu proyek ini segera dilaksanakan sesuai penandatanganan proyek. Terkait dengan kontribusi USO pada tahun 2009, melalui Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2009 tentang Jenis dan

Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang diberlakukan Depkominfo mengalami perubahan dari semula 0,75% menjadi 1,25% dihitung berdasarkan pendapatan kotor penyelenggaraan telekomunikasi.

Diperkirakan kondisi perekonomian Indonesia tahun 2009 dipastikan mengalami penurunan dan penuh risiko tersembunyi (hidden risk). Pertumbuhan ekonomi juga diperkirakan akan merosot drastis menjadi sekitar 3,5% dari tahun sebelumnya yang mencapai 6%. Mengerucutnya perekonomian pada tahun 2009 tercermin dari memburuknya 3 indikator utama penggerak ekonomi, yaitu melemahnya tingkat ekspor GDP, turunnya investasi dan tergerusnya daya beli dan konsumsi swasta.

Ekspor GDP selama kurun waktu 2004-2008 naik rata-rata sebesar 11,8%, diperkirakan merosot menjadi 2,1% pada 2009. Konsumsi swasta yang sepanjang empat tahun terakhir naik sekitar 4,5% diyakini anjok menjadi 3,3%. Perekonomian di tahun 2009 juga diperkirakan penuh risiko akibat tingginya praktek transaksi gadai saham di pasar modal, serta adanya rekayasa statistik perekonomian.

Strategi pemasaran di daerah pedesaan terkait dengan fasilitas GSM dan CDMA. Diperkirakan tahun 2009 sebagai tahun yang berat bagi

dunia usaha, khususnya dunia telekomunikasi. Efektivitas dan efisiensi telah menjadi variable pertimbangan para operator untuk tidak melakukan ekspansi ke Fixed Wireless Access-FWA (telepon tetap nirkabel), tetapi lebih mengembangkan layanan telepon nirkabel untuk fokus mengembangkan infrastruktur untuk menjangkau pedesaan. Ketidak-tertarikan operator mengembangkan pasar layanan ke FWA ini dikarenakan sekarang tarif GSM dan CDMA sama murah. Jadi pertimbangan mengakuisisi atau ekspansi lebih menghindari FWA. Bahkan strategi mengarah lebih baik dikembangkan infrastruktur ke pedesaan. Dengan demikian nilai investasi juga dapat lebih fleksibel, seiring dengan peningkatan jumlah pelanggan masing-masing operator.

Harapan dibangunnya telekomunikasi pedesaan adalah majunya masyarakat pedesaan sehingga dapat meningkatkan taraf hidup, kesejahteraan dan peluang usaha yang pada akhirnya dapat membangun perekonomian pedesaan lebih baik lagi melalui peran perkembangan teknologi informasi, khususnya pada pembangunan akses telekomunikasi dan internet. Oleh karena itu perlu dilakukan pengejawantahan tentang sejauh mana pertumbuhan ekonomi akan mengikuti perkembangan telekomunikasi pedesaan ini di

dasarkan pada landasan teori pertumbuhan ekonomi.

1. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah proses dimana terjadi kenaikan produk nasional bruto riil atau pendapatan nasional riil. Jadi perekonomian dikatakan tumbuh atau berkembang bila terjadi pertumbuhan output riil. Definisi pertumbuhan ekonomi yang lain adalah bahwa pertumbuhan ekonomi terjadi bila ada kenaikan output perkapita. Pertumbuhan ekonomi menggambarkan kenaikan taraf hidup diukur dengan output riil per orang.

Ada perbedaan pertumbuhan ekonomi dengan pembangunan ekonomi. Perbedaan tersebut adalah :

a. Pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi, keduanya sama-sama menekankan pada kenaikan PDB. Tetapi pertumbuhan ekonomi hanya menekankan kenaikan PDB tanpa membandingkan dengan laju pertumbuhan penduduk. Sedangkan dalam pembangunan ekonomi, disebut ada kenaikan jika laju kenaikan PDB melebihi kenaikan pertumbuhan penduduk.

b. Pertumbuhan ekonomi hanya melihat kenaikan tanpa melihat akibat atau perbaikan kondisi yang ada. Pembangunan ekonomi tidak hanya menekankan pada pertumbuhan secara fisik, melainkan juga perbaikan kelembagaan, kondisi ekonomi, sikap, dan struktur yang ada supaya lebih berhasil guna dan berdaya guna.

Tahun 2007 merupakan tahun dengan tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi setelah krisis 1997. Pada tahun tersebut pertumbuhan ekonomi tercatat sebesar 6,3%, sementara pada tahun-tahun sebelumnya tidak pernah mencapai angka 6%. Hal ini sangat didukung oleh adanya tambahan kesempatan kerja yang memberi arti tambahnya daya beli masyarakat, disamping laju inflasi yang relatif terkendali, menjadikan kemungkinan pendapatan riil masyarakat. Menurunnya harga beras sebagai kebutuhan pokok masyarakat juga mendukung terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, apalagi upah riil buruh tani yang meningkat akan memberikan peningkatan upah yang berarti juga meningkatnya daya beli masyarakat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

- a. Tanah dan Kekayaan alam. Tanah dan kekayaan alam suatu negara meliputi luas tanah, kesuburan tanah, kondisi iklim, dan cuaca, kekayaan hasil hutan, dan kekayaan barang tambang.
- b. Kuantitas dan kualitas penduduk dan tenaga kerja. Pertambahan penduduk dari waktu ke waktu dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi. Pertambahan penduduk akan meningkatkan jumlah angkatan kerja yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan produksi. Dengan pendidikan dan pelatihan yang memadai, akan dihasilkan sumber daya manusia yang terlatih dan terampil sehingga mampu menjadi pionir dalam pembangunan.

2. Pertumbuhan Ekonomi Dan Kenaikan Produktivitas

Gambaran pertumbuhan ekonomi dan kenaikan produktivitas pada negara-negara miskin yang berpenduduk padat dan banyak adalah kehidupannya ada pada taraf batas hidup dan mengalami kesulitan untuk menaikkan

pertumbuhan ekonomi. Sedangkan negara maju umumnya dapat menikmati taraf hidup tinggi dan terus bertambah. Pertambahan penduduk dapat berarti adanya pertambahan tenaga kerja serta berlakunya hukum Pertambahan Hasil yang Berkurang yang mengakibatkan adanya kenaikan output semakin kecil, terjadi penurunan produk rata-rata serta penurunan taraf hidup. Tetapi sebaliknya bila kenaikan jumlah barang-barang kapital, kemajuan teknologi, serta kenaikan kualitas dan keterampilan tenaga kerja cenderung mengimbangi berlakunya hukum Pertambahan Hasil yang Berkurang. Rendahnya pendapatan pada negara yang sedang berkembang adalah berlakunya hukum penambahan hasil yang semakin berkurang akibat pertambahan penduduk yang sangat cepat, padahal tidak ada kemampuan yang mendorong pertumbuhan ekonomi berupa pertambahan kuantitas dan kualitas sumber alam, kapital, dan kemajuan teknologi.

Ciri-ciri negara sedang berkembang umumnya adalah : tingkat pendapatan perkapita per tahun rendah, jumlah penduduk banyak dan padat (perkilo meter persegi), tingkat pendidikan masyarakat yang masih rendah,

sebagian rakyat bekerja di sektor pertanian pangan secara tidak produktif, sebagian kecil rakyat bekerja disektor industri dengan kualitas yang rendah, sehingga berdampak pada produktivitas kerja yang juga rendah, kuantitas sumber-sumber alam sedikit serta kualitasnya rendah. Kalau pun memiliki sumber-sumber alam yang memadai umumnya belum diolah atau belum dimanfaatkan dan mesin-mesin produksi serta barang-barang kapital yang dimiliki dan digunakan masih dalam jumlah kecil.

Transisi kependudukan dapat digunakan untuk menunjukkan kenaikan taraf hidup warga masyarakat di suatu negara yang dapat dilihat dari besarnya tabungan dan akumulasi kapital serta laju pertumbuhan penduduknya. Laju pertumbuhan yang sangat cepat di banyak negara sedang berkembang disebabkan oleh fase atau tahap transisi demografi yang dialami, negara-negara sedang berkembang mengalami fase transisi demografi di mana angka kelahiran masih tinggi sementara angka kematian telah menurun. Kedua hal ini disebabkan karena kemajuan pelayanan kesehatan yang menurunkan angka kematian balita dan rendahnya angka tahun harapan hidup. Ini terjadi pada

fase kedua dan ketiga dalam proses kependudukan.

B. PERMASALAHAN

Permasalahannya adalah kondisi dan fasilitas infrastruktur yang kurang menunjang di daerah perdesaan akan menyulitkan masyarakat itu sendiri untuk maju dan berkembang dalam suatu pertumbuhan ekonomi. Perbedaan kondisi dan fasilitas infrastruktur antar daerah akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Karena itu, diharapkan kemajuan dalam pertumbuhan ekonomi daerah perdesaan akan dapat dipercepat dengan pengembangan telekomunikasi perdesaan. Efek pertumbuhan ekonomi yang diharapkan adalah perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat yang semakin baik.

C. TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberi gambaran efek pertumbuhan ekonomi yang dapat dirasakan dan dinikmati masyarakat desa atas perkembangan akses dengan adanya pembangunan telekomunikasi di desanya.

D. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup penulisan ini meliputi peraturan perundangan yang terkait dengan telekomunikasi,

pembangunan telekomunikasi perdesaan USO, tingkat pertumbuhan ekonomi dan kesiapan SDM serta kendala lainnya yang dihadapi.

E. PERSIAPAN PENGEMBANGAN TELEKOMUNIKASI PERDESAAN

Multipurpose Community Telecenters. MCT (*Multipurpose Community Telecenters*) merupakan tempat dimana masyarakat bisa memperoleh dukungan teknologi komunikasi dan informasi (*ICT-Information and Communication Technology*) untuk mengakses berbagai layanan secara aman. MCT ini diharapkan akan dapat melayani berbagai kebutuhan masyarakat, antara lain: e-government (e-public service, layanan publik), e-learning (distance/open learning - layanan pendidikan), e-commerce (SME-center), untuk jaringan bisnis UKM), dan lain sebagainya.

Secara geografis, Indonesia terbentang luas dengan ribuan pulau dan memiliki komoditas yang bermacam-macam. Secara potensial banyak potensi unggulan yang dimiliki masing-masing daerah di pelosok daerah Indonesia dan dengan tingkat keunggulan yang berbeda-beda, baik skala, jenis maupun nilai ekonomisnya. Berbagai kekayaan alam dan keunggulan yang dimiliki, pada saat yang berbeda, mendorong pentingnya untuk mengoptimalkan potensi itu menjadi suatu skala

ekonomis yang sangat besar, sehingga bukan saja menjadi differensiasi melainkan menjadi nilai unggul persaingan di mancanegara.

Pengembangan MCT, muncul dengan harapan agar aktivitas-aktivitas yang berupa simpul-simpul kegiatan ekonomi masyarakat (UKM-usaha kecil dan menengah) yang tersebar itu bisa disambungkan, sehingga membentuk suatu jalinan industri yang bernilai tambah mulai dari bahan mentah, bahan setengah jadi, bahan jadi dan seterusnya produk jadi yang bisa diekspor. Berbagai kegiatan yang membentuk jalinan rantai nilai (value added chain network) sebaiknya terjadi di dalam negeri, sehingga jalinan nilai tambah itu terjadi dengan jaringan ekonomi yang dibantu oleh penerapan teknologi informasi (TI). Jalinan keterhubungan ini biasa juga disebut sebagai Ekonomi Jaringan Domestik atau "Domestic Marketplace". Disamping untuk peningkatan nilai ekonomis, MCT juga menjadi pusat interaktivitas masyarakat dalam suatu komunitas tertentu, khususnya sebagai upaya menjembatani kesenjangan digital (digital divide) yang terjadi. Semakin banyak MCT terbangun, maka akan semakin banyak anggota masyarakat yang akan terlibat dan terkait dengan aktivitas dan interaktivitas kegiatan yang dikembangkan di masing-masing MCT ini.

1. Infrastruktur Penunjang Telekomunikasi Perdesaan

Berlangsungnya proses konvergensi yang sangat cepat antara telekomunikasi, teknologi informasi (TI), dan penyiaran (broadcasting), telah memacu kompetisi yang semakin ketat dan terbuka di sektor telekomunikasi itu sendiri. Kondisi tersebut tidak bisa lagi dihindarkan, baik oleh operator incumbent ataupun pendatang baru. Konvergensi pun telah mengarahkan terjadinya perubahan pada pola bisnis, tingkat kompetisi, dan penyiapan regulasi. Operator pada akhirnya akan lebih memperhatikan mutu dan jenis layanan sebagai faktor penentu keberhasilan layanan jasanya. Dalam hal ini, konvergensi telah memberikan tantangan yang tidak mudah bagi pemerintah dalam mengatur bisnis telekomunikasi.

Sejak diberlakukannya UU No 36/1999 tentang Telekomunikasi, berbagai kemajuan telah dicapai dan hasilnya telah dirasakan langsung pengguna jasa. Sektor telekomunikasi, khususnya telekomunikasi seluler, merupakan satu-satunya sektor jasa yang mampu memberikan pelayanan dengan harga yang makin terjangkau masyarakat.

Meskipun krisis ekonomi finansial

yang terjadi dampaknya sudah terasa di dalam negeri, namun sektor telekomunikasi masih mampu bertahan untuk memberikan pelayanan terbaik dengan tarif yang kompetitif.

Peluang usaha bagi investor asing telah terbuka, khususnya dalam bentuk kepemilikan operator seluler. Dalam perkembangan telekomunikasi di Indonesia saat ini, ada beberapa persoalan yang masih membutuhkan penyelesaian menyeluruh seperti kesenjangan digital antar daerah, kejelasan tentang menara telekomunikasi bersama, tertundanya pelaksanaan USO Telekomunikasi, dan ketidaksinkronan regulasi dengan pemerintah daerah.

2. Kinerja Sektor Telekomunikasi

Pertumbuhan sektor telekomunikasi di Indonesia setelah dikeluarkannya UU 36/1999 tentang Telekomunikasi tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan jaringan bergerak nirkabel (wireless). Jumlah pengguna telepon nirkabel di Indonesia pada tahun 2004 baru mencapai 32 juta. Angka ini kemudian tumbuh menjadi 130 juta pada Juli 2008. Laju pertumbuhannya sebesar 52 pengguna/menit. Tetapi untuk sambungan telepon tetap (PSTN)

justru berkurang sejak tahun 2005. Diperkirakan hingga akhir 2008 jumlah total sambungan telepon di Indonesia hanya mencapai 150 juta satuan sambungan. Pengaruh perkembangan ekonomi yang ditandai dengan liberalisasi perdagangan jasa telah memberi pengaruh kuat pada perkembangan telekomunikasi di Indonesia. Berdasar UU Nomor 36 tahun 1999, telah ditindaklanjuti dengan pasar telekomunikasi yang sebelumnya monopolistik dan kini diarahkan pada transformasi menuju pasar bebas yang berbasis kompetisi. Saat ini terdapat sebelas operator layanan telekomunikasi, sepuluh di antaranya bergerak dalam pasar layanan telekomunikasi nirkabel. Selanjutnya dengan besaran tarif interkoneksi yang diturunkan oleh pemerintah pada tahun 2007, tiga operator seluler terbesar pun menurunkan tarifnya sebesar 44%-70% dan penurunan tariff ini telah berdampak pada adanya kenaikan volume percakapan rata-rata pelanggan sebanyak 35%-280%. Sangat disayangkan, bahwa tingginya okupasi jaringan yang didorong oleh perang tarif telekomunikasi di lapangan telah berpengaruh terhadap turunnya mutu layanan (service level) karena keterbatasan kapasitas jaringan. Bentuk penurunan mutu layanan umumnya adalah tingkat

successful call ratio (SCR) yang rendah, tingginya delay untuk melakukan panggilan, dropped call di tengah pembicaraan, sinyal yang tiba-tiba melemah, hingga kualitas sambungan yang kurang bagus.

Perlunya peningkatan kebutuhan akan ketersediaan jaringan, pertumbuhan konten (aplikasi) yang membutuhkan koneksi jaringan yang lebih stabil, dan kebutuhan investasi dalam menghadapi era konvergensi merupakan faktor pendorong bagi operator untuk menaikkan kapasitas jaringan, dengan harapan bahwa pada era transisi, layanan data diprediksi akan tumbuh dengan lebih pesat dibanding layanan suara.

Pertumbuhan konten multimedia masa depan juga akan menimbulkan pergeseran makna digital divide. Kesenjangan digital antara daerah maju, berkembang, dan terbelakang, serta antar daerah perkotaan dan pedesaan, perlahan-lahan akan mengecil pada layanan teleponi dan internet. Namun kesenjangan menjadi semakin nyata pada layanan broadband. Dengan kata lain, fokus layanan dan kesenjangan digital yang saat ini berada seputar kuantitas, cakupan, dan akses akan bergeser menjadi kesenjangan dalam hal

kualitas dan kapasitas. Dengan demikian menjadi tantangan pula untuk meningkatkan kerjasama antara penyedia konten (content provider) dengan operator. Di dalam membangun fasilitas eksisting telekomunikasi untuk meningkatkan produktivitas, perlu adanya pola kerjasama (pembagian hasil) yang baik antara operator dengan penyedia konten.

Tahun 2009 sebagai tahun Industri Kreatif Indonesia telah menambahkan tantangan dalam pengelolaan industri telekomunikasi nasional karena industri kreatif merupakan aplikasi telematika yang sangat mengandalkan ketersediaan infrastruktur. Perkembangan yang terjadi saat ini bahwa sudah semakin banyak pelaku industri teknologi informasi yang memperoleh berbagai pekerjaan lepas dari beberapa industri besar di luar negeri. Menyatukan potensi bidang aplikasi ini serta merangkul para IT profesional juga menjadi tantangan yang tidak mudah bagi pemerintah dan pengusaha. Fasilitas telekomunikasi yang tersedia saat ini diharapkan terpelihara agar dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan nasional.

Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi pada tahun 2009

memprogramkan seluruh desa di pelosok daerah di Indonesia akan dijangkau sarana dan prasarana komunikasi. Program ini sudah dilakukan agar seluruh desa-desa di pelosok tanah air dapat memiliki sarana dan prasarana komunikasi. Pemerintah sangat memperhatikan sarana dan prasarana telekomunikasi di daerah terpencil, terisolasi, dan juga daerah perbatasan melalui program membangun desa-desa di seluruh pelosok tanah air. Diharapkan pemerintah daerah bisa membantu dan kerja sama dengan para operator telekomunikasi yang membuka jaringannya di daerah pedalaman.

Kekuatan yang dimiliki masyarakat pedesaan, pada perkembangan krisis global ternyata diperkirakan bahwa tidak hanya berdampak pada krisis sektor pasar modal, tetapi juga pada Ekonomi Pedesaan Berpotensi terkena Dampak Krisis Ekonomi Global (Dr Rimawan Pradipto dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis-FEB, UGM) disampaikan dalam "Diskusi Krisis Finansial Dunia dan Dampaknya pada Perekonomian Pedesaan". Tetapi dampak krisis pada ekonomi pedesaan sangat bergantung pada jenis barang impor (import content) yang dikonsumsi masyarakat

perdesaan. Semakin tinggi barang impor yang dikonsumsi oleh masyarakat perdesaan maka akan semakin besar dampak krisis perekonomian tersebut. Dampak krisis ekonomi global ini tidak mampu diatasi dalam jangka waktu pendek, bahkan ke depan disinyalir berdampak pada krisis ekonomi perdesaan akibat dampak penurunan nilai rupiah yang diikuti dengan peningkatan harga domestik. Hal ini disebabkan harga barang impor akan cenderung naik sementara harga barang ekspor cenderung kompetitif. Umumnya terdapat tenggat waktu antara penurunan nilai rupiah dan peningkatan harga domestik. Jika nilai rupiah tidak meningkat dalam periode satu sampai tiga bulan maka dampak krisis akan berpengaruh pada harga domestik. Bila peningkatan harga domestik yang disebabkan besarnya konsumsi barang impor oleh masyarakat perdesaan cukup tinggi apalagi bahwa barang impor tersebut termasuk barang konsumsi sehari-hari, ini sangat dipengaruhi kemampuan penetrasi ekspor produk Indonesia masih sangat rendah. Kecenderungan yang terjadi adalah fluktuasi penurunan nilai rupiah akibat para investor asing cenderung menjual saham di pasar-pasar luar negeri untuk meminimasi kerugian dan

permintaan terhadap valuta asing di Indonesia yang menunjukkan kecenderungan yang makin meningkat.

Depkominfo telah menetapkan sasaran prioritas pembangunan di bidang Kominfo, yakni :

- a. Perluasan dan pemerataan aksesibilitas masyarakat atas informasi dan komunikasi, terutama pelaksanaan sasaran prioritas khususnya untuk program-program yang akan diimplementasikan di daerah perbatasan dan terpencil;
- b. Perangkat hukum yang kondusif bagi akses dan pemanfaatan informasi, diseminasi informasi publik yang terbuka dan penguatan kemitraan;
- c. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang profesional selaras dengan tuntutan ke depan.

3. Krisis Global

Krisis global yang terjadi sekarang ini adalah mengenai sasaran ekonomi di perkotaan maupun di perdesaan sekaligus. Dampak krisis global telah menyebabkan turunnya harga komoditas pertanian dan penurunan harga paling tajam yang harus ditanggung petani. Eksportir dan

perusahaan ini juga selalu menekan kerugian dengan cara membebankannya kepada petani yang lemah dalam daya tawar. Hal demikian semakin memperburuk kondisi pendapatan sekaligus menurunkan nilai tukar petani. Masalah yang dihadapi dunia usaha saat ini adalah adanya kemerosotan permintaan karena rendahnya daya beli sehingga berpengaruh pada harga yang terpaksa mengalami penurunan dan yang lebih buruk lagi kondisi perusahaan yang merugi sehingga berpeluang memunculkan PHK. Karena itu semua, maka stimulus untuk daerah perdesaan perlu ditingkatkan untuk dapat memberi perlindungan dan kekuatan bagi pertumbuhan ekonomi di perdesaan. Karena itu pula telah diberikan rincian program prioritas untuk pengembangan ekonomi kerakyatan, antara lain :

- a. Program Pemberdayaan Usaha Kecil Perdesaan dengan kegiatan berupa penyediaan kredit tanpa bunga.
- b. Pembangunan pertanian dalam arti luas dalam rangka meningkatkan ketersediaan pangan dan meningkatkan pendapatan petani, nelayan dan peternak
- c. Pengembangan dan pember-

dayaan koperasi serta pengusaha mikro kecil dan menengah melalui pembinaan pengusaha kecil, pengembangan industri kecil dan pembangunan prasarana dan sarana ekonomi desa.

- d. Pengembangan potensi dan pemanfaatan teknologi tepat guna dalam rangka menunjang industri kecil perdesaan.

F. LANDASAN TEORI

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Sumber Daya Manusia memegang peranan penting dalam proses pembangunan. Semakin tinggi kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) maka semakin mendorong kemajuan suatu negara atau daerah. Saat ini, peranan SDM lebih menonjol dibandingkan dengan modal fisik dalam proses pembangunan ekonomi. Dalam pendekatan manajemen, aspek penting dari manajerialisme di sector public adalah manajemen manusia. Metode utamanya adalah menentukan dan mencapai tujuan. Penting dalam manajemen ini untuk memahami bagaimana orang dalam organisasi dan pelayanan public dalam menghadapi dan merespon tujuan organisasi. Ada dua teknik dalam meningkatkan aspek manusia

dalam implementasi, meliputi penilaian kinerja dan manajemen berdasarkan tujuan (Management by obyektive-MBO), yang uraiannya adalah :

- a. Penilaian kinerja adalah metode untuk menilai kinerja setiap individu berdasarkan tujuan organisasi dan konteks perkembangan potensi individu tersebut;
- b. Manajemen berdasarkan tujuan adalah teknik di mana tujuan disepakati oleh pihak manajer maupun pihak yang dimanajeri sehingga tercapai tujuan yang jelas dan didefinisikan dengan baik (Drucker, 1954). Tujuan MBO sendiri adalah untuk memfasilitasi integrasi tujuan individu dengan tujuan organisasi.

Mengulas prioritas utama dalam pengembangan SDM, perhatian terhadap pengembangan SDM tidak hanya diarahkan pada pendidikan dan pelatihan, tetapi juga diarahkan untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja tingkat bawah dan menengah. Program untuk peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia wilayah perdesaan diarahkan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat di segala aspek kehidupan khususnya di perdesaan, meningkatkan

kecerdasan bangsa, memberi perluasan lapangan kerja dan kesempatan kerja, pembangunan infrastruktur yang diharapkan dapat mendukung kegiatan ekonomi produktif, pelayanan sosial, kegiatan sosial kemasyarakatan dan meningkatkan aksesibilitas untuk menciptakan keterkaitan antar wilayah.

Di dalam perkembangannya, teknik pelaksanaan kebijakan menunjukkan arah pandang manajerialis yang memperhatikan efisiensi dan efektivitas. Perubahan perkembangan yang tidak murni publik atau administratif ini membutuhkan proses kebijakan yang lebih terdesentralisasi dan digerakkan oleh pasar, yang menunjukkan adanya pergeseran dan hierarki ke partisipasi dan teamwork untuk mengelola masyarakat yang lebih kompleks (Osborne dan Gaebler, 1993). Teknik ini akan meningkatkan kapasitas pemerintah untuk menjaga kontrol termasuk legitimasi, berkaitan dengan kondisi ekonomi, social dan politik yang semakin rumit dengan kondisi keuangan yang semakin terbatas. Desentralisasi yang diuraikan di atas dimaksudkan bahwa secara esensial dapat dilihat sebagai usaha untuk memasukkan control ke dalam system penyampaian

atau pelaksanaan yang lebih built in dan mengatur diri sendiri (Kickert, 1993).

Lipton dan Vyas (1981) mengajukan konsep 'urban bias' yang menjelaskan mengapa terjadi kemiskinan di negara sedang berkembang. Menurut Lipton terdapat antagonisme antara penduduk perdesaan dan perkotaan, yang pertama ditandai dengan kemiskinan. Karenanya, jika pembangunan hanya diarahkan ke perkotaan akan mengakibatkan semakin memburuknya kehidupan penduduk miskin di perdesaan. Untuk mengatasi kecenderungan yang negatif seperti itu, Lipton berpendapat bahwa negara sedang berkembang seharusnya mengarahkan kegiatan investasinya ke sumberdaya utama yang dimiliki - yakni pertanian yang padat karya (labour intensive). Dalam rangka dukungannya untuk mengurangi bias perkotaan, Lipton dan Vyas berpendapat bahwa sektor perdesaan adalah "pengguna investasi terbatas" yang lebih responsif dari pada sektor perkotaan. Gagasan Lipton telah mendapat banyak kritik tetapi juga dukungan di kalangan pemerhati masalah ekonomi pembangunan. Pertumbuhan ekonomi dapat dipercepat dengan dukungan investasi yang

diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan suatu wilayah/daerah. Demikian juga untuk daerah perdesaan, maka untuk membangun masyarakat perdesaan diperlukan diantaranya dukungan infrastruktur telekomunikasi yang akan memberi perkembangan pesat ekonomi di perdesaan sekaligus membentuk tingginya tingkat pertumbuhan ekonomi.

Analisis Harrod dan Domar mengenai pertumbuhan yang mantap (steady growth). Harrod dan Domar menitikberatkan bahwa akumulasi investasi mempunyai peran ganda, yaitu menimbulkan pendapatan dan menaikkan kapasitas produksi dengan cara memperbesar jumlah capital (capital stock). Dicontohkan adanya keseimbangan pendapatan pada tingkat full employment income, maka untuk memelihara keseimbangan diperlukan investasi agar tidak mengganggu keseimbangan tersebut. Apabila hasrat menabung marjinal (marginal propensity to save) telah tertentu, maka kapital yang tersedia juga semakin banyak. Dengan demikian, semakin besar tabungan, semakin besar pula investasi. Jadi bila kondisi pengerjaan penuh (full employment) maka jumlah investasi harus bertambah dan membutuhkan

kenaikan yang terus menerus dalam pendapatan nasional riil. Bila pendapatan riil tidak berkembang, dalam kondisi tetap, maka bila ada investasi yang berarti ada pembentukan modal yang akan meningkatkan kapasitas produksi, maka pembentukan alat capital baru tersebut akan berakibat: capital yang baru tetap belum dapat digunakan, bila digunakan juga tidak dapat memberikan hasil, karena pendapatan tetap, atau capital baru dapat digunakan dengan pengorbanan dari alat capital yang ada sebelumnya, atau capital yang baru menggantikan tenaga kerja. Jadi pembentukan capital bila tidak dibarengi dengan kenaikan pendapatan yang sudah ada, maka akan mengakibatkan capital dan tenaga kerja menganggur. Jadi teori pertumbuhan ialah menemukan keadaan-keadaan yang dibutuhkan untuk mempertahankan full employment dalam jangka waktu lama, yaitu tingkat pertumbuhan pendapatan yang dibutuhkan untuk memelihara pendapatan pada tingkat full employment income.

2. Teori Evsey D. Domar

Evsey D. Domar menilik bahwa investasi dapat menaikkan kapasitas produksi dan juga

menaikkan pendapatan, maka tingkat kenaikan investasi perlu dipertahankan agar supaya kenaikan pendapatan sama dengan kenaikan kapasitas produksi, sehingga pengerjaan penuh dapat dilakukan untuk terus dipertahankan. Asumsi yang disampaikan untuk teori ini antara lain : bahwa perekonomian sudah ada dalam tingkat pengerjaan penuh (full employment income), tidak ada pemerintah dan perdagangan luar negeri, tidak ada keterlambatan penyesuaian (log of adjustment), hasrat menabung marginal (marginal propensity to save) dan hasrat menabung rata-rata (average propensity to save) sama, serta marginal propensity to save dan capital coefficient (perbandingan antara capital dan output) adalah tetap.

Pertumbuhan ekonomi sebagai harapan untuk meningkatkan kondisi perekonomian yang lebih baik, merupakan masalah perekonomian dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi sebagai fenomena penting oleh Simon Kuznets, dinyatakan bahwa proses pertumbuhan ekonomi itu sebagai Modern Economic Growth. Dunia telah mengalami perkembangan pembangunan yang sangat nyata dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya. Sampai abad ke-18,

sebagian besar masyarakat di dunia masih hidup pada tingkat subsistem, dan mata pencaharian utamanya adalah dari melaksanakan kegiatan di sektor pertanian, perikanan atau berburu. (Sadono Sukirno, 1998, : 413). Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai suatu proses pertumbuhan output perkapita dalam jangka panjang, yang dalam jangka panjang, kesejahteraan tercermin pada peningkatan output perkapita yang sekaligus memberikan banyak alternatif dalam mengkonsumsi barang dan jasa, serta diikuti oleh daya beli masyarakat yang semakin meningkat. (Boediono, 1993 : 1-2). Pertumbuhan ekonomi juga bersangkutan paut dengan proses peningkatan produksi barang dan jasa dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Dapat dikatakan, bahwa pertumbuhan menyangkut perkembangan yang berdimensi tunggal dan diukur dengan meningkatnya hasil produksi dan pendapatan. Dalam hal ini berarti terdapatnya kenaikan dalam pendapatan nasional yang ditunjukkan oleh besarnya nilai Produk Domestik Bruto (PDB). Pembangunan nasional di Indonesia mengusahakan tercapainya pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, yang pada akhirnya memungkinkan terwujudnya peningkatan taraf hidup dan

kesejahteraan seluruh rakyat.

3. Teori pertumbuhan ekonomi klasik

Menurut para ahli ekonomi klasik seperti Adam Smith dan David Ricardo, ada empat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, yaitu sebagai berikut : Jumlah penduduk, Persediaan barang modal, Luas tanah dan kekayaan alam serta Penerapan teknologi.

Gambaran atas teori pertumbuhan ekonomi klasik tersebut adalah :

1. Pertumbuhan ekonomi tergelong tinggi saat jumlah penduduk masih sedikit, persediaan barang modal cukup banyak, dan tersedianya lahan tanah yang masih luas.
 2. Pertumbuhan ekonomi tergelong tidak berkembang (stationary state) saat produktivitas penduduk menurun karena berkurangnya kapasitas produksi sehingga kemakmuran masyarakat dan frekuensi kegiatan ekonomi pun ikut menurun.
- ### 4. Teori pertumbuhan ekonomi Schumpeter

Menurut Schumpeter, pengusaha yang potensial akan terus - menerus melakukan inovasi

untuk mendapatkan hal-hal atau penemuan baru yang berguna bagi usahanya dan dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh. Sedangkan bentuk inovasi - inovasi yang dilakukan oleh pengusaha antara lain mencari lokasi pasar yang baru, meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi, dan mencari sumber bahan mentah. Untuk menjalankan inovasi yang telah ditemukan tentu membutuhkan modal. Pengusaha akan meminjam modal tersebut untuk keperluan investasi usahanya. Ada dua jenis investasi yang timbul, yaitu investasi otonom yaitu investasi yang timbul akibat adanya kebutuhan modal untuk keperluan inovasi dan investasi terpengaruh yaitu investasi yang timbul akibat kenaikan pendapatan nasional yang mendorong terciptanya investasi baru.

5. Teori pertumbuhan ekonomi neo klasik

Beberapa teori pertumbuhan ekonomi dari aliran neoklasik diungkapkan oleh Harrod-Domar, Abramovitz dan Solow.

Teori pertumbuhan ekonomi Harrod-Domar menunjukkan ada empat asumsi yang digunakan dalam menganalisis faktor - faktor pendukung pertumbuhan

ekonomi, yaitu sebagai berikut.

- (a) Barang modal telah digunakan secara penuh.
- (b) Besarnya tabungan proporsional dengan fluktuasi pendapatan nasional.
- (c) Perbandingan antara modal dan hasil produksi (capital output ratio) adalah tetap.
- (d) Perekonomian hanya terdiri dari dua sektor (perekonomian tertutup).

Teori pertumbuhan ekonomi Solow (Abramovitz dan Solow), berdasarkan teori ini ada 3 faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, yaitu: pertumbuhan modal, Pertumbuhan penduduk, dan Pertumbuhan teknologi.

Teori pertumbuhan ekonomi Rostow, pertumbuhan ekonomi terdiri atas tahapan perekonomian tradisional, transisi, lepas landas, dan perekonomian menuju kedewasaan.

Perekonomian Tradisional (The Traditional Society) memiliki ciri-ciri :Teknologi yang digunakan dalam kegiatan produksi masih sederhana, produksi yang dihasilkan dalam kualitas dan kuantitas rendah sehingga hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sendiri, kegiatan proses

produksi dilakukan secara tradisional.

Perekonomian transisi (*The Precondition for Take Off*), memiliki ciri-ciri perekonomian yang telah mencapai tahap transisi ini adalah timbulnya pemikiran mengenai pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan, terjadinya perubahan nilai-nilai dan struktur kelembagaan yang berlaku di dalam masyarakat dan perekonomian mulai menciptakan kerangka ekonomi yang kokoh untuk mencapai tingkat perekonomian yang lebih maju.

Perekonomian Lepas Landas (*The Take Off*), memiliki ciri-ciri suatu perekonomian pada kondisi yang menunjukkan kegiatan ekonomi dapat berlangsung secara terus-menerus dengan hasil yang memuaskan, adanya pertumbuhan nilai investasi yang cukup produktif mendukung produksi yang berkembang dengan peningkatan sekitar sepuluh persen dari nilai produk nasional neto, terciptanya kondisi yang dapat membuat semua lembaga dapat berfungsi sesuai dengan harapan masyarakat dan terciptanya kestabilan di bidang politik dan sosial.

Perekonomian Menuju Kedewasaan (*The Drive to Maturity*), menggambarkan kemajuan

yang digambarkan melalui ciri-ciri suatu perekonomian yang terindikasi dengan kualitas tenaga kerja yang terlibat pada proses produksi bersifat profesional, semakin berkurangnya peranan dari sektor pertanian, terjadinya perubahan di dalam struktur organisasi perusahaan, pada lingkungan masyarakat sudah mulai menunjukkan kesadaran untuk memelihara dan melestarikan lingkungan, serta transparansi dari perekonomian dengan tingkat konsumsi yang tinggi (*The Age of High Mass Consumption*). Umumnya pada pencapaian perekonomian pada tahap ini memiliki ciri-ciri sektor industri yang telah berjalan dengan baik sehingga langka dari kendala pada kegiatan produksi, merealisasikan bahwa tujuan utama konsumsi untuk masyarakat adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan, sehingga masyarakat lebih cenderung bergeser untuk memenuhi kebutuhan tersier dari pada bidang kebutuhan primer dan sekunder serta timbulnya usaha-usaha untuk menciptakan kesejahteraan yang merata, seperti diantaranya adalah dengan menerapkan pajak progresif yang bertujuan untuk mentransfer pendapatan dari penduduk kaya ke penduduk miskin, sebagai upaya meningkatkan

kesejahteraan dan pemerataan pembangunan.

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang menghadapi masalah dan hambatan pembangunan ekonomi seperti hal-hal pertanian tradisional, taraf hidup masyarakat yang masih rendah, tingkat produktivitas yang rendah karena belum di dukung SDM yang professional, kekurangan modal dan tenaga ahli karena sulit mendapatkan dana investasi, disamping angka laju pertumbuhan penduduk yang tinggi, masih sulitnya menciptakan kesempatan kerja dan mengatasi pengangguran, serta masih adanya ketergantungan pada sektor pertanian.

6. Pendekatan

Program untuk pembangunan infrastruktur wilayah perdesaan adalah:

- a. Membuka isolasi daerah-daerah yang terisolasi dengan pembangunan jalan-jalan perdesaan.
- b. Pembangunan prasarana perekonomian dan pertanian
- c. Pembangunan prasarana pemerintahan desa/kelurahan

Program pembangunan perdesaan merupakan program yang

menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat sesuai azas dari, oleh dan untuk masyarakat. Untuk pelaksanaan program tersebut dapat dilakukan melalui:

1. Keterpaduan pembangunan desa, dimana kegiatan yang dilaksanakan memiliki sinergi dengan kegiatan pembangunan yang lain.
2. Partisipatif, dalam hal ini masyarakat terlibat secara aktif dalam kegiatan dari proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan sampai pada pemanfaatan.
3. Keberpihakan, berorientasi kegiatan baik dalam proses maupun pemanfaatan hasil kepada seluruh masyarakat desa.
4. Otonomi dan desentralisasi, dimana masyarakat memperoleh kepercayaan dan kesempatan luas dalam kegiatan baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan maupun pemanfaatan hasilnya.

Dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi dalam proses pengembangan telekomunikasi perdesaan, maka diperlukan kebijakan yang berfokus pada problem dalam

mengintegrasikan pengetahuan ke dalam suatu disiplin yang menyeluruh (overarching) untuk menganalisis pelihan public dengan pengambilan keputusan. Oleh karena itu prinsip pengelolaan program pembangunan perdesaan yang diterapkan akan meliputi persyaratan:

- a. *Accountable*, Pengelolaan kegiatan harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat.
- b. *Transparent*, pengelolaan kegiatan harus dilakukan secara terbuka dan diketahui oleh masyarakat.
- c. *Acceptable*, pilihan kegiatan berdasarkan musyawarah sehingga memperoleh dukungan masyarakat.
- d. *Sustainable*, pengelolaan kegiatan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat secara berkelanjutan.

7. Pembangunan masyarakat desa yang sinergi.

Program Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi untuk masyarakat perdesaan adalah memberikan fasilitas untuk perkembangan masyarakat di perdesaan melalui program USO untuk pembangunan

telekomunikasi. Disisi lain untuk percepatan pertumbuhan perekonomian masyarakat perdesaan oleh pemerintah, maka pada tahun 2008 melalui Departemen Pertanian telah diluncurkan suatu skim pembiayaan perdesaan yang disebut Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP). PUAP merupakan bagian dari pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri (PNPM-Mandiri) yang dikelola oleh Menko Kesra melalui bantuan modal usaha dalam menumbuhkembangkan usaha agribisnis sesuai dengan potensi pertanian desa sasaran. Program PNPM Mandiri adalah program pemberdayaan masyarakat dengan sasaran mengurangi kemiskinan, menciptakan kesempatan kerja di wilayah perdesaan dan mengurangi kesenjangan pembangunan ekonomi antara pusat dan daerah. Penetapan lokasi Program PUAP sendiri ditetapkan berdasarkan SK Mentan No.691/Kpts/KU.340/5/2008 di 10.000 desa miskin dan SK Mentan No. 1345/2008 di 1.000 desa miskin di seluruh wilayah Indonesia. Implementasi aktual program ini dilaksanakan di 33 provinsi, 389 wilayah, dan 10.542 desa. Pada 458 desa terkendala tidak dapat direalisasikan program PUAP karena menghadapi

kondisi/masalah administrasi dan geografis. Program PUAP ini memberikan bantuan dana dalam bentuk Bantuan Langsung Masyarakat, yaitu bantuan dana kepada petani/kelompok tani untuk pengembangan usaha agribisnis di perdesaan yang disalurkan melalui Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam bentuk modal usaha. Untuk masing-masing desa terkait diberikan modal usaha untuk membiayai kegiatan yang diusulkan Gapoktan dengan sistem bergulir dalam kelompok (Gapoktan) tersebut dengan dana sebesar sebesar Rp 100 juta. Realisasi transfer bantuan kepada Gapoktan relatif tinggi (sekitar 98 persen atau Rp1,05 triliun) dan diperkirakan mampu mencakup sekitar 1,32 juta rumah tangga petani. Ada 10.000 desa di 33 provinsi di Indonesia akan ditentukan sebagai lokasi program, dan program PUAP juga didukung oleh manajemen system informasi yang dirancang secara khusus untuk mengontrol implementasi program (e-form) yang bisa diakses melalui internet. Prioritas pembangunan telekomunikasi yang dilakukan dengan prioritas di desa yang benar-benar terpencil dan jauh dari perkotaan dan dengan pembangunan fasilitas telekomunikasi di pedesaan

diharapkan akan terbuka sentra komunikasi baru yang sangat mendukung untuk pembangunan wilayah dan pertumbuhan ekonomi perdesaan. Perkembangan dan pembangunan telekomunikasi dan pertanian dalam hal ini diharapkan dapat menghasilkan pembangunan masyarakat desa yang berhasil meningkatkan hasil pertanian, komunikasi yang efektif, yang dalam hal ini memberi peningkatan penghasilan, efisiensi dalam operasional, sehingga hasil akhir dapat mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat di perdesaan.

8. Investasi Telekomunikasi

Kata kunci yang akan dipedomani oleh manajemen operator untuk pembangunan telekomunikasi adalah adanya prioritas. Prioritas dimaksud adalah pemilihan yang tepat lokasi atau wilayah yang dapat diteruskan, dikurangi atau ditunda yang berkaitan dengan investasi untuk penambahan kapasitas jaringan, perluasan jangkauan dan atau inovasi layanan. Pekerjaan dapat diteruskan dengan perhitungan bila dapat memberikan return yang tinggi dan payback period relatif cepat. Bila dalam perhitungan tidak terpenuhi dapat memberikan return yang tinggi dan payback

period relatif cepat, maka untuk investasi akan dipertimbangkan untuk ditunda atau mungkin dibatalkan. Pengaruh krisis ekonomi terhadap operator telekomunikasi juga ditentukan oleh posisi masing - masing operator dalam penguasaan pasar, coverage yang telah dimiliki, kewajiban keuangan (liability) yang sedang ditanggung, serta kemampuan sumber daya. Keberhasilan operator yang telah membangun dan mengoperasikan jaringan serta layanan telekomunikasi di lebih dari 75% wilayah Indonesia serta memiliki customer base di atas 50 juta pengaruhnya tidak akan sebesar yang dialami oleh operator kecil yang baru masuk ke industri telekomunikasi nasional.

G. ANALISIS

Masalah paling menonjol dalam membangun telekomunikasi perdesaan pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan yang ada pada kondisi masyarakat perdesaan itu sendiri. Dalam Pasal 16 UU No. 36/1999 disebutkan bahwa operator di luar jaringan tetap harus memberikan kontribusi USO kepada pemerintah, sementara tugas pembangunannya diserahkan kepada penyelenggara jaringan tetap. Disisi realisasi pertumbuhan ekonomi dalam

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, perubahan tahun 2009 sebesar 6,2 persen. Tahun 2008 walaupun dalam triwulan ketiga dan perkiraan di triwulan keempat mulai melambat, laju pertumbuhan ekonomi masih dapat dipacu hingga ke 6,2 persen. Tetapi angka ini masih lebih rendah dibandingkan asumsi yang dipatok dalam APBN-Perubahan 2008 sebesar 6,4 persen. Harry menambahkan secara umum pencapaian indikator ekonomi makro nasional dalam tahun 2008 masih baik, meskipun dalam beberapa bulan terakhir mendapat tekanan yang cukup berat sebagai dampak krisis keuangan global. Tingkat inflasi-pun masih terkendali di sekitar 11,4 persen. Optimisme ini didukung dengan upaya menjaga kelancaran dan kecukupan pasokan barang dan jasa serta dua kali penurunan harga BBM pada bulan Desember 2008.

Depkominfo telah menetapkan sasaran prioritas pembangunan di bidang Kominfo, yakni :

1. **Perluasan dan pemerataan aksesibilitas masyarakat atas informasi dan komunikasi, terutama pelaksanaan sasaran prioritas khususnya untuk program-program yang akan diimplementasikan di daerah perbatasan dan terpencil.**

Inovasi untuk perluasan dan pemerataan aksesibilitas telah

dilakukan salah satu operator yang menembus daerah pedesaan, industri terpencil dan bahari; wilayah terpencil dan pulau terluar Indonesia yang dulu tidak bisa dilayani sarana telekomunikasi, kini telah merdeka dari keterisolasian. Terbukanya akses komunikasi sangat membantu pihak keamanan, khususnya TNI dalam melakukan penjagaan dan pemantauan, karena wilayah terpencil dan perbatasan negara selama ini disinyalir sering dijadikan akses penyelundupan, trafficking, bahkan kemungkinan bersarangnya perompak dan tempat terjadinya konflik. Dengan adanya layanan di perbatasan akan semakin memperkokoh terpeliharanya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) sebagai negara kepulauan. Perangkat hukum yang kondusif bagi akses dan pemanfaatan informasi, diseminasi informasi publik yang terbuka dan penguatan kemitraan.

2. Perangkat hukum yang kondusif bagi akses dan pemanfaatan informasi, diseminasi informasi publik yang terbuka dan penguatan kemitraan.

Pada Undang Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Bab II dinyatakan

bahwa asas dan tujuan diselenggarakannya telekomunikasi adalah berdasarkan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, kemitraan, etika, dan kepercayaan pada diri sendiri. Disamping itu, pada Pasal 3 dinyatakan bahwa telekomunikasi diselenggarakan dengan tujuan untuk mendukung persatuan dan kesatuan bangsa, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata, mendukung kehidupan ekonomi dan kegiatan pemerintahan, serta meningkatkan hubungan antar bangsa.

Dalam Pasal 4 tentang Pembinaan dinyatakan bahwa

- a. Telekomunikasi dikuasai oleh Negara dan pembinaannya dilakukan oleh Pemerintah.
- b. Pembinaan telekomunikasi diarahkan untuk meningkatkan penyelenggaraan telekomunikasi yang meliputi penetapan kebijakan, pengaturan, pengawasan dan pengendalian.
- c. Dalam penetapan kebijakan, pengaturan, pengawasan dan pengendalian di bidang telekomunikasi, sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan memperhatikan pemikiran dan pandangan yang berkembang

dalam masyarakat serta perkembangan global.

Pada Pasal 5 masih tentang Pembinaan juga dinyatakan pada : ayat (1) dalam rangka pelaksanaan pembinaan telekomunikasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pemerintah melibatkan peran serta masyarakat. Sedangkan ayat (2) dinyatakan bahwa peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1), berupa penyampaian pemikiran dan pandangan yang berkembang dalam masyarakat mengenai arah pengembangan pertelekomunikasian dalam rangka penetapan kebijakan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan di bidang telekomunikasi. Kemudian ayat (3) Pelaksanaan peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (2), diselenggarakan oleh lembaga mandiri yang dibentuk untuk maksud tsb, dan ayat (4) Lembaga sebagaimana dimaksud pada ayat (3) keanggotaannya terdiri dari asosiasi yang bergerak di bidang usaha telekomunikasi, asosiasi profesi telekomunikasi, asosiasi produsen, peralatan telekomunikasi, asosiasi pengguna jaringan, dan jasa telekomunikasi serta masyarakat intelektual di bidang telekomunikasi. dan pada ayat (5) dinyatakan bahwa ketentuan mengenai tata cara peran serta masyarakat dan pembentukan lembaga sebagaimana dimaksud

pada ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah. Penyelenggaraan telekomunikasi yang meliputi penyelenggaraan jaringan telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan penyelenggaraan telekomunikasi khusus. Dalam penyelenggaraan telekomunikasi, diperhatikan hal-hal yang melindungi kepentingan dan keamanan negara, mengantisipasi perkembangan teknologi dan tuntutan global, dilakukan secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan serta peran serta masyarakat. Penyelenggaraan telekomunikasi khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf c, dapat dilakukan oleh perseorangan; instansi pemerintah; badan hukum selain penyelenggara jaringan telekomunikasi dan atau penyelenggara jasa telekomunikasi.

3. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang profesional selaras dengan tuntutan ke depan.

a. Pertumbuhan ekonomi masyarakat perdesaan

Perkembangan perekonomian di perdesaan banyak mengalami kelambatan di banding perkembangan perekonomian di perkotaan yang sangat dipengaruhi infrastruktur yang berbeda. Akses perekonomian

dengan fasilitas komunikasi dan informasi serta infrastruktur lainnya yang cukup lengkap menjadikan perdagangan barang dan jasa dapat berkembang pesat. Sementara perkembangan perekonomian di perdesaan sangat terkendala oleh keterbatasan infrastruktur yang ada, SDM yang masih lemah di bidang teknologi informasi dan belum terbangunnya jaringan telekomunikasi sangat menghambat proses perdagangan barang dan jasa serta kegiatan lainnya baik di bidang swasta maupun pemerintahan di perdesaan. Terbangunnya jaringan telepon yang tersambung hingga ke pelosok desa akan menunjukkan adanya pertumbuhan ekonomi yang akan meningkat, terutama para nelayan, petani, perusahaan perbankan, dan yang lainnya. Adanya peningkatan ekonomi, berarti ada lapangan pekerjaan baru, dan hal ini akan memberikan tingkat pertumbuhan yang lebih maju lagi pada perkembangan perekonomian di perdesaan.

b Pengembangan SDM dan TIK yang seiring melalui program USO

Keterlibatan perdesaan dalam pembangunan telekomunikasi dalam program USO yang

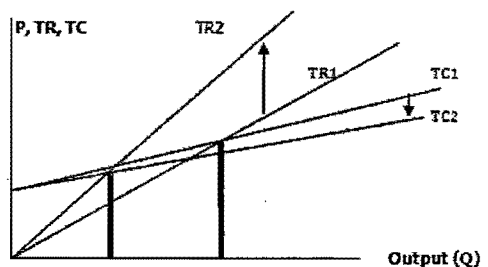
diharapkan terarah pada pemanfaatan telekomunikasi dalam melakukan komunikasi efektif dan internet. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sudah melesat di perkotaan dan dalam upaya menanggulangi tingginya kesenjangan di bidang TIK antara wilayah kota dan desa, maka sangat diharapkan kesiapan pengembangan SDM di wilayah perdesaan untuk dapat berinteraksi meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM perdesaan untuk merambah setiap wilayah perdesaan utamanya pada daerah terpencil dan terisolasi agar dapat memanfaatkan internet untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penyediaan jasa akses telekomunikasi dan informatika perdesaan (*USO/ Universal Service Obligation*) dilakukan dengan melakukan koordinasi dengan sejumlah instansi terkait unsure pengawasan dan penegakan hukum, agar program USO dapat berlangsung dengan lancar dan didasarkan pemikiran akan kemungkinan yang meminimalisasi kemungkinan potensi pelanggaran, penyelewengan dan tindak pidana yang terkait secara langsung atau tidak langsung dengan tindakan korupsi. BTIP (Balai

Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan) terus memantau dan mewaspadai ke-mungkinan adanya potensi pe-nyelewengan. tender USO oleh Tim dari BPKP, dan kegiatan-kegiatan lain yang kesemuanya itu mencerminkan sikap kehati-hatian pemerintah, sehingga terlaksana good governance yang efisien dan efektif dengan tetap menjaga integritas dan independensi masing-masing lembaga pengawas dan penegak hukum.

c. Percepatan pertumbuhan ekonomi

Pergeseran gaya kehidupan konvensional masyarakat perdesaan yang mulai tersentuh program USO, sangat diharapkan dapat memberi pengaruh kuat pada kehidupan masyarakat yang lebih mengenal TIK, berkembang melalui pengembangan TIK, penguatan kelembagaan dan ekonomi masyarakat desa dengan penggunaan teknologi tepat guna dalam pembangunan prasarana dan sarana perdesaan. Tingkat perkembangan pertumbuhan ekonomi dan dampak pada perekonomian wilayah sangat ditentukan oleh potensi pembangunan dan infrastruktur telekomunikasi serta SDM pengelolanya. Pertumbuhan ekonomi di perdesaan umumnya sangat dipengaruhi tingkat produktivitas daerah, pemasaran

hasil-hasil produksi, kekuatan kualitas dan kuantitas SDM serta pengembangan melalui akses perekonomian. Dalam upaya meraih pertumbuhan ekonomi, dalam mengupayakan memaksimalkan laba, penerimaan atau output yang umumnya terkendala sumber daya, serta meminimisasi biaya yang biasanya terkendala kuantitas dan kualitas output. Namun gambaran sederhana akan pembangunan TIK di perdesaan khususnya juga pembangunan telekomunikasi telah memberi dampak pertumbuhan perekonomian di perdesaan karena tingkat efisiensi dengan penekanan terhadap biaya yang dikeluarkan, sehingga memberi tingkat keuntungan (laba) yang lebih besar dan dalam kondisi berkesinambungan dapat menjadikan kemajuan dengan penerimaan yang semakin tinggi yang prosesnya dapat digambarkan sebagai pendapatan (total revenue-TR) yang semakin tinggi dan biaya (total cost) yang semakin rendah.



Grafik 1

Grafik tersebut memberikan gambaran dampak pengembangan telekomunikasi di perdesaan, termasuk pada daerah terisolasi maupun daerah pedalaman, bahwa dengan dikembangkannya akses telekomunikasi dan terbukanya akses internet pada wilayah ini akan memberi kemudahan dalam pemasaran hasil industri dan atau pertanian. Dengan kemudahan tersebut, maka perluasan pasarpun dapat diraih, sehingga akan meningkatkan pendapatan (Total Revenue), menggeser TR1 menjadi TR2, sementara penurunan beban biaya (Total Cost) juga akan menurun dari TC1 menjadi TC2, karena tingkat efisiensi tinggi, termasuk biaya untuk transportasi, pembelian bahan baku, bibit pertanian dan biaya operasional lainnya yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan akses telekomunikasi. Perkembangan yang dapat dihasilkan masyarakat perdesaan ini akan memberi peluang bagi berkembangnya industri dan pertanian sehingga merealisasikan pertumbuhan ekonomi yang baik. Perpotongan TR dan TC merupakan titik impas (break event point- BEP).

Dari uraian dan analisis di atas dan terkait dengan USO dapat dinyatakan bahwa landasan kebijakan rencana tender USO

sudah cukup fundamental. Hal ini didasarkan dengan telah mengacunya program USO pada : UU No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Pasal 16 Ayat 1), PP No. 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi (Pasal 26 Ayat 2 dan Pasal 27 Butir D), PP No. 28 Tahun 2005 tentang PNBPN Di Lingkungan Depkominfo, Peraturan Presiden No. 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004 - 2009, Peraturan Menkominfo No. 5/PER/M.KOMINFO/2/2007 tentang Petunjuk Pelaksanaan Tarif Atas Jenis PNBPN Dari Kontribusi Kewajiban Pelayanan Universal, Peraturan Menkominfo No.11/PER/M. KOMINFO/4/2007 tentang Penyediaan Kewajiban Pelayanan Universal Telekomunikasi, Keputusan Menkominfo No. 145/KEP/M.KOMINFO/4/2007 tentang Penetapan Wilayah Kewajiban Pelayanan Universal, Keputusan Menteri Keuangan No. 1006 Tahun 2006 tentang Pembentukan Badan Layanan Umum Untuk Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan, Pembentukan Tim Terpadu Pelaksanaan Kewajiban Pelayanan Universal Berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan No. KP72 Tahun 2003, Nota Kesepahaman antara Menteri Kominfo, Menteri Dalam Negeri

dan Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal tentang Koordinasi Kewajiban Pelayanan Universal, dan Surat Menteri Keuangan No. S-205/MK.02/2007 tanggal 11 Mei 2007 tentang Izin Multiyears.

H. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari berbagai uraian variable terkait dengan pembangunan telekomunikasi perdesaan maka dapat disampaikan kesimpulan dan saran sebagai berikut.

Kesimpulan

1. Operator telekomunikasi dalam menerapkan strategi pemasaran di daerah perdesaan terkait dengan fasilitas GSM dan CDMA, dengan mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi para operator mengindikasikan tidak melakukan ekspansi ke Fixed Wireless Access-FWA (telepon tetap nirkabel), tetapi lebih mengembangkan layanan telepon nirkabel untuk fokus mengembangkan infrastruktur dalam menjangkau kawasan perdesaan. Pertimbangan para operator mengembangkan pasar layanan bukan ke FWA ini dikarenakan saat ini tarif GSM dan CDMA sama murah nya.
2. Pertumbuhan ekonomi yang dapat memberikan nilai untuk meningkatkan kondisi
3. Pemerintah telah menetapkan target seluruh desa di Indonesia pada tahun 2015 terjangkau sarana telekomunikasi guna menggerakkan roda perekonomian perdesaan. Pembangunan fasilitas telekomunikasi di perdesaan dilakukan pemerintah mulai 2003. Jumlah desa yang sudah dijangkau fasilitas telekomunikasi sudah sekitar 43.000 desa atau

perekonomian yang lebih baik, merupakan masalah perekonomian dalam jangka panjang. Proses pertumbuhan ekonomi itu sebagai pertumbuhan ekonomi modern. Perkembangan pembangunan semakin nyata dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai suatu proses pertumbuhan output perkapita dalam jangka panjang, yang dalam jangka tersebut kesejahteraan dapat dilihat pada peningkatan output perkapita yang sekaligus memberikan banyak alternatif dalam mengkonsumsi barang dan jasa, serta diikuti oleh daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Disamping itu pertumbuhan ekonomi juga bersangkut paut dengan proses peningkatan produksi barang dan jasa dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

sekitar 70% dari jumlah total desa di Indonesia yang menjadi sasaran pembangunan fasilitas telekomunikasi. Perkembangan akses telekomunikasi dan internet di perdesaan, daerah terisolasi, terpencil dan pedalaman dengan memposisikan kemampuan SDM di bidang teknologi informasi, maka akan dapat membuka keterisolasian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, perbaikan pola hidup dan kehidupan serta proses yang mengarah pada perbaikan pertumbuhan ekonomi.

Saran

1. Untuk mempercepat pertumbuhan perekonomian di perdesaan dan dalam upaya mengendalikan atas dampak krisis ekonomi global serta dalam upaya menyeimbangkan pertumbuhan pada wilayah perkotaan dan perdesaan, disamping program USO yang dilaksanakan dengan konsisten, maka perlu peningkatan stimulus berupa belanja langsung untuk wilayah pedesaan yang lebih memenuhi kebutuhan masyarakat desa untuk membangun dan mempercepat pertumbuhan ekonominya di bidang telekomunikasi, meliputi infrastruktur, konten dan manajemennya, termasuk manajemen SDM yaitu kebijakan pengembangan SDM bidang TIK.
2. Perlu penggunaan teknologi tepat guna dalam pembangunan prasarana dan sarana perdesaan agar capaian pembangunan telekomunikasi perdesaan lebih mendukung efisiensi dan efektivitas serta percepatan pembangunan telekomunikasi di daerah dalam upaya mengendalikan
3. Masyarakat perdesaan didorong untuk maju dan berkembang dan mampu menciptakan dan mengoperasikan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai medium pembelajaran agar dapat menambah wawasan bidang TIK dan internet dan proaktif untuk pemanfaatannya ke depan. Sosialisasi perlu dilakukan untuk mengarahkan pada pemerataan kemampuan SDM dalam penguasaan TIK dan internet. Dengan demikian diharapkan para SDM bidang TIK dapat dijadikan sebagai asset pembangunan TIK dan internet di perdesaan;
4. Perlu tindak lanjut sosialisasi dalam upaya mengembangkan TIK dan internet di perdesaan dengan memfokuskan pada pengembangan aplikasi-aplikasi yang dapat menunjang pemanfaatannya bagi SDM di perdesaan sebagai motor kemajuan pendidikan dan

kemajuan perekonomian di perdesaan, sekaligus meningkatkan kompetensi SDM bidang TIK.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyad, Lincoln, 2000 : *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta: BPFE-UGM

Boediono, 1987: *Ekonomi Mikro, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Irawan, Suparmoko, 2002: *Ekonomika Pembangunan*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Lipsey, Richard G. et.all., 1990: *Pengantar Ekonomi Mikro jilid 1 - 2*, edisi berbahasa Indonesia, Penerbit Erlangga

Parsons, Wayne, 2008 : *Public Policy, Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*, Kencana Media Group

Usman, Hardius, Nachrowi, 2006: *Ekonometrika*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

BIODATA

Tatiek Mariyati, Lahir di Madiun, Pendidikan FE-UGM dan Pasca Sarjana UPI-YAI, saat ini Peneliti Madya pada Puslitbang Pos dan Telekomunikasi

PEMBERDAYAAN E-COMMERCE DALAM MENUNJANG PENGEMBANGAN USAHA

Marhum Djauhari

Abstract

The development of science and modern technology will imply changes in human performance, one of the products of telecommunication technology innovation is the internet (network interconnection). Internet applications currently have penetrated various segments of human activity, such as the political sector, social, cultural, economic and business. In the field of trading, internet has started to be used as a medium for business activities because of its contribution to efficiency. It also improve the quality and speed-up the process of exchange of accurate information for business transactions. Trading activity through Internet is called electronic commerce (e-commerce). It is start from the search to order processing, as well as the on-line delivery, either in exchange of goods and services. However, to apply e-commerce for business development we still need re-arrangement both in the field of infrastructure and legal device, so that businessmen that residing in urban and rural are able to access to information and able to provide confidence in the transaction by e-commercedan. At last, it will develop business, thus bringing a significant contribution to economic growth and social order.

Kata-kata Kunci: E-Commerce, Internet, Pengembangan Usaha.

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan paradigma dalam kehidupan masyarakat, berbangsa termasuk dalam dunia usaha, dan akan mengimplikasikan berbagai perubahan dalam kinerja manusia. Pekerjaan yang dulunya dikerjakan secara manual sehingga penyelesaian pekerjaan membutuhkan waktu yang relative lama dengan tingkat akurasi yang rendah, kini dengan berkembangnya

teknologi computer hal tersebut dapat diperbaiki. Dengan bantuan perangkat computer segala pekerjaan yang dilakukan menjadi lebih cepat dengan akurasi yang cukup tinggi pula, sehingga akan terjadi penghematan baik tenaga dan waktu. Dalam dunia usaha waktu dan tenaga merupakan modal bagi keberhasilan peningkatan usaha.

Pembangunan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada hakekatnya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka

membangun peradaban bangsa. Kenyataan menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan penting dalam perkembangan peradaban, terutama perekonomian dunia. Abad 21 bahkan diyakini akan menjadi abad baru yang disebut era informasi-ekonomi (digital economic) dengan ciri khas perdagangan yang memanfaatkan elektronika (electronic commerce). Kondisi ini mengakibatkan adanya pergeseran paradigma strategi pembangunan bangsa dari pembangunan industri menuju ke era informasi.

Teknologi informasi dan komunikasi dengan produk andalannya internet perkembangannya paling pesat dibandingkan dengan teknologi-teknologi lainnya. Perkembangan tersebut sangat menggembirakan karena kemampuannya yang semakin meningkat secara drastis serta diikuti dengan semakin murah mendekati kemampuan daya beli masyarakat. Dengan demikian pemanfaatannya menjadi semakin layak dan semakin jauh merasuki kegiatan manusia dan organisasi, mengubah pola kehidupan dan pola kerja, serta memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, dan mempengaruhi tatanan sosial.

Teknologi informasi dan komunikasi sebagai suatu perpaduan teknologi telah memungkinkan terjadinya internetworking yang menyebabkan

factor jarak menjadi kurang berarti. Informasi dapat mengalir dari suatu tempat ketempat yang lain dengan kecepatan tinggi dan dapat dimanfaatkan untuk konsolidasi, koordinasi, dan kolaborasi yang mampu menghasilkan tindakan-tindakan dengan pertimbangan keuntungan bagi pihak-pihak yang terkait. Melalui internetworking dapat disebarkan berbagai informasi dalam jumlah besar secara gencar untuk melaksanakan berbagai transaksi baik profit maupun non profit. Teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dunia menuju ke era informasi, dimana informasi merupakan salah satu sumber daya paling penting dalam upaya peningkatan kehidupan masyarakat.

Pemberdayaan informasi dan komunikasi tidak akan lepas dari pemanfaatan teknologi secara optimal. Ketersediaan dan kualitas teknologi tidak akan mampu mengubah apapun bila tidak diimbangi dengan kemampuan dan kemauan untuk menggunakannya. Artinya teknologi yang ada dan tersedia sebaik apapun tidak akan membawa manfaat bila tidak ada kemampuan dan kemauan untuk mengoperasikannya sesuai dengan kebutuhan.

Salah satu aplikasi dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang diawali perkembangan teknologi elektronik dengan produk andalan computer adalah e-com-

merce, yakni mekanisme bisnis secara elektronik. Aplikasi ini disediakan bagi dunia bisnis untuk mendekatkan antara produsen dan konsumen yang lokasinya bisa sangat berjauhan bahkan dapat lintas Negara dan benua. Berkat jaringan internet ribuan computer yang tersebar di seantero penjuru dunia terkoneksi dan saling bertukar data dan informasi (transaksi elektronik), permasalahan adalah sejauhmana peluang ini dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha dalam mengembangkan dan meningkatkan usahanya.

Untuk menjawab permasalahan tersebut penulis akan memaparkan mengenai pemberdayaan e-commerce dalam menunjang dan mengembangkan usaha, sehingga dapat diperoleh informasi tentang hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan e-commerce.

B. PERMASALAHAN

Untuk mengetahui sejauhmana memanfaatkan e-commerce dalam menunjang pengembangan usahanya.

C. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud penulisan ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan e-commerce dalam menunjang usaha), serta kendala-kendala yang dihadapi dalam aplikasi e-commerce.

Sedangkan tujuannya adalah sebagai bahan informasi tentang pemanfaatan e-commerce dalam menunjang pengembangan usaha.

D. PENGERTIAN E-COMMERCE

Dalam kamus Praktis internet disebutkan e-commerce adalah kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui perantara halaman web di internet. Kelebihan dari e-commerce dibandingkan dengan perdagangan biasa terletak pada kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan

E-commerce adalah aplikasi perangkat lunak yang didesain khusus untuk melakukan transaksi informasi di antara pihak-pihak yang bersepakat.

E-commerce merupakan hasil penerapan (aplikasi) teknologi informasi, yang memungkinkan terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen melalui internet.

Transaksi informasi melalui media elektronik adalah transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet untuk memberikan layanan (fasilitas) bisnis, jual beli barang, jasa dan informasi antara sejumlah pihak.

Menurut Dian Andriana Definisi e-commerce (elektrik commerce) adalah suatu cara berbelanja atau berdagang secara on-line yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat

website yang dapat menyediakan layanan get and deliver. E-commerce akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan perdagangan.

E. GAMBARAN UMUM E-COMMERCE DAN PERKEMBANGAN INTERNET

1. E-commerce

Selama beberapa waktu dunia bisnis telah berhasil mengatasi persoalan aliran data yang besar dengan mengalihkan pemrosesan dan transaksi usaha mereka pada sistem informasi berbasis computer. Namun bagaimanapun juga, perbedaan dalam sistem informasi yang ada diantara para pelaku usaha seringkali mensyaratkan penterjemahan dari satu sistem kesistem lain secara manual, yang dapat mengurangi kecepatan dan keandalan proses pertukaran informasi, Electronic Data Interchange (EDI) telah muncul sebagai usaha untuk mengatasi masalah ini. EDI telah meningkatkan kualitas kecepatan proses dan pertukaran yang akurat untuk transaksi usaha yang sifatnya rutin dan sederhana di antara dua sistem informasi berbasis komputer. Meskipun EDI telah berkembang lebih dari satu dekade dan telah digunakan di

berbagai industri, EDI ternyata terlalu mahal bagi perusahaan yang berskala kecil atau menengah dan memerlukan kesepakatan ketat tentang struktur dan arti data yang dipertukarkan. Sebagai akibatnya, EDI menjadi tidak luwes dan sulit untuk dipertahankan, terutama dalam lingkungan bisnis yang berubah secara cepat.

Electronic commerce merupakan evolusi alami dari EDI, oleh sifatnya yang lebih luwes dalam ragam informasi yang dipertukarkan diantara dua rekan bisnis yang sedang bertransaksi, mulai dari pencarian sampai dengan pemrosesan order, sampai pada pengiriman secara on-line. Electronic commerce adalah kemampuan untuk membentuk transaksi bisnis yang meliputi pertukaran barang dan jasa di antara dua pelaku bisnis dengan menggunakan peralatan dan teknologi elektronika. E-commerce berbeda cara tradisional terutama dalam cara pertukaran dan pemrosesan informasi. Secara tradisional informasi ini dipertukarkan melalui kontak pribadi, baik melalui telepon atau menggunakan pos. Dalam e-commerce informasi dibawa terutama melalui jaringan komunikasi digital dan sistem komputer, jaringan tersebut bersifat terbuka dan dapat

diakses oleh setiap orang. E-commerce juga mencakup berbagai aktivitas dalam rangka meningkatkan efisiensi proses bisnis, melakukan penelitian atas pasar, identifikasi peluang dan rekanan, mempercepat relasi antara customer dan supplier, pertukaran dokumen, dan design produk bersama. Meskipun namanya adalah electronic commerce, akan tetapi seringkali tidak semuanya harus otomatis. Biasanya transaksi on-line memerlukan beberapa intervensi manusia. Secara umum tujuannya adalah untuk mengintegrasikan e-commerce dalam proses bisnis yang ada, sehingga penanganan sebuah order terselenggara secara teratur dan tanpa putus melalui bagian akunting, bagian pemrosesan order dan bagian inventori, dari manapun transaksi itu berasal, baik melalui pesanan telepon, order secara on-line, maupun dari para pengecer. Integrasi anatara bagian penjualan, sistem yang ada dibelakangnya sistem pengelola informasi sungguh membuka sejumlah tantangan dan peluang baru dalam segi teknik dan prosedur berbisnis.

Pada umumnya e-commerce dapat melibatkan pelaku bisnis yang berbeda, yaitu perusahaan, konsumen dan pemerintah. Berdasarkan kenyataan itu dikenal

katagori e-commerce sebagai berikut :

- a. Business to business (pabrik makanan mengorder dari sebuah perusahaan)
- b. Business to consumer (seseorang konsumen memesan sebuah baju dari sebuah perusahaan)
- c. Business to public administration (sebuah perusahaan ikut serta dalam sebuah tender yang diselenggara secara elektronik oleh pemerintah)
- d. Consumer to consumer (transfer uang secara elektronik antara dua nasabah)
- e. Public administration to public administration (transfer dokumen secara elektronik antar Departemen).

Pembagian seperti itu kiranya dapat dipahami karena setiap katagori memiliki ciri yang berbeda, terutama jika ditinjau dari aspek interoperabilitas yang terkait dengannya. Karena perusahaan-perusahaan yang ingin berinteraksi dengan konsumen atau perusahaan lain melalui pasar on-line yang global memerlukan kerangka kerja yang mencakup aspek teknis, perilaku berbisnis dan hukum. Kerangka kerja itu harus memberi peluang bagi perusahaan-

perusahaan yang berbeda dan tersebar untuk secara fleksibel, efisien, dan aman bertukar informasi dan menggungkannya untuk mengatasi masalah bisnis yang kompleks. Dalam konteks inilah muncul berbagai persoalan substansial yang menantang para peneliti e-commerce menuju kepada pematapan pengembangan e-commerce.

Sekalipun antara dua pelaku bisnis terjadi hubungan e-mail melalui internet secara rutin, itu bukan berarti bahwa e-commerce telah terbentuk dengan sendirinya, sebagai sistem yang terkait erat dengan perilaku berbisnis, e-commerce diwujudkan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan berencana, dengan agenda yang khas, agar e-commerce sungguh menjadi enabling technology dan memberi kontribusi positif kepada perkembangan perekonomian Indonesia. Dalam konteks e-commerce ada tiga masalah utama, yaitu nilai bisnis, interoperabilitas, dan kepercayaan. Ketiga masalah tersebut harus menjadi pusat perhatian dalam melakukan kegiatan e-commerce. Meskipun ketiga masalah tersebut tampaknya berbeda satu sama lainnya, namun sesungguhnya saling berkaitan erat, sebab e-commerce memungkinkan pada

pelaku bisnis membuat transaksi dalam cara baru dan dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa bagian dari proses yang secara tradisional dilakukan sendiri, sekarang dapat diserahkan kepada pihak luar (karena dapat dikerjakan secara elektronik). Dalam situasi seperti itu sistem e-commerce harus memiliki ciri interoperabilitas. Pihak-pihak yang terlibat harus mengerti satu sama lain, hal itu menuntut kepercayaan.

a. Nilai Bisnis

Potensi dari e-commerce adalah daya transformasinya, jika e-commerce diintegrasikan dengan sistem-sistem lain yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, e-commerce memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendefinisikan kembali bagaimana bisnis mau dilaksanakan. Ini berarti bahwa e-commerce dapat mendorong terwujudnya strategi bisnis yang baru, yang juga berarti bahwa e-commerce yang efektif memerlukan perubahan organisasional dalam beberapa bidang kegiatan perusahaan. Seperti, strategi untuk operasi yang lebih efisien dengan biaya yang lebih rendah atau pelayanan yang lebih cepat, dan atau layanan

yang lebih baik atau lebih memuaskan dengan sedikit kesalahan, akan memerlukan design ulang proses bisnis. Karena e-commerce mampu menghasilkan cara baru untuk mengumpulkan informasi tentang konsumen secara sangat efisien, maka ada peluang untuk perusahaan menghasilkan produk yang berorientasi pada kelompok-kelompok tertentu dan mendapatkan komitmen konsumen dan suplier. Kedua, infrastruktur komersial ini mengubah peluang menjadi kenyataan ketika konsumen dan bisnis mengadopsi model transaksi baru yang meningkatkan posisi strategis perusahaan dalam pasar. Pemahaman akan bagaimana e-commerce mengubah transaksi bisnis menjadi kunci untuk memelihara posisi strategis perusahaan. Beberapa contoh akan dijelaskan berikut ini.

Penggunaan e-commerce akan membuat perusahaan mengurangi biaya operasi dan meningkatkan efisiensi. Penghematan diperoleh dari perbaikan di sejumlah bidang, yaitu reduksi pada penanganan dokumen, pengurangan dan atau penggunaan yang lebih baik personel, pengurangan

inventori, dan pengurangan biaya untuk pengiriman. Meskipun penghematan tersebut di atas dapat sangat signifikan, untuk beberapa perusahaan keuntungan dalam penerapan e-commerce berasal dari peningkatan efektivitas operasi internal serta perbaikan dalam kualitas relasi dengan konsumen. Komunikasi melalui internet memungkinkan perusahaan secara radikal mengubah proses pemasaran dan peran perantara. Penerapan e-commerce memerlukan peninjauan kembali operasi perusahaan yang ada.

b. Management Supply Chain

Dalam banyak industri ada kecenderungan untuk konsumen memaksakan pilihan khas mereka. Produk dan jasa harus memenuhi kebutuhan spesifik tiap konsumen, tanpa harus kehilangan economic of scale. Cara tradisional adalah perusahaan baru memulai operasi produksi setelah konsumen memberikan ordernya. Komunikasi yang lebih cepat perlu terjalin diantara para anggota dalam matarantai penyediaan khususnya mengenai informasi tentang permintaan spesifik

para konsumen. Secara teknis, itu berarti volume dan kandungan informasi yang dipertukarkan juga meningkat. Sebagai akibatnya keandalan dan ketepatan dari informasi yang dipertukarkan tersebut menjadi faktor sukses kritis dalam matarantai suplai yang fleksibel dan responsif.

c. Masalah legacy

Sering sekali perusahaan menemukan kemampuan berkompetisi dibatasi oleh proses bisnis dan sistem basis data yang sudah lama, yang dirancang beberapa tahun yang lalu untuk keperluan pasar waktu itu. Legacy database seperti itu tidak lagi kompatibel dengan teknologi yang ada pada saat ini. Perusahaan dipaksa untuk mulai dari tingkat yang lebih mendasar, dengan mengarahkan usaha pada rekayasa ulang dari model dan sistem perusahaan.

Rekayasa ulang pada hakekatnya dapat didefinisikan sebagai sebuah proses untuk mengetahui bagaimana sistem legacy database bekerja dan bagaimana sistem berinteraksi dengan proses bisnis. Apapun pendekatan yang digunakan dalam proses rekayasa ulang

tersebut, tiap tahap dan unsur harus dikaji dalam konteks teknologi yang mendukung e-commerce. Antarmuka antara perusahaan dengan klien juga harus dikaji secara kritis. Dalam sebuah aplikasi penjualan, klien disini biasanya adalah orang, apakah representasi sebuah tempat belanja secara tiga dimensi akan meningkatkan penerimaan para pengguna, jika antarmuka dengan pengguna didukung oleh agen yang berupa perangkat lunak, manakah yang membantu konsumen menemukan tempat yang diinginkannya untuk berbelanja dan mendapat produk yang diinginkan.

d. Desain Ulang Proses Hukum

Transaksi bisnis yang berdasar pada pemrosesan informasi dan komunikasi pengaruh pada sistem hukum tradisional yang berdasar pada kertas menimbulkan efek penghilangan material pada beberapa proses. Dokumen yang ditulis tangan telah digantikan dengan dokumen yang diproduksi secara elektronik, dan perangkat lunak tidak lagi disajikan dalam bentuk disket melainkan dapat didownload melalui jaringan. Berdasarkan kenyataan bahwa

hukum sering berdasar pada obyek fisik maka hal ini akan menimbulkan masalah yang serius terhadap bisnis karena ketidak pastian hukum dari proses tersebut. Status hukum dari transaksi yang dibentuk secara otomatis, belumlah jelas. Apakah mungkin untuk sebuah perjanjian atau yang lebih umum, prosedur hukum dibuat oleh sebuah komputer. E-commerce juga memberikan cara-cara baru untuk mengumpulkan informasi konsumen dengan lebih efisien. Perkembangan ini memberikan dampak yang kuat terhadap aspek transparansi, yang tentu saja memberikan konsekuensi yang penting bagi konsep kerahasiaan (privacy). Permasalahan yang dijelaskan diatas hanyalah sebagian dari ketidak pastian hukum yang muncul berkaitan dengan diperkenalkannya e-commerce. semua itu sangat potensial dalam menghalangi diterimanya e-commerce. Tantangan dari e-commerce adalah supaya perusahaan dan konsumen menerima e-commerce. Untuk merealisasikannya, pemerintah sering dipandang sebagai yang bertanggungjawab untuk menghilangkan hambatan hukum untuk penerimaan e-

commerce. Meskipun IT menawarkan banyak kemungkinan tetapi tidak mungkin mencakup segala aspek. Masyarakat informasi akan semakin ditandai oleh perbedaan yang sangat besar dalam sektor-sektor proses dan aktivitas. Hal ini berarti bahwa norma dan nilai yang berbeda akan diterapkan untuk kasus yang berbeda dan untuk waktu yang berbeda pula. Tetapi implementasi teknologi medis digital tidak dapat dibandingkan dengan penggunaan perangkat lunak agen cerdas untuk kebijakan pemasaran langsung (direct-marketing). Meskipun pada arah teknologi perbedaannya tidak nyata, namun dalam pandangan hukum bisa sangat berbeda. Oleh sebab itu kelembagaan e-commerce harus dikerjakan dengan cara-cara yang lebih spesifik daripada sekedar dengan hukum dan regulasi.

Interoperabilitas adalah kemampuan sistem yang terpisah, preexisting, independen, dan komponen-komponen sistem, misalkan akutansi, pemrosesan order, dan sistem inventori, untuk bekerja sama mencapai tujuan umum yang lebih tinggi, sistem

yang bersifat interoperabilitas tersusun oleh komponen otonom, diatur secara lokal dan heterogen, yang bekerja sama untuk menghasilkan layanan yang kompleks. Sistem seperti itu biasanya berupa sistem yang terdistribusi dan bersifat terbuka dan merupakan subyek untuk melanjutkan perubahan. Meskipun masalah interoperabilitas pada dasarnya adalah masalah teknis, bagaimana perusahaan dapat beroperasi pada arah teknis sementara perbedaan dalam standard dan sistem basis data itu jelas ada dan memiliki implikasi besar jika ditinjau dalam perspektif bisnis dan hukum yang biasa berlaku dalam dunia e-commerce. Untuk perusahaan, interoperabilitas memfasilitasi penggabungan proses-proses bisnis dalam sebuah organisasi dengan organisasi yang lain. Dalam masalah hukum hal ini mengandung arti bahwa kerangka hukum untuk transaksi lintas batas harus juga bersifat interoperabel. Demikian juga status hukum dari pihak ketiga harus jelas, baik dalam transaksi dalam negeri maupun dalam transaksi internasional. Seperti telah disebutkan di muka, interoperabilitas bukan hanya

masalah teknis, tetapi masalah organisasi dan hukum. Dalam kasus transaksi lintas batas, misalnya, dapat ditinjau manajemen supply chain sebagai cara untuk mencapai interoperabilitas.

Banyak pelaku bisnis mempertimbangkan e-commerce hanya sebagai sebuah jalur baru dalam distribusi dan bahkan e-commerce hanya dimengerti sebagai sebuah strategi saja dalam strategi distribusi yang bersifat multi channel.

Dalam perspektif bisnis, tantangan utama adalah membuat perusahaan dan rekanan menerima e-commerce. Menuju sasaran itu, perusahaan yang merencanakan untuk menggunakan e-commerce harus dapat memberikan nilai tambah bagi yang menggunakannya dan harus meyakinkan bahwa dengan berbisnis dengan e-commerce dapat memperoleh keuntungan. Salah satu dari implikasi adalah bahwa setiap manusia membutuhkan teknologi yang lebih mudah digunakan dan lebih efektif dalam menghasilkan kenokvitas dalam infrastruktur yang telah ada.

e. Design Ulang Proses Bisnis

Semua transaksi bisnis memerlukan pemrosesan dan komunikasi informasi. Secara umum, dampak bisnis dari e-commerce menghasilkan penghematan biaya operasi internal dan dalam akses kepada arah bisnis dan aliran kerja terdistribusi sebagai cara yang menantang menyampaikan interoperabilitas teknis.

f. Jaringan Bisnis

Manajemen matarantai suplai menuntut pertukaran informasi yang cepat dan terpercaya diantara anggauta-anggauta sebuah matarantai tersebut, termasuk komunikasi dengan pasar/konsumen sasaran. Banyak perusahaan yang menjadi anggauta beberapa matarantai pada waktu yang sama. Sebagai contoh, sebuah produk dapat memasuki pasar sebagai bagian dari sebuah mobil, perlengkapan listrik atau sebagai bagian dari produk elektronik. Demikian juga menerima produk makanan untuk pasien, perlengkapan medis, dan perlengkapan untuk kantor.

Oleh sebab itu dapatlah dikatakan bahwa sebuah perusahaan dan banyak perusahaan lain menjadi bagian

dari jaringan bisnis yang berkembang, yang dengan sendirinya mengisyaratkan pentingnya interoperabilitas. Informasi akan dipertukarkan diantara rekanan bisnis, melayani berbagai macam tujuan dengan berbagai kebutuhan. Dalam situasi seperti itu dengan mudah dapat diamati adanya kenaikan tidak hanya dalam jumlah koneksi, melainkan juga pada volume dan kandungan komunikasi, sebagai contoh adalah jika relasi hanya diantara penjual dan pembeli, maka kandungan komunikasi akan berkaitan dengan order, catatan-catatan pengiriman, faktur dan pembayaran. Relasi yang lebih intens akan meliputi pertukaran spesifikasi, posisi stok saat ini dan data perencanaan. Komunikasi yang lebih cepat harus terjadi diantara banyak anggauta sebuah jaringan bisnis menjadi sebuah faktor sukses yang penting.

g. Sistem Aliran Kerja Terdistribusi

Interaksi melalui WWW atau internet membentuk model komunikasi yang baru di antara perusahaan sebagai akibat proses bisnis yang berorientasi global. Dengan munculnya

sistem pendukung yang secara organisasional diintegrasikan dengan metode-metode yang muncul dari e-commerce, pastilah bahwa proses bisnis akan terdistribusi sepanjang matarantai nilai. Sementara itu aplikasi aliran kerja yang ada dalam proses bisnis terselenggara sesuai permintaan dan tepat waktu. Supaya sukses dengan e-commerce sistem aliran kerja harus dapat memberi dukungan atas suatu pandangan sifatnya menyeluruh atas semua elemen bisnis yang melintasi batas-batas departemen dan dengan demikian dapat mengatur seluruh aliran operasional bisnis, dan basis data yang terdapat dalam semua departemen dalam organisasi.

Secara umum, penerapan e-commerce belum dapat memberi jaminan bagi transaksi yang handal, pengiriman pesan yang lancar dan layanan akses atas data seperti terdapat dalam aplikasi client/server untuk aplikasi dan sistem legacy. Problem tersebut hanya dapat dipecahkan dengan integrasi sistem bisnis organisasi dan data legacy dengan web.

Hal itu juga dapat dicapai dengan meletakkan perangkat

lunak pemroses transaksi e-commerce dan sistem manajemen aliran kerja diatas platform yang sudah terdistribusi sehingga terselenggara berbagai komponen yang sebenarnya tidak kompatibel.

Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan, atau kemauan untuk meyakini bahwa seseorang dapat mengandalkan kebaikan dan kemampuan orang lain sebagai penjual atau pembeli. Kepercayaan itu juga dapat diwujudkan dengan bantuan teknik tertentu seperti kriptografi. Sekalipun ada unsur subjektif, kepercayaan merupakan wujud dari harapan sebuah komunitas yang mengandalkan sikap dan perilaku yang lugas, jujur dan kooperatif, menurut norma umum. Dalam pasar, penjual dan pembeli dapat dihadapkan pada perilaku oportunistik. Tanpa kepercayaan yang memadai diantara rekanan bisnis, aliran material dan jasa yang diharapkan pasti terhambat. Hal ini terjadi dalam e-commerce karena kontak antara pembeli dan penjual hanya kontak dalam basis data jaringan telekomunikasi. Apakah itu berarti kita memerlukan bentuk

kepercayaan yang sama sekali lain, bagaimana kita dapat meyakini bahwa barang dengan jumlah dan kualitas yang diinginkan akan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan apakah pembayarannya juga diterima sesuai dengan penawarannya. Hal ini ada pada tingkat kepercayaan secara timbal balik yang terbentuk diantara dua bisnis tersebut. Reputasi pengalaman dari perusahaan, dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan, kepercayaan itu memang dapat juga ditumbuhkan melalui legislasi dan kepastian hukum dan kesepakatan. Pada sisi teknis adanya suatu tingkat kepercayaan dapat juga ditingkatkan dengan dukungan teknologi kriptografi, tanda tangan digital, komunikasi yang aman, dan aturan dalam penyelenggaraan pembayaran (payment protocol). Kepercayaan merupakan dasar bagi semua relasi, termasuk relasi transaksi komersial. Tindakan sebuah kontrak bisnis mengisyaratkan adanya suatu tingkat kepercayaan tertentu antara pesertak. Dalam lingkungan yang sifatnya elektronik, kebersamaan yang bersifat klasik, yaitu

kepercayaan yang ada antara peserta yang saling mengenal satu sama lain secara pribadi, sebagian diganti oleh kepercayaan elektronik, yang bertumpu pada penggunaan teknologi seperti enkripsi penggunaan pihak ketiga (Trusted Third Parties). Teknologi baru itu tidak selalu tercakup dalam sistim hukum yang ada. Sebagai salah satu konsekwensi, sistem hukum harus menemukan cara-cara untuk menangani pergeseran seperti ini. Dibawah ini dicoba dijelaskan organisasi maya yang dapat muncul sebagai sebuah solusi untuk masalah kepercayaan ini, termasuk masalah teknisnya pada saat ini (khususnya masalah keamanan).

h. Organisasi Maya

Kehidupan ekonomi mempunyai dua kebersamaan dalam kepemilikan penggal-penggal dalam matarantai suplai sedangkan pasar adalah representasi transaksi antara unit-unit organisasi kecil. Perhatian sekarang terfokus pada bentuk organisasi maya yang ada diantara pasar dan hirarki. Pada umumnya penjual dan pembeli dihadapkan pada sejumlah resiko dan ketidakpastian dalam proses penjual barang

dan jasa. Ketidakpastian ini muncul oleh kenyataan bahwa penjual dihalangi oleh ketidakmampuan mereka untuk meramalkan masa depan, dan kemungkinan adanya rekan bisnis yang oportunistik. Prosedur dan sistem jaminan bagi pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi pada tingkat ketidakpastian dan resiko yang rendah. Hirarki mengkoordinasikan aliran material dengan mengendalikan dan mengarahkannya ke tingkat yang lebih tinggi tentang kepercayaan, hal ini patut diteliti masalah kepercayaan dalam pasar elektronik tersebut, studi tentang dampak e-commerce terhadap melalui sistem -sistem organisasional.

i. Keamanan

Beberapa jenis kepercayaan tidak lagi tampak dalam e-commerce. Sebuah alamat -http (URL) bukanlah has seperti menggunakan paspor surat ijin mengemudi tidak dapat dilakukan secara virtual. Namun jaminan untuk melaksanakan autentikasi dan jaminan atas integritas pesan yang dipertukarkan merupakan hal yang penting. E-commerce harus mampu menawarkan keamanan yang setara dengan

keamanan dalam dunia nyata. Hal itu antara lain dapat direalisasikan dengan penggunaan teknik kriptografi sertifikat digital untuk memastikan autentikasi toko-toko dan konsumen virtual, tanda tangan digital dan cap digital untuk autentikasi dokumen, sistem deteksi adanya perubahan, serta enkripsi untuk menjamin kerahasiaan informasi.

j. Informasi Terpercaya.

Di samping kepercayaan terhadap saluran dan pesan, perhatian khusus juga harus diberikan pada kepercayaan akan informasi yang digunakan dan prosedur yang diikuti.

Dalam perdagangan konvensional, relasi yang sehat tumbuh berdasarkan pada pengalaman sebelumnya dan perantara yang dapat dipercaya. Dalam konteks e-commerce tersedia kesempatan yang luas untuk mencari dan mengembangkan relasi baru, namun dengan resiko bertransaksi yang semakin tinggi pula, sebagai akibatnya, proses pencarian harus dipandu sehingga teridentifikasi dengan jelas sumber dari informasi yang sedang diperoleh. Peserta

dalam aplikasi e-commerce harus menemukan metode dan alat untuk secara efektif melacak dan mengumpulkan informasi dan jasa on-line yang terpisah-pisah agar dapat diketemukan rekanan bisnis yang lebih potensial. Untuk itu teknik navigasi yang lebih maju harus dikembangkan berdasarkan pada hyper-link, advanced keyword, context search engine. Selain itu perlu ada software agent yang dapat mengeksplorasi dan mengindeks sumber informasi dan jasa. Sangat diharapkan agen itu dapat pula menyelenggarakan proses negosiasi dan kontrak yang memiliki derajat kepercayaan tinggi dengan cara yang efisien. Selanjutnya kontrak yang terhubung dengan sistem penyelenggaraan transaksi membuka peluang bagi aneka pengawasan yang intensif akan pelaksanaannya.

Karena e-commerce berkaitan erat dengan penggunaan internet, maka berikut ini akan dipaparkan mengenai perkembangan internet, yang meliputi dari; jumlah pelanggan dan pemakai internet, perkembangan jumlah IP Address, Perusahaan yang mendapatkan Penyelenggaraan

Internet dan Jumlah Anggota Komunikasi Data Lewat Radio dan Izin Internet untuk Pendidikan.

2. Perkembangan Internet

a. Jumlah pelanggan dan pemakai internet

Bila dilihat dari tabel 1 dibawah ini dapat diketahui, bahwa pelanggan dan pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditandai dengan pada tahun 1998 pelanggan internet baru mencapai 134 ribu pelanggan, kemudian pada tahun 1999 meningkat menjadi 256.000 pelanggan dan pada tahun 2000 meningkat menjadi 400.000 pelanggan, peningkatan pelanggan ini terus meningkat, hingga tahun 2007, yang kini telah mencapai 2.000.000 pelanggan.

Demikian pula terjadi pada pemakai internet, jumlah pemakai internet pada tahun 1998 baru mencapai angka 512.000 pemakai, kemudian pada tahun 1999 meningkat menjadi 1.000.000 pemakai, dan tahun 2000 meningkat menjadi 1.900.000 pemakai, peningkatan ini terus terjadi pada setiap tahun, hingga pada tahun 2007 pemakai internet

telah menjadi 25.000.000 pemakai. Jumlah peningkatan pemakai internet ini dari tahun ketahun cukup mengembirakan, untuk lebih mengetahui peningkatan jumlah pelanggan dan jumlah pemakai internet dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 Jumlah Pelanggan dan Pemakai Internet Tahun 1998 s/d 2007

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005	1.500.000	16.000.000
2006	1.700.000	20.000.000
2007*	2.000.000	25.000.000

Sumber : APJII

b. Perkembangan Jumlah IP Address.

Perkembangan jumlah IP address dari tahu ketahun menglami peningkatan yang signifikan, hal dapat diketahui dari tahun 1999 IPv4 pada tahun 1999 baru menacapai 256, dan pada tahun 2000 meningkat menjadi 1.072, kemudian pada tahun 2001 berjumlah 1.553, peningkatan IPv4 terus berlanjut hingga tahun 2007,

yaitu telah mencapai 5.170.

Sedangkan untuk IPv6 dimulai semenjak tahun 2003, yaitu berjumlah 131.073. Perkembangan IPv6 dari tahun ketahun mengalami stagnan, dan pada tahun 2007 jumlah IPv6 masih tetap yaitu 131.073, jumlah ini sebagaimana terdapat pada tahun 2003.

Tabel 2. Perkembangan jumlah IP Address Tahun 2007 yang dialokasikan untuk Internet di Indonesia

Tahun	Akumulatif IPv4 (Dalam Blok)	Akumulatif IPv6 (Dalam Blok)
1999	256	-
2000	1.072	-
2001	1.553	-
2002	2.455	-
2003	2.505	131.073
2004	2.635	131.073
2005	2.505	131.073
2007*	5.170	655.361

sumber: <http://www.idnic.net>

c. Perusahaan yang mendapatkan Penyelenggaraan Internet

Jumlah perusahaan yang telah mendapatkan penyelenggaraan internet dari tahun 1999 s.d tahun 2007 mengalami peningkatan yang cukup mengembirakan, untuk penyelenggara ISP pada tahun

1999 berjumlah 50 penyelenggara, kemudian pada tahun 2000 meningkat menjadi 139 penyelenggara, peningkatan ini terus berlanjut hingga tahun 2007, sehingga pada tahun 2007 penyelenggara IPS berjumlah 298. Peningkatan yang cukup menggembirakan dari tahun ketahun. Hal ini menandakan bahwa bisnis internet sesuatu yang menjanjikan. Sehingga menarik minat bagi pengusaha untuk berinvestasi di bidang penyelenggara jasa internet. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table 3 berikut dibawah ini.

ISP dari tahun 1999 sampai dengan tahun 2007 mengalami kenaikan yang cukup signifikan, hal dapat dilihat dari tahun ketahun mengalami peningkatan, pada tahun 1999 jumlah anggota ISP berjumlah 39 anggota, dan tahun 2000 berjumlah 74 anggota, tahun 2001 104 anggota, tahun 2002 121 anggota, pada tahun 2003 mengalami penurunan sebanyak 4 anggota menjadi 117 dan pada tahun 2004 menjadi 119 anggota kemudian meningkat terus hingga tahun 2007 menjadi 176 anggota. Sedangkan untuk penyelenggara NAP dari tahun 2000 mengalami peningkatan

Tabel 3 Perusahaan yang telah mendapatkan Penyelenggaraan internet dari tahun 1999 s/d 2007

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ISP	50	139	172	180	190	228	253	271	298
NAP	-	5	16	18	22	36	38	41	44
MULTIMEDIA	8	18	24	24	24	24	24	25	25

Sumber : APJII

d. Jumlah Anggota Komunikasi Data Lewat Radio dan Izin Internet untuk Pendidikan

Jumlah perkembangan Anggota Komunikasi Data Lewat Radio (wireless) dan Izin Internet untuk Pendidikan dan Penelitian (IPTEKNET) dari tahun 1999 s.d 2007, dilihat dari sisi penyelenggaraan ISP, NAP, Multimedia, dan lain-lain. Untuk perkembangan jumlah

walaupun tidak cukup besar. Demikian pula pada penyelenggaraan Multimedia bersifat stagnan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tidak semua perusahaan yang memperoleh izin langsung mendaftar sebagai Anggota APJII. Perusahaan-perusahaan yang telah mendaftarkan menjadi Anggota APJII

terutama adalah perusahaan-perusahaan yang sudah membutuhkan layanan ataupun hak sebagai Anggota APJII. Misalnya alokasi IP Address dan hubungan ke Indonesia Internet Exchange (IX). Status dari anggota yang sudah

dasar hukum yang jelas. Dengan menggunakan Undang-Undang ITE, aparat hukum dapat menjerat setiap orang, baik WNI maupun WNA, baik yang berada di dalam negeri maupun luar negeri yang melakukan tindak kejahatan karena orientasi penegakan

Tabel 4 Perkembangan Jumlah Anggota 999 s/d Akhir 2007 Komunikasi Data Lewat Radio (Wireless) & Izin Internet untuk Pendidikan dan Penelitian (IPTEKNET)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*
ISP	39	74	104	121	117	119	132	150	176
NAP	-	1	3	6	6	11	11	14	17
MULTIMEDIA	-	3	4	6	4	4	4	4	4
Lain-lainnya**	1	1	3	3	3	3	4	5	5
Total	40	78	114	136	130	137	151	173	202

Sumber : APJII

terdaftar di APJII sampai dengan laporan ini ditulis dapat dilihat pada tabel 5.

F. BIDANG HUKUM

Dalam bidang hukum saat ini Indonesia telah memiliki perangkat hukum setelah lama menunggu, DPR-RI akhirnya mengesahkan RUU-ITE pada tanggal 25 Maret 2008, menjadi Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang didalamnya antara lain mengatur upaya melindungi masyarakat dari situs-situs a-susila, transaksi elektronik.

Dengan demikian seluruh transaksi elektronik di Indonesia telah memiliki

hukum UU-ITE bukan sekedar *Locus delicti* dan *tempus delicti*, akan tetapi lebih berorientasi pada akibat hukum dari perbuatan. Dengan menganut azas yurisdiksi ekstra teritorial dan mengakui alat bukti elektronik sebagai alat bukti sah di pengadilan serta tanda tangan digital mempunyai kekuatan yang sama dengan tanda tangan basah, maka UU-ITE merupakan rezim hukum baru dalam khasanah peraturan perundang-undangan yang dapat menjangkau siapapun, kapanpun dan dimanapun, seiring dengan pengesahan UU-ITE ini, maka masyarakat Indonesia telah menjadi bagian komunitas pergaulan dunia tanpa mengenal adanya batas-batas teritorial Negara.

Tabel 5 Status Anggota APJII
1999 s/d Akhir 2007

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*
Anggota	40	78	114	136	130	137	151	173	202
Operasional	35	63	82	86	90	110	118	140	169

Sumber: APJII

tinggal menunggu waktu untuk dapat diberlakukan. Undang-undang ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan hukum yang seringkali dihadapi ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi, dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui system eletronik. Undang-undang ini memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pengguna teknologi informasi yang pada akhirnya akan menimbulkan ketertiban hukum bagi semua pihak yang menggunakan teknologi informasi.

Sebelum diterbitkannya regulasi yang mengakomodasi perkembangan e-commerce, maka secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet diatur oleh hukum perjanjian non elektronik yang berlaku.

Hukum perjanjian Indonesia menganut azas kebebasan berkontrak berdasarkan pasal 1338 KUHPerdata. Azas ini memberikan kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian untuk menentukan sendiri bentuk serta isi suatu suatu perjanjian.

Dengan demikian para pihak yang membuat perjanjian dapat mengatur sendiri hubungan hukun diantara mereka.

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, e-commerce menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat.

Didalam hukum perikatan Indonesia dikenal apa yang disebut ketentuan hukum pelengkap. Ketentuan tersebut tersedia untuk dipergunakan oleh para pihak yang membuat perjanjian apabila ternyata perjanjian yang dibuat mengenai sesuatu hal ternyata kurang lengkap atau belum mengatur sesuatu hal. Ketentuan hukum pelengkap itu sendiri dari ketentuan umum dan ketentuan khusus untuk jenis perjanjian tertentu.

Jaul beli merupakan salah satu jenis perjanjian yan diatur dalam KUH Perdata sedangkan e-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang

mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual beli yang diatur dalam buku II KUH Perdata berlaku sebagai dasar hukum aktifitas e-commerce di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi e-commerce di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi e-commerce tersebut menimbulkan sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut.

Akan tetapi permasalahannya tidaklah sesederhana itu. e-commerce merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual beli konvensional, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli konvensional akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks e-commerce. Oleh karena itu diperlukan analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam KUH Perdata dan KUHD sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat e-commerce atau perlu regulasi khusus yang mengatur tentang e-commerce.

Beberapa permasalahan hukum dalam aktivitas e-commerce :

1. Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet;

2. Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum;
3. Obyek transaksi yang diperjual belikan;
4. Mekanisme peralihan hak;
5. Hubungan hukum dan pertanggung jawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet service provider (ISP), dan lain sebagainya;
6. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti;
7. Mekanisme penyelesaian sengketa;
8. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.

Sebagai fenomena yang relative baru, bertransaksi bisnis melalui internet memang menawarkan kemudahan, namun memanfaatkan internet sebagai fondasi aktivitas bisnis memerlukan tindakan terencana agar berbagai implikasi yang menyertainya dapat dikenali dan diatasi.

Implementasi e-commerce secara efektif adalah mentransformasikan paradigma perdagangan fisik keperdagangan virtual, yang memangkas middle man dan lebih menekan kepada nilai kolaborasi

melalui networking antara supplier, retailer, konsumen, bank, transportasi, asuransi dan pihak terkait lainnya (utoyo, 1999;5).

Di Indonesia, perlindungan hak-hak konsumen dan e-commerce masih rentan. Undang-undang Perlindungan Konsumen yang berlaku sejak tahun 2000 memang telah mengatur hak dan kewajiban bagi produsen dan konsumen, namun kurang tepat untuk diterapkan dalam e-commerce. Karakteristik yang berbeda dalam sistem perdagangan melalui internet tidak cukup tercover dalam UUPK tersebut. Untuk itu perlu dibuat peraturaan hukum mengenai transaksi e-commerce yang lebih dapat menjamin para pihak yang menggunakan e-commerce.

G. ANALISA DAN EVALUASI

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah e-commerce yang terbagi dalam dua segmen yaitu, pertama business to business e-commerce (perdagangan antar pelaku usaha) dan yang kedua adalah business to consumer e-commerce (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).

Untuk memasyarakatkan e-commerce diperlukan suatu pengenalan secara terus menerus terutama bagi pengusaha yang merupakan sasaran pokok agar dapat memanfaatkan perdagangan secara elektronik

dengan melihat posisi yang sangat strategis, sehingga diharapkan dapat memiliki daya saing untuk menghasilkan produk dipasaran global.

Dengan investasi yang tidak terlalu besar dapat memulai usahanya dengan lebih mudah dengan mengakses internet untuk dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia. e-commerce dalam pengertian the business internet, adalah bagaimana memanfaatkan internet untuk membangun hubungan lebih dekat dengan pelanggan dan rekan bisnis. Berjualan produk di internet hanyalah satu bentuk e-commerce. Internet akan mengubah cara pembelian dan pemasaran. Konsumen akan dapat berbelanja di rumahnya masing-masing untuk segala jenis produk dari manufaktur maupun retail dari seluruh dunia, pemasaran melalui internet akan dapat melihat produk-produk yang diinginkan melalui computer atau televisinya, dalam mengakses informasi tentang produk yang diinginkan, dan akhirnya memesan dan membayar produk yang dipilih.

Dalam kaitan upaya untuk pemulihan ekonomi, senantiasa harus proaktif dengan memberdayakan kelompok usaha kecil menengah yang memiliki keterbatasan modal, sumber daya manusia dan keahlian sehingga mereka dapat berperan dalam perdagangan global yang akan datang.

Diperlukan dan ditindaklanjuti yang berkaitan dengan perdagangan e-commerce adalah :

1. Kebutuhan akan perangkat keras infrastruktur untuk menyalurkan laulintas informasi transaksi, karena tanpa infrastruktur tersebut tidak akan dapat secara optimal memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang berkembang dengan cepat di dalam Global Information Infrasturkture untuk memperluas jaringan perdagangan pengusaha nasional.
2. Mengantisipasi kebutuhan akan perangkat lunak infrastruktur yang berupa, tingkat kemanan legalitas yang akan menjamin transaksi bisnis yang aman, kualitas dapat dipercaya serta didukung oleh aspek legalitas.
3. Akses pasar yang bertujuan untuk menghilangkan hal-hal yang menghambat pelaksanaan transfer teknologi informasi seperti tingginya biaya telekomunikasi.

Bagaimanapun, kompetensi teknologi dan manfaat yang diperoleh memang seringkali harus melalui proses yang cukup panjang. Namun mengabaikan pengembangan kemampuan teknologi akan menimbulkan ekkses negative di masa depan. Keterbukaan dan sifat proaktif serta antisipatif yang dapat dipilih dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi merupakan alternative terbaik untuk

menghadapi fenomena e-commerce, karena mau tidak mau e-commerce sudah menjadi bagian dari pasar global, segala sarana dan prasarana yang tersedia dapat dimanfaatkan sambil terus disempurnakan selaras dengan perkembangan mutakhir.

Pertumbuhan internet yang semakin besar akan membuat potensial ekomi semakin menjanjikan, dan dapat mengubah bisnis tradisional dan consumer life menjadi internet based electronic transactions.

Beberapa isu strategis yang perlu segera direalisasikan di bidang e-commerce adalah :

1. Pembentukan join team. Khususnya untuk Indonesia dibentuk e-commerce framework yang terdiri atas pemerintah bersama-sama dengan pihak-pihak terkait untuk melaksanakan e-commerce. Pembentukan badan ini merupakan strategi untuk lebih mendorong pertumbuhan informasi pasar, legal frameworks, intenational cooperation, dsb.
2. Pemberdayaan kepada unit-unit usaha kecil menengah diseluruh wilayah Indonesia yang memiliki potensi tinggi untuk pasar global untuk menjual produk-produk unggulan daerahnya agar dapat diberikan insentif yang mendorong ke arah perdagangan elektronik.

3. Menyediakan lingkungan yang secured dan save dibidang e-commerce disebabkan semakin besarnya ke tergantungan pengguna terhadap system computer dan open networks dalam cyberspace transaction.
4. Sistem e-commerce yang akan dibangun harus mempunyai wawasan global ditinjau dari semua sisi (multi dimension).

H. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. E-commerce adalah kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui perantara halaman web di internet. Kelebihan dari e-commerce dibandingkan dengan perdagangan biasa terletak pada kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan.
- b. Electronic commerce merupakan evolusi alami dari EDI, oleh sifatnya yang lebih luwes dalam ragam informasi yang dipertukarkan diantara dua rekan bisnis yang sedang bertransaksi, mulai dari pencarian sampai dengan pemrosesan order, sampai pada pengiriman secara online. Electronic commerce adalah kemampuan untuk membentuk transaksi bisnis yang meliputi pertukaran

barang dan jasa di antara dua pelaku bisnis dengan menggunakan peralatan dan teknologi elektronika.

- c. Banyak pelaku bisnis mempertimbangkan e-commerce hanya sebagai sebuah jalur baru dalam distribusi dan bahkan e-commerce hanya dimengerti sebagai sebuah strategi saja dalam strategi distribusi yang bersifat multi channel.

Dalam perspektif bisnis, tantangan utama adalah membuat perusahaan dan rekanan menerima e-commerce. Menuju sasaran itu, perusahaan yang merencanakan untuk menggunakan e-commerce harus dapat memberikan nilai tambah bagi yang menggunakannya dan harus meyakinkan bahwa dengan berbisnis dengan e-commerce dapat memperoleh keuntungan. Salah satu dari implikasi adalah bahwa setiap manusia membutuhkan teknologi yang lebih mudah digunakan dan lebih efektif dalam menghasilkan kenokvitas dalam infrastruktur yang telah ada.

- d. Kebutuhan akan perangkat keras infrstruktur untuk menyalurkan laulintas

informasi transaksi, karena tanpa infrastruktur tersebut tidak akan dapat secara optimal memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang berkembang dengan cepat di dalam Global Information Infrastruktur untuk memperluas jaringan perdagangan pengusaha nasional.

- e. Dalam bidang hukum saat ini Indonesia telah memiliki perangkat hukum yaitu RUU-ITE Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang didalamnya antara lain mengatur upaya melindungi masyarakat dari situs-situs a-susila, transaksi elektronik.
- f. Pertumbuhan internet yang semakin besar akan membuat potensial ekomi semakin menjanjikan, dan dapat mengubah bisnis tradisional dan consumer life menjadi internet based electronic transactions.

Jumlah pelanggan dan pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditandai dengan pada tahun 1998 pelanggan internet baru mencapai 134 ribu pelanggan, kemudian pada tahun 1999

meningkat menjadi 256.000 pelanggan dan pada tahun 2000 meningkat menjadi 400.000 pelanggan, peningkatan pelanggan ini terus meningkat, hingga tahun 2007, yang kini telah mencapai 2.000.000 pelanggan.

Jumlah pemakai internet pada tahun 1998 baru mencapai angka 512.000 pemakai, kemudian pada tahun 1999 meningkat menjadi 1.000.000 pemakai, dan tahun 2000 meningkat menjadi 1.900.000 pemakai, peningkatan ini terus terjadi pada setiap tahun, hingga pada tahun 2007 pemakai internet telah berjumlah menjadi 25.000.000 pemakai. Jumlah peningkatan pemakai internet ini dari tahun ketahun cukup mengembirakan.

2. Saran

- a. Untuk memasyarakatkan e-commerce diperlukan suatu pengenalan secara terus menerus terutama bagi pengusaha yang merupakan sasaran pokok agar dapat memanfaatkan perdagangan secara elektronik dengan melihat posisi yang sangat strategis, sehingga diharapkan dapat memiliki daya saing untuk menghasilkan produk

dipasaran global. televisinya, dalam mengakses informasi tentang produk yang diinginkan, dan akhirnya memesan dan membayar produk yang dipilih.

- b. Pembentukan *join team*. Khususnya untuk Indonesia dibentuk e-commerce framework yang terdiri atas pemerintah bersama-sama dengan pihak-pihak terkait untuk melaksanakan e-commerce. Pembentukan badan ini merupakan strategi untuk lebih mendorong pertumbuhan informasi pasar, legal frameworks, international cooperation, dsb.
- c. Sistem e-commerce yang akan dibangun harus mempunyai wawasan global ditinjau dari semua sisi (multi dimension).
- d. Mengantisipasi kebutuhan akan perangkat lunak infrastruktur yang berupa, tingkat kemanan legalitas yang akan menjamin transaksi bisnis yang aman, kualitas dapat dipercaya serta didukung oleh aspek legalitas.
- e. Di Indonesia, perlindungan hak-hak konsumen dan e-commerce masih rentan. Undang-undang Perlindungan Konsumen yang berlaku sejak

tahun 2000 memang telah mengatur hak dan kewajiban bagi produsen dan konsumen, namun kurang tepat untuk diterapkan dalam e-commerce. Karakteristik yang berbeda dalam system perdagangan melalui internet tidak cukup tercover dalam UUPK tersebut. Untuk itu perlu dibuat peraturan hukum mengenai transaksi e-commerce yang lebih dapat menjamin para pihak yang menggunakan e-commerce.

- f. Peserta dalam aplikasi e-commerce harus menemukan metode dan alat untuk secara efektif melacak dan mengumpulkan informasi dan jasa on-line yang terpisah-pisah agar dapat diketemukan rekanan bisnis yang lebih potensial. Untuk itu teknik navigasi yang lebih maju harus dikembangkan berdasarkan pada hyper-link, advanced keyword, context search engine. Selain itu perlu ada software agent yang dapat mengeksplorasi dan mengindeks sumber informasi dan jasa. Sangat diharapkan agen itu dapat pula menyelenggarakan proses negosiasi dan kontrak yang memiliki derajat kepercayaan tinggi dengan cara yang efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Ali, 2006: Kamus Praktis Internet Untuk Semua Orang, Semarang: Neomedia Press

Dudejo, UD, 2002: Cyber Crimes And Law

Magfirah, Esther Dwi, 2006: Artikel, Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce

Sulaeman, Robintan, 2001: Cyber Crimes (Perpektif E-Commerce Crime)

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE)

BIO DATA

MARHUM DJAUHARI, Lahir di Jakarta, 15 Juli 1960, Jabatan Peneliti Muda pada Puslitbang Pos dan Telekomunikasi.

KAJIAN KEBIJAKAN DI BIDANG TELEKOMUNIKASI DALAM MENYONGSONG ERA KONVERGENSI (T I K) DI INDONESIA

Soemarsono

Abstract

The presence of convergence of Information and Communication Technology (TIK) in Indonesia need to be prepared or anticipated as early as possible from a variety of ways, whether in terms of regulation, infrastructure and human resource, so that TIK convergence can run well and provide many benefits for humankind. We need support of all parties to mutually help each other in order to present the best work from both the regulator and the operator, such as the regulation, network infrastructure which is prevalent in all Indonesia, with competitive tariff policy, and useful various convenience, so all parties are expected to respond with momentum like this and can use this opportunity well.

By working together with expected attendance, gradually the era of TIK convergence can be anticipated and prepared so that Indonesia will be able to bring this out of the current global crisis over, and eventually can prepare well in the era of globalization which is more complex and competitive. This work is also having very important connection with the efforts to realize the vision of Indonesia in 2020.

Kata-Kata Kunci: KONvergensi, Regulasi Telekomunikasi, TIK

A. PENDAHULUAN

Kemajuan dunia teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan banyak manfaat diberbagai bidang kehidupan ummat manusia dan tidak dapat

dielakkan dengan kemajuan tersebut arus globalisasi baik dibidang politik, sosial, ekonomi, dan budaya terasa makin deras mengalir ke seluruh pelosok negeri, menghapus batas-batas ruang antar negara, bahkan menghapus batas jarak dan waktu. Menurut David Harvey, kecenderungan ini dapat disebut sebagai pemampatan ruang-waktu yang dapat mendorong percepatan

perubahan dunia kehidupan [David Harvey:1990].

Indonesia sebagai negara kepulauan tidak dapat mengelak dari pengaruh derasnya arus kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Cepatnya perkembangan TIK pasca reformasi politik 1998 dan reformasi telekomunikasi 1999 itu setidaknya telah menciptakan banyak perubahan

di tengah masyarakat Indonesia akibat pengaruh terjadinya konvergensi atau 'perkawinan fungsi' antara teknologi komputer baik perangkat keras maupun perangkat lunak dan teknologi komunikasi telepon seluler dll sebagai sarana pengolah/penyebaran informasi data, teks, audio, visual.

Masyarakat desa yang semula kurang pergaulan dan gagap teknologi kini punya peluang untuk berkomunikasi, menggali/mengolah informasi dan menjalin relasi dengan setiap orang di berbagai tempat untuk melakukan kerja kreatif dan produktif.

Indonesia yang memiliki ribuan pulau dan tersebar dari Sabang sampai Merauke juga bisa lebih menyatu karena penduduknya bisa melakukan kerja sinergi antarpulau dalam waktu lebih cepat dan singkat berkat berkembangnya konvergensi antara teknologi, komunikasi dan informasi (TIK) di Indonesia.

B. PERMASALAHAN

Permasalahan pada tulisan ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan atau dipersiapkan dalam menyambut kehadiran era konvergensi TIK di Indonesia yaitu bagaimana masalah regulasi apakah sudah di persiapkan, infrastruktur apakah sudah memungkinkan, dan Sumber Daya Manusia apakah sudah diantisipasi serta masalah industri telekomunikasi

apakah sudah siap untuk menyambungnya.

C. SEKILAS KONVERGENSI TIK.

Konvergensi adalah bersatunya layanan telekomunikasi, teknologi informasi, dan penyiaran, dimana penyelenggaraan jasa telekomunikasi merupakan kegiatan penyediaan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi melalui media apa saja, termasuk TV siaran, radio dan multimedia.

Jaringan yang konvergen memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan jaringan yang sebagian besar ada saat ini, ciri-ciri tersebut adalah

1. Jaringan transport dan akses semua berbasis IP atau packet witching network.
2. Aplikasi/layanan terpisah dengan jaringan transport yaitu terletak di device masing-masing.
3. Jaringan terbuka sehingga memungkinkan setiap orang untuk terhubung dengan jaringan secara cepat.
4. Jaringan broadband, yaitu penggunaan medium yang memiliki bandwidth saluran yang besar sehingga mempunyai kualitas yang tinggi.
5. Jaringan bisa diakses dari mana saja dan kapan saja.

Untuk di masyarakat, perbedaan paling mencolok yang bisa dirasakan antara servis konvensional dengan servis konvergen adalah :

1. Informasi yang diperoleh kini bersifat multimedia/konvergen yaitu terintegrasi antara format suara, teks, gambar, video, dan lain-lain.
2. Skema pentarifan saat ini yang berdasarkan waktu dan jarak komunikasi akan menjadi berdasarkan volume pembicaraan (byte).
3. Pada tahap awal pembangunan, kualitas akan terasa lebih buruk dengan teknologi sebelumnya namun akan membaik seiring dengan bertambahnya kapasitas saluran transmisi.

D. KONDISI TELEKOMUNIKASI INDONESIA.

Sebagian besar infrastruktur telekomunikasi Indonesia saat ini masih menggunakan metode *circuit switching network* dalam menghubungkan antara satu pemakai jasa telekomunikasi dengan pemakai lainnya. Teknologi ini menghubungkan satu kanal sambungan telepon dengan kanal yang lain, atau dari satu frekuensi dengan frekuensi yang lain. Teknologi ini memang menjamin keandalan dalam berkomunikasi satu

sama lain, namun implikasinya, teknologi ini memerlukan *cost* yang tinggi baik dalam operasional maupun modal infrastruktur. Selain itu, teknologi ini juga tidak efisien, menghambur-hamburkan sumber daya frekuensi yang dipakai sehingga pengguna telekomunikasi pun dibatasi dengan ketersediaan frekuensi yang dialokasikan. Kekurangan lain teknologi ini adalah tidak bisa dikembangkan menjadi layanan-layanan kreatif, walaupun bisa memerlukan waktu yang relatif lama karena tingkat kesulitan yang tinggi.

Metode lain dalam berkomunikasi adalah metode *packet switching*. Metode ini membagi *resource* yang digunakan dalam berkomunikasi menjadi paket-paket yang memiliki ukuran tertentu, untuk kemudian paket tersebut dikirimkan ke alamat yang dituju.

Keunggulan teknologi ini adalah mengatasi kelemahan-kelemahan yang ditimbulkan oleh metode *circuit switching*. Metode inilah yang akan menjadi cikal bakal konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi.

E. REALITA MASYARAKAT

Gemerlap perkembangan dunia teknologi, masih menjadi situasi yang asing bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama masyarakat

pedesaan menurut data Ditjen Postel dari sekitar 72.000 desa yang ada di Indonesia, 38.471 diantaranya belum terjangkau fasilitas telekomunikasi. Penetrasi telepon tetap hanya 7,5%, penetrasi *broadband* sangat memprihatinkan yakni hanya 0,11%. Kondisi ini masih sangat jauh jika dibandingkan dengan target telekomunikasi sampai tahun 2015 yakni Penyediaan layanan telepon dasar untuk seluruh penduduk (pelayanan universal) dan sebanyak 50% penduduk mampu mengakses internet.

Demikian juga bila dilihat dari Indeks Pembangunan Manusia (IPM) / *Human Development Index (HDI)* Indonesia ternyata masih tertinggal dari negara-negara tetangga. Pada tahun 2004, ranking HDI Indonesia memang mengalami peningkatan, yakni dari ranking ke-112 pada tahun 2003 naik ke ranking 111 pada tahun 2004.

Pada tahun 2006, ranking HDI Indonesia naik lagi menjadi 108. Kendati demikian, HDI Indonesia tetap jauh tertinggal jika dibandingkan dengan HDI Malaysia dan Thailand, padahal HDI diukur berdasar tingkat pendapatan perkapita, pendidikan dan kesehatan.

Tabel Ranking HDI Indonesia dan Asia Negara 2003 2004 2006 Thailand 74 76 74 Malaysia 58 59 61 Philipina 85 83 84 Indonesia 112 111 108 China 104 94 81 Vietnam 109 112 109 Sumber:

UNDP

Harus diakui, antara dekade 1990-an hingga menjelang 2010 ini memang ada perbedaan menyolok dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology / ICT*) di Indonesia. Kalau meminjam perspektif "*The Third Waves*" karya Alvin Toffler (1990), kondisi Indonesia pada era 1990-an lalu dapat dikatakan agak tertinggal dengan negara lain.

Masih menurut Alvin Toffler, sejarah manusia dapat dibagi dalam tiga gelombang; yakni:

1. Zaman Pertanian (gelombang pertama; 8000 SM - 1300 SM);
2. Zaman Industri (gelombang kedua; tahun 1736 - 1960);
3. Zaman Informasi (gelombang ketiga; masa kini).

Namun pada masa dekade 1990-an lalu Indonesia baru dapat melewati dua zaman, yakni pertanian gelombang pertama dan industri (gelombang kedua), tapi belum bisa memasuki zaman informasi gelombang ketiga. Sementara negara lain banyak yang sudah memasuki tiga zaman pertanian, industri dan informasi.

Indonesia dapat disebut tertinggal dengan negara-negara lain dalam memasuki zaman informasi karena pada dekade 1990-an lalu ruang

informasi publik masih 'dimonopoli' oleh pemerintah Orde Baru yang sangat sentralistik - represif. Seperti diketahui, pada masa Orde Baru lalu, kebebasan informasi dan berpendapat merupakan ruang yang sangat mahalbagipublik.

Pers banyak dikekang oleh pemerintah, bahkan tidak sedikit media cetak yang diberedel. Sementara dalam pengelolaan telekomunikasi juga dimonopoli oleh pemerintah. Data lain dari *UNIDO Report "Indonesia : Policy Support for Industrial Recovery (2000)* juga menunjukkan bahwa dalam kurun 1985-1997 kontribusi teknologi tinggi terhadap ekspor Indonesia relatif tetap, bahkan ada kecenderungan porsi industri berteknologi rendah semakin dominan [*Philips Kembaren: Asosiasi Industri Elektronika Telekomunikasi*].

Indonesia baru dapat dikatakan memasuki zaman informasi setelah terjadinya reformasi politik 1998 (ditandai jatuhnya kekuasaan Orde Baru) yang diperkuat dengan adanya reformasi telekomunikasi 1999 (ditandai diberlakukannya UU Nomor 36 Tahun 1999 Telekomunikasi). Sebab, setelah terjadi reformasi politik 1998 dan reformasi telekomunikasi 1999 itulah, arus informasi dapat berkembang bebas tanpa adanya pengaruh kekuasaan yang represif lagi, sedang pengelolaan jasa telekomunikasi juga tidak

dimonopoli lagi oleh pemerintah. Perubahan mendasar ini telah mendorong terjadinya konvergensi antara teknologi, telekomunikasi dan informasi.

F. PERSIAPAN MENYAMBUT ERA KONVERGENSI.

Mempersiapkan Konvergensi TIK tidak semudah membalikkan tangan, seperti cerita sangkuriang atau konvergensi TIK akan mengalir begitu saja, walaupun mesin penggerakannya adalah harapan masyarakat terhadap telekomunikasi, namun harus ada pihak-pihak yang serius mempersiapkannya baik dari pemerintah (regulator), swasta (operator), akademisi atau praktisi TIK dan lain-lainnya yang benar-benar saling mendukung untuk mempersiapkannya agar konvergensi TIK tidak menimbulkan masalah baru.

Adapun komponen yang perlu dipersiapkan antara lain, Regulasi Infrastruktur telekomunikasi, Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang pendidikan dan industri dan masih banyak lagi hal-hal yang perlu dipersiapkan..

1. Regulasi.

- a. Perubahan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Pemerintah dalam hal ini

Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi mempunyai beberapa program prioritas yang harus segera diselesaikan, namun program yang paling mendesak untuk menunjang pencapaian sasaran pembangunan telekomunikasi adalah penyelesaian sejumlah rancangan regulasi Telekomunikasi.

Kesiapan untuk menyambut kehadiran era konvergensi di bidang TIK, Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia/ Ditjen Postel bersama stakeholder telekomunikasi telah melakukan kajian terhadap Undang-undang Nomor: 36 Tahun 1999, Tentang Telekomunikasi, dan menurut Heru Sutadi selaku anggota BRTI mengenai perlunya revisi atas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang telekomunikasi

Setidaknya Masyarakat Telematika dan anggota DPR yang concern terhadap perkembangan industri telekomunikasi menyuarakan hal itu. Undang-Undang yang baru berumur sepuluh tahun tersebut dinilai sudah harus diperbarui agar dapat mengikuti perkembangan teknologi, bisnis, dan tantangan ke depan. Sesungguhnya,

sebelum keinginan merevisi UU mengemuka, tanpa banyak terekspos, Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) telah secara intens membedah kembali UU No 36/1999 dan menganalisisnya dengan melihat semua perkembangan yang terkait dengan industri telekomunikasi kini dan ke depan

Proses tersebut sudah dimulai sejak tahun lalu dengan dibentuknya satu Tim Kajian yang melibatkan pemangku kepentingan (stakeholders) telekomunikasi dari akademisi berbagai perguruan tinggi, pakar, praktisi hingga asosiasi-asosiasi, untuk berdiskusi dan berbagi pemikiran.

Tim Kajian Undang Undang No 36/1999 dibentuk mengingat perkembangan teknologi dewasa ini sudah memasuki paruh kedua dari era konvergensi antara telekomunikasi, media (penyiaran), dan informatika. Konvergensi adalah keniscayaan yang sudah menjadi kenyataan sehari-hari dan merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Para pemangku kepentingan di ketiga sektor tersebut sudah berancang-ancang memasuki tahapan selanjutnya dari era konvergensi teknologi. Pada saat ini, jasa telekomunikasi dengan mudah dapat merambah ke penyelenggaraan jasa lain yang berhubungan dengan penyiaran dan teknologi informasi.

Sementara itu, sebaliknya, jasa teknologi informasi juga sudah dapat menunjang penyelenggaraan telekomunikasi dan sekaligus penyiaran. Contohnya layanan mobile TV di mana kita bisa siaran televisi dari monitor telepon seluler.

Perkembangan yang pesat ini tentu belum terbayangkan beberapa tahun yang lalu sehingga pada tataran pengaturan dan pengelolaan negara belum ada pedoman dalam penyusunan kebijakan dan regulasi yang mengatur konvergensi ini. Walaupun ada beberapa kajian telah dilakukan, pada kenyataannya tetap diperlukan suatu kemauan politik menjadikan berbagai kajian sebagai kebijakan yang dapat dilaksanakan dan diterjemahkan ke dalam peraturan perundang-

undangan yang sesuai dengan kepentingan dan cita-cita bangsa Indonesia.

Untuk mengidentifikasi masalah dan pemecahannya, Tim Kajian Undang Undang No 36 Tahun 1999 dibagi dalam beberapa subtim spirit, bisnis, teknis, dan subtim hukum. Beberapa pertanyaan menggoda yang coba dicarikan jawabannya adalah ;

- 1) Prinsip, spirit, landasan pemikiran dan indikator perkembangan apa sajakah yang paling tepat diterapkan pada era konvergensi?
- 2) Bagaimana perkembangan dari aspek pelayanan publik, bisnis, fair competition and costumer protection pada era konvergensi saat ini?
- 3) Bagaimana perkembangan dari aspek industri dan teknologi pada era konvergensi saat ini? Dan keempat, bagaimanakah pengaturan aspek hukum, khususnya mengenai model regulasi, lisensi, kelembagaan, mekanisme penyelesaian sengketa dan sanksi yang akan diterapkan untuk menghadapi konvergensi?

Dari kajian awal didapat konklusi, semangat utama perubahan menuju regulasi konvergensi adalah menjaga harmonisasi antara kepentingan masyarakat banyak dan industri telekomunikasi, antara kemajuan teknologi konvergensi dan kebutuhan masyarakat akan layanan communication, computer, dan content (3C) yang murah, andal, aman, dan berkualitas, juga antara kepentingan nasional dan global.

Dengan menjaga harmonisasi ini, diharapkan Indonesia ke depan segera akan mencapai TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) untuk semua secara berkelanjutan yang pada gilirannya akan mendukung kemajuan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Untuk mencapai tujuan-tujuan itu perlu adanya dukungan regulasi yang mendukung konvergensi dan berorientasi pada koridor prokompetisi dan propelanggan. Pada aspek teknis harus ditekankan prinsip technology neutral dengan tetap mempertimbangkan efisiensi frekuensi.

Secara obyektif, regulasi juga harus mampu berperan sebagai pendorong perkembangan dan

inovasi teknologi informasi dan komunikasi, memberi ruang bagi terselenggaranya sistem penyelenggaraan pertahanan negara dan keamanan nasional, memberi tempat jaringan berbasis IP dan peluang usaha bagi seluruh masyarakat untuk menjadi pemilik maupun penyelenggara jaringan/jasa telekomunikasi.

Tak ketinggalan, ke depannya perlu juga dipikirkan regulasi mengenai peringatan, pemberitahuan dan penanganan keadaan darurat seperti adanya bencana alam, huru-hara, maupun terorisme.

Pada aspek bisnis, pengelolaan spektrum frekuensi radio yang bernilai ekonomis tinggi dan mengandung daya guna yang sangat besar bagi kemaslahatan bangsa perlu dilakukan secara efisien, efektif, dan terkendali. Untuk upaya peningkatan industri dalam negeri diperlukan adanya standar yang sifatnya nasional.

Peran pemerintah juga dibutuhkan agar mampu memproteksi dan memberikan subsidi bagi pertumbuhan industri TIK di Indonesia. Sementara di bidang persaingan usaha perlu adanya

pengaturan mengenai merger dan akuisisi penyelenggara yang tak menyebabkan antikompetisi. Adapun untuk kepentingan perlindungan konsumen perlu adanya pengaturan mengenai standar minimal kualitas/layanan, dan ditegaskan dalam tataran Undang Undang.

Perubahan regulasi dalam menjawab tantangan konvergensi, berdasar kajian awal, dapat dilakukan dalam bentuk unifikasi konvergensi atau harmonisasi Undang Undang yang sudah ada, tetapi tetap menjadikan konvergensi sebagai driving factor-nya.

Perubahan aspek-aspek hukum dalam regulasi konvergensi yaitu penyiaran dan teknologi informasi, pembentukan kelembagaan regulator yang efektif dan kompeten, pengaturan mekanisme penyelesaian sengketa khusus dan penerapan sanksi administratif dalam bentuk denda untuk efektivitas penegakan hukum.

Sambil regulator dan pemerintah menyiapkan kajian akademis regulasi konvergensi, yang perlu dicermati adalah apakah perubahan Undang Undang Telekomunikasi

masuk dalam agenda program legislasi nasional mendatang. Ini penting, sebab tanpa masuk program, kajian akan hanya menjadi kajian.

Pada 2009 ada hajat besar di mana pemilu kembali digelar, termasuk nantinya akan ada pergantian legislatif. Sebab sesuai kebiasaan, pembahasan yang dilakukan DPR sebelumnya, jika belum selesai, akan dimulai lagi dari awal oleh DPR berikutnya. Dengan demikian, jalan menuju regulasi yang konvergen tampaknya masih panjang dan tidak mudah.

- b) Perubahan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi.

Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi, disamping menunggu perubahan Undang - Undang Telekomunikasi masuk dalam agenda program legislasi nasional tahun 2009 atau agenda program berikutnya, Ditjen Postel sudah mengancang untuk mengadakan perubahan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi yang merupakan turunan dari

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi. Adapun alasan untuk penyempurnaan atau merevisi Peraturan Pemerintah tersebut adalah mengingat semakin cepatnya perkembangan pertumbuhan penyelenggaraan telekomunikasi, keinginan percepatan pemerataan pembangunannya dan antisipasinya terhadap era kompetisi di sektor telekomunikasi yang sesungguhnya saat ini sudah mulai berlangsung.

Pembahasan perubahan Peraturan Pemerintah ini disamping oleh internal Ditjen Postel dan BRTI yang pembahasannya cukup intensif, dan rancangan ini sudah disampaikan ke publik dalam bentuk konsultasi publik untuk memperoleh tanggapan dari berbagai pihak yang berkepentingan.

Perlu diketahui bahwa secara umum perubahan yang ada pada rancangan ini cukup beragam, yaitu :

Perubahan dan pengembangan substansi masalah

- a) interkoneksi;
- b) USO,

- c) Tarif,
- d) Perizinan,
- e) Sertifikasi perangkat,
- f) Penyadapan informasi,
- g) Pencabutan izin dan kewajiban denda.

Sedangkan beberapa hal lain yang cukup menarik untuk diperhatikan dan substansinya dihilangkan dari Peraturan Pemerintah ini adalah substansi yang menyangkut masalah penyiaran;

- a) Pasal 38 menyebutkan, bahwa penyelenggaraan telekomunikasi khusus diselenggarakan untuk keperluan: a. sendiri; b. pertahanan keamanan negara; c. penyiaran.

Pada rancangan yang baru ini, keperluan penyiaran dihilangkan. Sebagai konsekuensinya,

- b) Bab Keempat tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus Untuk Keperluan Penyiaran juga harus dihapuskan, yang terdiri dari Pasal 51, Pasal 52, Pasal 53 dan Pasal 54.

Penghapusan ini selain karena sekarang sudah ada Undang-undang No. 32 Tahun

2002 tentang Penyiaran, juga karena Peraturan Pemerintahnya juga sudah berlaku efektif, sehingga dipandang perlu untuk dilakukan minimalisasi duplikasi.

Dengan adanya rencana perubahan ini, diharapkan memungkinkan Ditjen Postel lebih leluasa dalam menyusun rancangan-rancangan regulasi lain yang terkait dengan penyelenggaraan telekomunikasi. Oleh karena itu, sejauh ini Ditjen Postel dalam menyusun regulasinya tetap mengacu pada ketentuan yang ada, sementara pada sisi lain penyelenggaraan telekomunikasi telah berkembang demikian pesat dan berikutan dengan tingginya tingkat persoalan yang harus diatasi oleh Ditjen Postel. Memang idealnya payung hukum yang lebih tinggi yang harus dirubah, yaitu Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi yang diakui sepenuhnya sudah saatnya harus segera direvisi, sehingga dapat lebih mengakomodasi segala persoalan yang ada. Namun demikian, saat ini Revisi Undang-Undang Telekomunikasi belum masuk

daftar prioritas pembahasan di DPR-RI sampai menjelang Pemilu 2009. Akan tetapi, meski belum prioritas, pembahasan ke arah revisi Undang-Undang Telekomunikasi tersebut sudah mulai dilakukan oleh Ditjen Postel dan BRTI. Bahkan dengan KPI pun pernah dilakukan workshop bersama, karena tidak tertutup kemungkinan wacana dan domain utama pada pembahasan nantinya lebih banyak mengacu pada konvergensi telekomunikasi dan penyiaran itu sendiri.

- c) Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Sejalan dengan tugas dan fungsi yang diemban Departemen Komunikasi dan Informatika, pengembangan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) tidak hanya diarahkan untuk menjalankan program information accesibility dan affordability, tetapi juga untuk menyiapkan masyarakat (socio e-readiness) dalam memanfaatkan TIK secara benar dan bertanggung jawab.

Kehadiran Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai landasan hukum pemanfaatan TIK yang sudah menyentuh berbagai segi kehidupan berbangsa dan bernegara, mengamanatkan Depkominfo serta berbagai institui pemerintah dan institusi masyarakat terkait untuk mendorong terwujudnya pemanfaatan TIK yang bertanggung jawab.

Atas dasar itulah maka visi Departemen Kominfo kini menitik beratkan pada terwujudnya penyelenggaraan komunikasi dan informatika yang efektif dan efisien menuju masyarakat informasi yang sejahtera dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Bagaimana dengan misinya, misi terdiri atas empat pilar besar meliputi:

- 1 Upaya membangun komunikasi publik yang efektif;
- 2 Ketersediaan dan kerterjangkauan informasi;
- 3 Efisiensi dan integritas layanan publik;
- 4 Pengembangan ekonomi informasi.

Keempat misi ini dijalankan dengan landasan atau driving value, kesatuan dan persatuan bangsa, sinergisme, inovasi nilai

dan kreatifitas, dan layanan publik yang profesional.

Disini titik temu yang kini akan dijalankan Depkominfo berkait dengan reformasi pelayanan publik, diakui sebagai Departemen yang mempunyai tugas dan fungsi dalam pengembangan bidang TIK, memang sudah seharusnya menjadikan TIK sebagai "ruh" dalam setiap aktivitas pelayanannya. Secara umum pengembangan pemanfaatan TIK di Depkominfo mempunyai dua dimensi:

- a) Melakukan otomasi terhadap kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh satuan kerja dengan menempatkan peralatan k o m p u t e r , komunikasiperangkat lunak pengolah kata/ teks, pengolah data dan presentasi, aplikasi khusus serta sejumlah snaner, storage, telepon multifungsi., t e l e c o n f e r e n c e , videoconference dan sebagainya. Semuanya dipasang dan digabungkan untuk memudahkan pekerjaan, memperoleh hasil yang lebih rapi, lebih teliti, lebih cepat yang pada akhirnya diharapkan m e n i g n k a t k a n

produktivitas dan cara kerja yang sekarang.

- b) Penggunaan TIK di Depkominfo adalah menciptakan suatu sistem informasi dengan tujuan mengorganisir dan memanfaatkan informasi untuk mendukung administrasi dan manajemen di lingkungan Depkominfo, serta mengembangkan kebijakan dan pembuatan keputusan agar supaya organisasi Depkominfo secara keseluruhan menjadi lebih efisien, efektif dan produktif sehingga penerimaan layanan (stakeholders) merasakan adanya perbedaan yang berarti dalam hal kemudahan memperoleh layanan.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) akan lebih memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis dan masyarakat dalam wahana ekonomi digital. Adopsi dari perundangan e-commerce merupakan langkah yang amat penting untuk pengembangan akses pasar kepada bisnis di tingkat regional dan internasional, pendapat Cahyana Ahmadjayadi selaku Dirjen Aptel Depkominfo.

Sementara aspek yang berkaitan dengan keamanan, hal yang bersifat kerahasiaan pribadi, perlindungan konsumen dan hak kekayaan intelektual merupakan hal yang dibahas dalam dunia ekonomi digital. Penyelarasan perundangan di tingkat regional, diharapkan dapat mendorong pasar konsumen internal dan eksternal serta pasar bisnis yang lebih besar dengan memfasilitasi kegiatan e-commerce lintas batas.

Undang Undang ITE mengatur sejumlah besar isu yang berkaitan dengan hukum cyber (cyber law) diantaranya, kondisi pendukung kegiatan komersial dengan jalur elektronik dan perjanjian elektronik, nama domain dan hak kepemilikan intelektual, hal yang bersifat kerahasiaan pribadi, pengaturan isi dan kejahatan cyber. Undang Undang ITE disebutnya sebagai perangkat hukum telah mencakup hal yang menjadi kondisi pendukung bagi e-commerce yang efektif dan memberi kekuatan hukum serta memberi keuntungan bagi kegiatan perdagangan melalui internet atau dunia maya.

Pada Pasal 5 dimana telah ditetapkan bahwa informasi

dan dokumen yang bersifat elektronik tidak diabaikan keabsahan hukumnya hanya karena informasi dan dokumen dalam bentuk elektronik, informasi yang bersifat elektronik dapat memenuhi persyaratan sebagai dokumen tertulis atau dokumen asli. Tentu Undang-Undang ini secara signifikan juga memberi perlindungan kepada konsumen, seperti yang tercantum dalam Pasal 9, memberikan perlindungan kepada konsumen yang melakukan pembelian barang dan jasa di jalur internet.

Sedangkan Pasal 11 sampai dengan 14, memberikan kemungkinan digunakannya tandatangan elektronik yang merupakan aspek kunci dan harus dilaksanakan dalam e-commerce yang efektif. Pasal 18 disebut, menguatkan kepastian hukum dalam perjanjian elektronik yang dinyatakan bahwa para pihak bebas untuk bersepakat dalam forum dan undang-undang yang berlaku bagi transaksi internasional.

Adapun Pasal 20 menguatkan kepastian hukum dalam perjanjian kerja kontrak secara elektronik, sementara Pasal 23 dan Pasal 24 mengatur

sejumlah aspek dalam pendaftaran dan penggunaan nama domain, Pasal 25 berisi sejumlah perlindungan hak kekayaan intelektual dalam kaitannya dengan komputer dan sistem elektronik (termasuk internet). Sedangkan Pasal 26 Undang-Undang ITE mengatur hal-hal yang bersifat pribadi yang mensyaratkan pihak yang berkepentingan harus memberikan persetujuannya sebelum informasi yang bersifat pribadi tersebut digunakan.

Menurut Moh. Nuh, Undang-Undang ITE melindungi moral bangsa, dan Pemerintah Indonesia merasa sangat berkepentingan terhadap perlindungan generasi muda yang di dalamnya mengatur upaya melindungi masyarakat dari situs-situs a-susila, apa lagi generasi muda yang merupakan harapan bangsa dimasa depan, dimana dikhawatirkan generasi muda yang sangat permisif (apa saja boleh) sehingga seringkali terjadi kasus a-susila akibat pergaulan bebas, sudah barang tentu kondisi ini kedepannya dapat melemahkan generasi bangsa, untuk itu dapat dilihat dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal

28 melarang penyebaran dan pengedaran bahan atau materi yang melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan dan mengusik kemarahan atau kebencian terhadap kelompok tertentu seperti Sara, sudah diatur, sementara Pasal 29 sampai dengan 37 mencakup berbagai hal yang berkaitan dengan kejahatan cyber, illegal content, illegal access, illegal Interceotion, Data Interferencem, Sistem Interference, Misue of devices, Computer related fraud dan forgery.

G. PEMBAGUNAN INFRASTRUKTUR

1. Jaringan Tetap dan Seluler.

Dengan kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari 17 ribu pulau (6 ribu pulau berpenduduk) dalam area 1.919.440 km², pembangunan infrastruktur telekomunikasi memiliki tantangan tersendiri. Infrastruktur telekomunikasi kabel dapat dikatakan kurang efisien dalam menjangkau daerah-daerah terpencil.

Pada kuartal pertama tahun 2007 saja terdapat sekitar 8.7 juta satuan sambungan telepon tetap dimana penggunaannya masih didominasi sekitar 40 % oleh sepuluh kota besar di Indonesia.

Sebagai perbandingan, pada kuartal pertama tahun 2007, jumlah pengguna telepon seluler mencapai angka di kisaran 63 juta, untuk ke depannya angka ini akan terus bertambah dengan cepat sesuai dengan pembangunan infrastrukturnya. Berkaitan dengan konvergensi TIK, pesatnya pembangunan infrastruktur seluler di daerah-daerah terpencil akan sangat menguntungkan, selain dari sisi penggunaan telekomunikasi, layanan-layanan yang berkaitan dengan informasi pun akan didapat dengan cepat. Contohnya adalah layanan internet, konvergensi TIK disertai dengan semakin luasnya infrastruktur telekomunikasi menjadikan penggunaan internet di Indonesia pun akan menjadi semakin luas, jika saat ini penetrasi internet hanya sekitar 9.1 % atau sekitar 20 juta pengguna dan 70 % dari jumlah tersebut berada pada wilayah Jakarta dan sekitarnya, maka kedepannya dengan adanya semakin terintegrasinya TIK, jumlah tersebut dapat semakin ditingkatkan dan diperluas ke seluruh wilayah Indonesia.

Berdasarkan data dari pelaku industri telekomunikasi dalam hal ini PT Telkom dan dari

berbagai sumber lainnya terlihat bahwa kecenderungan infrastruktur akses TIK, Indonesia akan terus berkembang kondisi infrastruktur akses di Indonesia pada terlihat bahwa akses seluler yang cukup mendominasi 28,6 % yang diikuti dengan internet 11,4 % dan kemungkinan pada tahun-tahun mendatang diperkirakan yang akan meningkat adalah akses pita besar.

Dominasi penetrasi seluler menjanjikan besarnya peluang bagi adanya konvergensi dalam layanan maupun aplikasi, selain itu proyeksi pertambahan tahun mendatang yaitu pada tahun 2010 diperkirakan meningkat hampir 15 kali bila dibandingkan pada tahun 2006.

Pemerintah sedang berusaha memenuhi kebutuhan telepon bagi sekitar 38.000 dari total 72.000 desa yang belum tersambung, dan masih banyak desa di Indonesia yang belum memiliki sambungan telepon.

Sedangkan Program Pokok dan Kegiatan Prioritas Ditjen Postel Untuk Bidang Telekomunikasi Pada Tahun Anggaran 2008 dan Antisipasi 2009 dan 2010

Secara umum sasaran pembangunan telekomunikasi

yang hendak dicapai pada RPJM 2004 - 2009 adalah terwujudnya penyelenggaraan telekomunikasi yang efisien, yaitu yang mampu mendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi nasional dengan tetap memperhatikan kemanfaatan aspek sosial dan komersial. Di samping itu juga dengan sasaran untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat akan layanan dan telekomunikasi. Kedua sasaran umum tersebut dijabarkan ke dalam sasaran pendukung, yaitu:

- a. Tercapainya teledensitas sam-bungan tetap sebesar 13 persen dan sistem telekomunikasi bergerak sebesar 20 persen.
- b. Selesainya pembangunan sam-bungan baru di 43 ribu desa. Sedangkan sasaran strategisnya secara kualitatif: tarif yang relatif semakin murah; distribusi layanan yang semakin merata guna mempercepat kapasitas produksi dan daya saing industri telekomunikasi nasional; dan mendorong pemanfaatan layanan telekomunikasi secara produktif, bijak dan

komprehensif dari perspektif sosial, ekonomi, budaya, politik dan hankam. Adapun sasaran secara kuantitatif adalah berupa peningkatan teledensitas secara signifikan (sambungan tetap : 13% dan telepon bergerak : 40%) dan pembangunan akses telekomunikasi di 38.471 desa.

2. Palapa Ring.

Salah satu media yang dapat diandalkan adalah serat optik, jaringan ini mampu menyalurkan informasi dengan kecepatan tinggi, dengan memasuki era konvergensi, maka masalah kebutuhan bandwidth dapat diatasi dengan menggunakan infrastruktur serat optik, dengan adanya nota kesepahaman tentang pembangunan Jaringan Serat Optik Nasional Palapa Ring tahap 1 Indonesia Timur, maka kedepannya infrastruktur ini akan mencakup seluruh wilayah Indonesia.

Keberadaan proyek Palapa Ring di latar belakang oleh suatu kondisi, bahwa seluruh rakyat Indonesia berhak untuk memperoleh akses informasi,

sehingga tidak berada pada posisi ketertinggalan informasi (digital divide), mengingat selama ini tingkat teledensitas masih sangat rendah meskipun dibandingkan untuk kawasan Asia Tenggara. Padahal pada sisi yang lain, telekomunikasi memiliki peran yang sangat strategis (sumber Siaran pers Depkominfo 2007)

Menteri Komunikasdi dan Informatika Mohammad Nuh sebenarnya telah menargetkan program Palapa ring yang menghubungkan jaringan fiber kawasan Indonesia barat dan timur dapat beroperasi pada tahun 2008, mengingat program ini dapat memperkecil digital divide (kesenjangan digital) di Indonesia. Pembangunan jaringan fiber optik di kawasan Indonesia panjangnya mencapai 10.000 Km.

Melalui pembangunan jaringan ini diharapkan dapat menarik investor untuk menanamkan investasinya, karena jaringan ini nantinya dapat digunakan untuk menstabilkan data lebih dari 300 gigabyte, jaringan akan digunakan dengan content pembelajaran seperti e-education dan e-health dan dapat digunakan menstabilkan informasi dari Jakarta ke daerah timur Indonesia, bahkan

natinya Puskesmas di daerah tidak akan lagi terhambat dalam memperoleh informasi, "Misalnya di Kalimantan ada yang melahirkan tidak normal, maka nantinya dapat langsung berhubungan dengan yang di Bandung untuk mengetahui bagaimana cara melahirkan dan apa obatnya.

Pembangunan jaringan ini membutuhkan dana sekitar Rp 4 Triliun, kebutuhan ini akan terpenuhi dengan cara konsorsium yang terdiri dari tujuh perusahaan swasta, seperti Telkom, Indosat, Exelcomindo dan Bakri telkom, PT Powertek Utama Internusa dan PT Infokom Elektrindo, dengan dukungan dari Pemda setempat. Diproyeksikan tahapan ini akan mampu mengakselerasi gerak roda perekonomian di wilayah BT.

Palapa Ring merupakan proyek infrastruktur jaringan berbasis kabel serat optik yang membentang sepanjang wilayah dari Sumatera Utara hingga Papua bagian barat yang akan meliputi antara lain; Biak Numfor, Bima, Bone, Bulukumba, Ende, Fakfak, Gorontalo, Halmehera Tengah, Jayapura, Kolaka, Kupang, Manokwari, Merauke, Mimika, Parigi Moutog, Poso, Sarmi dan

Sikka, Sorong, Sorong Selatan, Sumba Timur, Sumbawa, Ambon, Bitung, Kendari, Makassar, Manado, Mataram, Paludan Ternate.

Beberapa industri dalam negeri yang akan terlibat antara lain meliputi perusahaan konstruksi bawah laut, produsen kabel serat optik, produsen amplifier, produsen multiplexer.

Konsorsium Palapa Ring yang diinisiasi oleh Persatuan Insinyur Indonesia (PII) dan Ikatan Alumni ITB (IA-ITB) ini akan memfasilitasi terajutnya jejaring atau network dari segenap industri telekomunikasi dalam negeri, baik perusahaan kecil, menengah ataupun besar untuk bersama memberi kontribusi kepada pengembangan yang signifikan dari Industri Dalam Negeri secara keseluruhan, khususnya di sektor telekomunikasi, dengan memanfaatkan program nasional sebagai locomotive project, yaitu pembangunan infrastruktur Palapa Ring.

Palapa Ring diproyeksikan untuk merangsang pertumbuhan dari aplikasi elektronik yang sudah mulai berkembang saat ini. Mulai dari yang menggunakan IP-base

seperti e-gov, e-portal, e-finance, e-procurement, e-learning, yang terintegrasi secara nasional, sampai dengan telepon pedesaan, warnet, wartel. Selain itu Palapa Ring diharapkan akan mampu mengakselerasi program USO nasional. Sudah diproyeksikan bahwa setiap daerah yang selama ini belum dapat menikmati pesatnya perkembangan industri telekomunikasi dan informatika akan segera terjangkau oleh program Palapa Ring ini, termasuk di dalamnya industri pendukung disektor front-end dan back-end.

3. Broadband Wireless Access (BWA).

Potensi pertumbuhan pengguna teknologi broadband wireless di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan grafik yang sangat pesat, "Peluang penggunaan broadband wireless yang ditawarkan mengalami peningkatan yang pesat sehingga penggunaannya pun terus tumbuh," demikian kata Taufik dalam Ceramah Ilmiah Prospek Pengembangan Broadband Wireless di Indonesia.

Broadband wireless berpotensi

untuk memenuhi kebutuhan keragaman informasi yang konvergen dalam satu perangkat layanan ini, juga menunjukkan potensi pertumbuhan yang sangat kuat terutama di Malaysia dan Thailand sebagaimana hasil penelitian pada ASEAN Broadband.

Di di Negara Uni Eropa tahun 2004 menunjukkan adanya satu korelasi kuat antara perkembangan broadband dengan pertumbuhan ekonomi, sekitar 40 persen dari pertumbuhan produktivitas kerja dicapai berkat penggunaan ICT, terutama broadband wireless. namun yang dihadapi saat ini spektrum frekuensi broadband wireless sangat terbatas sementara peminatnya semakin meningkat.

Untuk mendorong penggunaan broadband adalah aplikasi dan konten harus dibarengi dengan pembangunan jaringan broadband maupun provider sehingga aplikasi dan konten akan muncul. Antara Aplikasi dan Konten, Jaringan Broadband maupun provider saling berkaitan sehingga jika tidak semua tidak akan berjalan, hal ini menyebabkan permasalahan pembangunan broadband

menjadi cukup kompleks.

Dengan hadirnya konvergensi pemerintah dan para industri telekomunikasi di Indonesia tampak ikut berperan aktif, pemerintah meminta industri dalam negeri dapat berperan dalam menyediakan perangkat-perangkat yang dibutuhkan dengan memproduksi di dalam negeri dengan acuan bahwa untuk setiap produk yang beredar di dalam negeri harus terdapat konten lokal 20 %, permintaan ini telah diantisipasi oleh konsorsium industri PT INTI, PT Hariff, PT Quasar, Indonesia Tower dan LIPI yang mengembangkan perangkat BWA (Adiseno,2007).

Sebagaimana diketahui bahwa, Akses Pita Lebar berbasis Nirkabel atau *Broadband Wireless Access* (BWA) merupakan teknologi akses yang dapat menawarkan akses data/internet berkecepatan tinggi dan berkemampuan menyediakan layanan kapan dan dimanapun (*anytime anywhere*) dengan menggunakan media nirkabel. Sejumlah layanan yang dapat disediakan oleh penyelenggaraan BWA antara lain akses internet pita lebar, VoIP/Teleponi, Multimedia, layanan *on demand*,

yang dapat diakses melalui 1 perangkat secara bersamaan. Dalam penyelenggaraan layanan *broadband*, terdapat 2 kategori layanan, yaitu *Fixed BWA* dan *Mobile BWA*. *Fixed BWA* menawarkan layanan akses pelanggan tetap (sebagaimana yang telah diterapkan pada layanan-layanan BWA sebelumnya), sedang *Mobile BWA* dapat digunakan untuk akses pelanggan tetap dan bergerak. Sejumlah standar teknologi yang sedang dikembangkan dan diperjuangkan untuk menjadi standar global untuk layanan BWA antara lain WCDMA (3GPP), CDMA1xEVDO (3GPP2), WiFi (802.11), WIMAX (802.16) dan MobileFi (802.20).

Menyikapi potensi pasar dan pengembangan standar teknologi yang tengah berkembang, sejak tahun 2006 Pemerintah telah berupaya mendorong kemampuan pengembangan industri dalam negeri sehingga dapat semaksimal mungkin berpartisipasi dalam penyelenggaraan layanan akses internet pita lebar menggunakan frekuensi BWA. Sejauh ini penyelenggaraan layanan *broadband* diselenggarakan oleh

penyelenggara jaringan eksisting selular maupun PSTN (untuk 9 layanan teleponi) yang berfungsi sebagai layanan komplementer bagi jasa-jasa yang telah dimiliki oleh penyelenggara teleponi tersebut. Sedangkan oleh penyelenggara lainnya, layanan *broadband* tersebut menjadi andalan utama untuk berkompetisi melalui penyediaan layanan multimedia, internet, termasuk VoIP. Jika melihat perkembangan teknologi *wireless* di Indonesia, penggunaan layanan *broadband* dapat dikatakan tidak sepesat penggunaan layanan seluler. Saat ini pengguna seluler sudah mencapai lebih dari 100 juta pengguna. Berikut ini adalah beberapa hal yang menjadi catatan mengapa *broadband access* tidak mengalami perkembangan seperti halnya seluler, antara lain karena:

- a. Seperti layaknya fenomena PSTN dan seluler yang terjadi dewasa ini, operator di Indonesia umumnya mengalami keterlambatan dalam menyediakan media *wireline* untuk menyediakan akses *broadband* internet.
- b. Di lain pihak bila dikomparasi dengan negara maju akses *broadband* internet umumnya bertumpu pada teknologi xDSL (pengembangan PSTN) dan HFC (pengembangan *Cable TV*).
- c. Operator PSTN dan *Cable TV* seharusnya dapat secara cepat dan murah dalam menyediakan akses internet *broadband*, karena investasinya yang relatif kecil dengan hanya meng-upgrade sedikit dari infrastruktur yang telah dimiliki. Di Indonesia sendiri, kenyataannya kebangkitan ADSL (Telkom) dan HFC (First Media) baru dirasakan akhir-akhir ini. Dan sebenarnya konsumen (*market*) sangat antusias menyambut kehadirannya.
- d. Justru layanan seluler melalui GPRS/EDGE dan 3G (HSDPA) yang telah menunjukkan grafik peningkatan

Hanya saja, penyelenggaraan *broadband* saat ini menghadapi beberapa permasalahan yang menyangkut pemanfaatan spektrum frekuensi yang telah dialokasikan ke sejumlah penyelenggara telekomunikasi seperti ISP (*Internet Service Pro-*

vider), NAP (*Network Access Point*), penyelenggara jaringan tetap lokal berbasis *packet switched* dan penyelenggara jasa multimedia.

Berdasarkan pada latar belakang yang dikemukakan di atas, dapat diinventarisasi permasalahan mendasar yang mengakibatkan tertundanya penetrasi akses internet broadband di Indonesia. adalah :

Infrastruktur telekomunikasi

- a. *Backbone* dan *backhaul* kabel optik di domestik terbatas (distribusi antarkota dan di dalam kota kadang-kadang sukar diperoleh) dan bilapun ada biaya sewanya relatif mahal.
- b. Semua *content* harus selalu dibawa ke Jakarta, karena *Internet Exchange* dan *Landing Point International backbone* berada di Jakarta
- c. Indonesia sempat mengalami masa dimana *backbone* international merupakan kendala (kapasitas terbatas & harga sangat mahal), namun sekarang ini dengan hadirnya beberapa alternatif kabel laut dari beberapa penyelenggara baru dan begitu banyaknya satelit asing, kompetisi

menjadi sangat ketat sehingga umumnya tariff *backbone* internasional semakin turun menuju ke tingkat harga yang rasional.

Kebutuhan (*demand*)

- a. Profil pengguna internet di Indonesia sangat kritis, sangat berbeda dengan profil pengguna voice, pengguna internet menginginkan biaya sangat murah (*almost free*) dengan kualitas yang cukup baik.
- b. Pasar di daerah belum tumbuh secara signifikan, masih menunggu minat generasi muda yang sekarang masih dalam usia sekolah (SMP dan SMA) untuk lebih memanfaatkan internet.

Konten

- a. 80-90 % profil konten Internet masih diakses dari luar negeri, sehingga sedikit sekali penyedia konten lokal (*local content provider*) yang menjadi tujuan akses pengguna.
- b. Portal - portal besar seperti Google, Yahoo, Microsoft dll, yang notabene *generator internet visitor* dalam jumlah *massive* masih berada di luar negeri.

Perangkat

Komputer murah, sudah mulai tersedia, namun belum menjangkau daerah-daerah terutama sekolah-sekolah masih sangat membutuhkan *supply* secara langsung dengan harga yang murah.

Sedangkan dari sisi penyelenggara *broadband* eksisting, pemanfaatan spektrum frekuensi BWA yang telah dialokasikan, terdapat permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

- a. Penggunaan frekuensi telah dia-lokasikan ke sejumlah penyelenggara telekomunikasi seperti ISP, NAP, penyelenggara jaringan tetap local berbasis *packet switched* & penyelenggara multimedia.
- b. Penyelenggara yang telah mendapatkan alokasi frekuensi BWA, belum memanfaatkan spektrum frekuensi yang diberikan secara optimal dan penggunaannya teridentifikasi melanggar ketentuan.
- c. Standar BWA lama belum menggunakan standar terbuka sehingga terdapat beragam sistem pengkalan.

- d. Belum optimalnya teknik mitigasi interferensi pada penggunaan bersama/ *sharing* antara operasional BWA eksisting dengan sistem komunikasi radio seperti stasiun bumi sistem satelit *extended C*. Terdapat permasalahan interferensi antara operasional satelit *extended C* band dan BWA pada pita 3400 – 3700 MHz.
- e. Banyak permohonan izin baru sementara ketersediaan spektrum frekuensi untuk layanan *broadband* sangat terbatas.
- f. Penetapan tarif BHP untuk layanan *broadband* berbasis Izin Stasiun Radio (ISR) sehingga tidak mendorong penyelenggara untuk mengembangkannya.

4. Universal Service Obligation (USO)

Universal Service Obligation pada prinsipnya merupakan tuntutan globalisasi dalam menyambut era konvergensi yang berorientasi untuk menjangkau pelayanan seluas-luasnya.

USO adalah kewajiban yang dibebankan kepada penyelenggara jaringan dan atau jasa telekomunikasi untuk

memenuhi aksesibilitas bagi wilayah atau sebagian masyarakat yang belum terjangkau oleh penyelenggaraan jaringan dan atau jasa telekomunikasi.

Program USO didanai oleh sebagian pendapatan operator, untuk jangka menengah dan tahap awal pelaksanaan pembangunan sarana telekomunikasi adalah membangun infrastruktur pedesaan yang dana asalnya dari pemerintah yang dialokasikan dalam APBN.

Perlu diketahui bahwa, pada tahun 2003 (dengan dana APBN sebesar Rp 45 Milyar) telah dibangun sebanyak 3.013 desa, yang tersebar di daerah Sumatera, Jawa, Kalimantan dan Kawasan Indonesia Bagian Timor. Kemudian pada tahun 2004 (dengan dana APBN sebesar Rp 43, 5 Milyar) pemerintah telah membangun kembali sebanyak 2.635 sst di 2.341 desa yang merupakan bagian dari rencana jangka panjang sebanyak + 43.000 desa yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia . Oleh karenanya, dengan telah ditetapkannya Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2005 tentang Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan

Pajak yang berlaku pada Departemen Komunikasi dan Informatika, maka pada tahun 2006 program USO merencanakan pembangunan untuk sekitar 10.000 desa; tahun 2007 untuk sekitar 10.825 desa dan tahun 2008 untuk sekitar 11.625 desa sebagai bagian dari implementasi master plan pembangunan USO dengan penggunaan teknologi radio, seluler, PFS, VSAT dan IP-Based, serta FWA.

Pemerintah menyadari sepenuhnya, bahwa pembebanan pembangunan USO melalui APBN seperti yang pernah berlangsung pada tahun 2003 dan 2004 tersebut di atas tidak dapat diteruskan. Hal ini karena dana APBN semakin terbatas. Sebagai konsekuensinya, jumlah kumulatif desa yang dapat memperoleh pembangunan fasilitas USO dengan dana APBN juga sangat terbatas jumlahnya, sehingga harapan agar seluruh desa yang masih terkendala akses telekomunikasi tidak dapat segera memperoleh akses tersebut. Itulah sebabnya, satu-satunya alternatif yang kemudian diputuskan oleh pemerintah adalah melalui penarikan kontribusi USO

telekomunikasi dari para penyelenggara telekomunikasi.

Dengan berlipatnya jumlah dana kontribusi ini, diharapkan pula jumlah desa yang segera dapat terakses telekomunikasi dapat segera terealisasi secara bertahap namun dengan tingkat akselerasi yang cukup tinggi.

Rangkaian tindakan cepat yang telah dilakukan oleh Ditjen Postel dalam persiapan pelaksanaan pembangunan USO melalui kontribusi USO telekomunikasi ini antara lain berupa penanda-tanganan Nota Kesepahaman dalam rangka implementasi pembangunan akses telepon pedesaan antara Menteri Komunikasi dan Informatika, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal pada tanggal 17 Oktober 2005 yang lalu di Kantor Depkominfo.

Melalui nota kesepahaman tersebut, diharapkan kerjasama dan koordinasi pembangunan USO dapat berlangsung secara lebih efektif, karena sesuai dengan nota kesepahaman tersebut, maka masing-masing pihak mempunyai fungsi :

Fungsi Depkominfo

Merencanakan pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan pengembangan jasa di wilayah pelayanan universal;

- a. Menetapkan wilayah pelayanan universal;
- b. Melaksanakan pembangunan infrastruktur dan pengembangan jasa telekomunikasi di wilayah pelayanan universal;
- c. Mengoperasikan dan memelihara aset hasil pembangunan infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal;
- d. Menetapkan tarif jasa telekomunikasi di wilayah pelayanan universal;
- e. Menjamin tersedianya interkoneksi di wilayah pelayanan universal;
- f. Melaksanakan relokasi infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal;
- g. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian serta evaluasi terhadap pelaksanaan pembangunan dan pengoperasian infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal.

Fungsi Depdagri

- a. Mengusulkan kepada Depkominfo nama desa atau sebutan lainnya dan atau kecamatan di lokasi wilayah pelayanan universal untuk ditetapkan sebagai wilayah pembangunan infrastruktur telekomunikasi berdasarkan usulan pemerintah propinsi, pemerintah kabupaten dan pemerintah kota;
- b. Memberikan arahan kebijakan kepada Pemerintah Daerah untuk mendukung Depkominfo dalam pelaksanaan pembangunan infrastruktur telekomunikasi sesuai lingkup kewenangan dan kemampuan Pemerintah Daerah;
- c. Melaksanakan koordinasi dengan Depkominfo dan Pemerintah Daerah dalam rangka pembangunan dan pengoperasian infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal;
- d. Melaksanakan pemantauan dan evaluasi terhadap pemanfaatan infrastruktur telekomunikasi di wilayah

pelayanan universal dalam rangka pemberdayaan masyarakat dan desa;

- e. Mengusulkan relokasi infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal yang telah dibangun kepada Depkominfo.

Fungsi Kantor Meneg Pembangunan Daerah Tertinggal.

- a. Mengusulkan kepada Depkominfo nama desa - desa tertinggal di Kabupaten tertinggal untuk ditetapkan sebagai wilayah pembangunan dan pengoperasian infrastruktur telekomunikasi berdasarkan usulan pemerintah propinsi, pemerintah kabupaten setelah berkoordinasi dengan Depdagri;
- b. Melaksanakan koordinasi dengan Depkominfo dan Pemerintah Daerah dalam rangka pembangunan infrastruktur telekomunikasi di lokasi daerah tertinggal dalam wilayah pelayanan universal;
- c. Melaksanakan pemantauan

dan evaluasi terhadap pemanfaatan infrastruktur telekomunikasi di lokasi daerah tertinggal dalam wilayah pelayanan universal;

- d. Mengusulkan relokasi infrastruktur telekomunikasi di wilayah pelayanan universal yang telah dibangun kepada Depkominfo.

Mengingat cukup besarnya dana pembangunan USO melalui kontribusi USO telekomunikasi ini, Ditjen Postel mengadakan proses tender secara terbuka, sedangkan tender USO dibagi dalam 7 (tujuh) blok/ paket antara lain:

- a. Paket 1 mencakup : NAD Paket 1 (Nanggroe Aceh Darussalam , Sumatera Utara dan Sumatera Barat)
- b. Paket 2 (Jambi, Riau, Kepulauan Riau, Kepulauan Bangka Belitung, Bengkulu, Sumatera Selatan dan Lampung)
- c. Paket 3 (Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur dan Kalimantan Selatan) .
- d. Paket 4(Sulawesi Utara, Gorontalo, Sulawesi

Tengah, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Maluku dan Maluku Utara)

- e. Paket 5 (Papua dan Irian Jaya Barat)
- f. Paket 6 (Bali , Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur)
- g. Paket 7 (Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Timur).

Melalui siaran Pers Nomor : 42/PIH?KOMINFO/1/2009, Menteri Komunikasi dan Informatika Mohammad Nuh pada tanggal 7 Januari 2009 telah mengumumkan pemenang lelang USO untuk Paket 7 (tujuh) yang wilayahnya terdiri dari Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Timur. Pemenangnya adalah PT Telekomunikasi Seluler dengan perincian nilai bonot teknis: 32,56; Nilai bobot harga/ biaya 60,00; Nilai Total bonot 92,56 dan nilai harga penawaran Rp 201.070.814.184.

Dan Paket 2 (dua) (Jambi, Riau, Kepri, Babel, Bengkulu, Sumsel dan Lampung). Pemenangnya adalah PT Telekomunikasi

Seluler, dengan rincian : Nilai Bobot Teknis : 32,56, Nilai bobot harga/biaya : 57,07 dan Nilai total bobot : 89,63 dan nilai harga penawaran Rp 333.070.219.110;

Sedangkan untuk paket 1,3 dan 6 melalui siaran pers No. 46/PIH/Kominfo/1/2009, tanggal 13 Januari 2009 telah menetapkan para pemanangnya antara lain :

Paket 1 mencakup : NAD Paket 1 (Nanggroe Aceh Darussalam , Sumatera Utara dan Sumatera Barat) Pemenangnya adalah PT Telekomunikasi Seluler, dengan rincian : Nilai Bobot Teknis : 32,56, Nilai bobot harga/biaya : 60,00 dan Nilai total bobot : 92,56 dan nilai harga penawaran Rp 553.598.298.243;

Paket 3 (Jambi, Riau, Kepulauan Riau, Kepulauan Bangka Belitung, Bengkulu, Sumatera Selatan dan Lampung) Pemenangnya adalah PT Telekomunikasi Seluler, dengan rincian : Nilai Bobot Teknis : 33,04, Nilai bobot harga/biaya : 60,00 dan Nilai total bobot : 93,04 dan nilai harga penawaran Rp 365.898.864.682;

Paket 6 (Bali , Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur

) Pemenangnya adalah PT Telekomunikasi Seluler, dengan rincian : Nilai Bobot Teknis : 32,64, Nilai bobot harga/biaya : 60,00 dan Nilai total bobot : 92,64 dan nilai harga penawaran Rp 209.042.257.717;

Namun apabila kita lihat sisa peserta lelang untuk paket berikutnya yang belum diumumkan adalah paket 4 dan paket 5 untuk paket 4 pesertanya (PT. Telkom dan PT. Telkomsel), Paket 5 (PT. Telkom dan PT. Telkomsel). Maka sudah jelas tender didominasi oleh Grup Telkom, dalam siaran pers No. 46/PIH/KOMINFO / 1 / 2 0 0 9 mengatakan bahwa kemenangan yang didominasi oleh penyelenggara telekomunikasi tertentu (dalam hal ini PT Telkomsel) adalah menang secara *kebetulan* dan Departemen Kominfo sama sekali tidak memiliki suatu agenda dan alasan tertentu (hidden agenda) yang sengaja atau tidak sengaja mendorong penyelenggara telekomunikasi tersebut untuk harus menjadi pemenang, dengan alasan :

- a. Proses lelang USO ini sudah dilakukan secara transparan, terbuka dan obyektif;

- b. Departemen Kominfo tidak pernah memerintahkan kepada Panitia untuk memenangkan suatu penyelenggara telekomunikasi tertentu saja;
- c. Bahwasanya ada satu penyelenggara telekomunikasi menjadi pemenang di beberapa paket pekerjaan adalah sangat mungkin, karena setiap paket pekerjaan memang terbuka bagi setiap penyelenggara telekomunikasi untuk turut mengikutinya meski sudah mendaftar pada paket yang lain; dan (yang paling pokok)
- d. Panitia pada khususnya dan Departemen Kominfo pada umumnya bertanggung jawabkan seluruh rangkaian kegiatan lelang penyediaan jasa akses telekomunikasi dan informatika perdesaan (program USO/Universal Services

Perlu diketahui pemerintah pernah mengungkapkan pemenang USO harus membangun jaringan tetap kabel hingga kepedesaan,

namun bila kita lihat para peserta lelang USO yang lulus seleksi terlihat menggunakan teknologi seluler dan satelit di luluskan dalam tahapan prakualifikasi.

Menurut informasi H. Santoso selaku Kepala Badan Telekomunikasi dan Informasi Pedesaan (BTIP) Pemenang USO nantinya dapat memanfaatkan jaringan dan teknologi yang dimilikinya, apabila mempunyai seluler maka dapat digunakan seluler, bila mempunyai satelit, maka dapat digunakan satelit, yang menjadi permasalahan adalah masalah penomeran karena antara seluler, satelit dan jaringan tetap memiliki perbedaan yang cukup signifikan dan hal-hal teknis lainnya penulis berharap semoga dapat diselesaikan sambil jalan.

H.PENUTUP.

Pada akhirnya penulis mengemukakan kesimpulan yang juga merupakan pokok-pokok temuan dari pembahasan dan kajian tentang kebijakan pemerintah di bidang telekomunikasi dan menyongsong era konvergensi, Kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan kajian tersebut adalah :

1. Pemerintah telah berupaya untuk melakukan berbagai pembenahan dan pengaturan di bidang telekomunikasi dalam upaya menyongsong era konvergensi. Upaya tersebut antara lain ditandai dengan perubahan atau merevisi Undang-Undang Nomor: 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, mengingat perkembangan teknologi dewasa ini sudah memasuki paruh kedua dari era konvergensi antara telekomunikasi, media (penyiaran), dan informatika.

Pada saat ini, jasa telekomunikasi dengan mudah dapat merambah ke penyelenggaraan jasa lain yang berhubungan dengan penyiaran dan teknologi informasi. Dan sebaliknya, jasa teknologi informasi juga sudah dapat menunjang penyelenggaraan telekomunikasi dan sekaligus penyiaran. Contohnya layanan mobile TV di mana kita bisa siaran televisi dari monitor telepon seluler.

Semangat utama perubahan menuju regulasi konvergensi adalah menjaga harmonisasi antara kepentingan masyarakat banyak dan industri telekomunikasi, antara kemajuan teknologi konvergensi dan kebutuhan masyarakat akan layanan communication, computer, dan content

(3C) yang murah, andal, aman, dan berkualitas, juga antara kepentingan nasional dan global.

2. Upaya tersebut telah dilakukan dan hal itu sudah diajukan ke DPR untuk masuk dalam agenda program legislasi nasional tahun 2009 atau agenda program berikutnya. Sambil menunggu pembahasan, Ditjen Postel sudah ancang-ancang untuk mengadakan perubahan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi yang merupakan turunan dari Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi. Adapun alasan untuk penyempurnaan atau merevisi Peraturan Pemerintah tersebut adalah mengingat semakin cepatnya perkembangan pertumbuhan penyelenggaraan telekomunikasi, keinginan percepatan pemerataan pembangunannya dan antisipasinya terhadap era kompetisi di sektor telekomunikasi yang sesungguhnya saat ini sudah mulai berlangsung.

Perlu diketahui bahwa secara umum perubahan yang ada pada rancangan ini cukup beragam, yaitu :

Perubahan dan pengembangan substansi masalah

a)interkoneksi;b) USO, c)Tarif, d) Perizinan, e)Sertifikasi perangkat, f) P e n y a d a p a n informasi,g)Pencabutan izin dan kewajiban denda.

Sedangkan beberapa hal lain yang cukup menarik untuk diperhatikan dan substansinya dihilangkan dari Peraturan Pemerintah ini adalah Substansi yang menyangkut masalah penyiaran, telsus untuk keperluan penyiaran,

Kebijakan yang sangat mendesak dan dapandang efektif untuk dapat membangun kompetisi dalam era konvergensi antara lain melalui pembangunan-pembangunan antara lain :

3. Pembangunan Infrastruktur.

a. Pembangunan Jaringan Tetap dan Seluler

Mengingat Geografis Indonesia yang sangat luas dan merupakan negara kepulauan, pembangunan infrastruktur telekomunikasi memiliki tantangan tersendiri, Pembangunan jaringan kabel dapat dikatakan kurang efisien dalam menjangkau daerah-daerah terpencil, sedangkan saluran transmisi satelit dan terrestrial dirasa mampu mengatasi masalah yang duhadapi.

Secara umum sasaran pembangunan telekomunikasi

yang hendak dicapai adalah terwujudnya penyelenggaraan telekomunikasi yang efisien, yaitu yang mampu mendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi nasional dengan tetap memperhatikan kemanfaatan aspek sosial dan komersial.

b. Palapa Ring.

Proyek Palapa Ring di latar belakang oleh suatu kondisi, bahwa seluruh rakyat Indonesia berhak untuk memperoleh akses informasi, sehingga tidak berada pada posisi ketertinggalan informasi (digital divide), dan kedepannya infrastruktur ini akan mencakup seluruh wilayah Indonesia.

c. Broadband Wireless Access (BWA).

Potensi pertumbuhan pengguna teknologi broadband wireless di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan grafik yang sangat pesat dan berpotensi dapat memenuhi kebutuhan keragaman informasi yang konvergen dalam satu perangkat layanan, dan untuk pendorong penggunaan broadband aplikasi dan konten harus dibarengi dengan pembangunan jaringan broadband.

Jaringan Broadband maupun provider saling berkaitan sehingga jika tidak semua tidak akan berjalan, hal ini menyebabkan

permasalahan pembangunan broadband menjadi cukup kompleks. Menyikapi potensi pasar dan pengembangan standar teknologi yang tengah berkembang, sejak tahun 2006 Pemerintah telah berupaya mendorong kemampuan pengembangan industri dalam negeri sehingga dapat semaksimal mungkin berpartisipasi dalam penyelenggaraan layanan akses internet pita lebar menggunakan frekuensi BWA.

d. Universal Service Obligation (USO)

Universal Service Obligation pada prinsipnya merupakan tuntutan globalisasi dalam menyambut era konvergensi yang berorientasi untuk menjangkau pelayanan seluas-luasnya. Dalam persiapan pelaksanaan pembangunan USO melalui kontribusi USO telekomunikasi ini antara lain berupa penanda-tanganan Nota Kesepahaman dalam rangka implementasi pembangunan akses telepon pedesaan antara Menteri Komunikasi dan Informatika, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Negara Pembangunan Daerah Tertinggal pada tanggal yang mempunyai tugas dan fungsi masing-masing, sehingga program USO yang dimulai sejak tahun 2003 dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Kajian konvergensi TIK, Pusat Teknologi Informasi dan Komunikasi (BPPT).
Koran Republika, Rubrik Hukum, Kamis 5 Pebruari 2009
Koran Republika, Rubrik Nasional, Kamis 29 Januari 2009.
<http://www.depkominfo.go.id/>
<http://www.postel.go.id/>
Laporan Pokja Mastel Ttg Perubahan UU, Jakarta, 3 Juli 2007.
Tim I Jogjakarta, Nov 2007: Prinsip, Spirit, Landasan pemikiran dan Indikator perkembangan atas perubahn UU 36/99
Media Kominfo, Tahun Ke-3, No. 3-2008.

BIODATA

Drs. Soemarsono, Lahir di Jakarta 7 September 1966, Pendidikan S1 Ekonomi tahun 1991, Jabatan Peneliti Pertama pada Puslitbang Postel.

ANALISIS KEBIJAKAN PUBLIC SERVICE OBLIGATION (PSO) BIDANG POS

Sri Wahyuningsih

Abstract

Public Service Obligation (PSO) on Post Service heading up to now still assigned to PT.Pos Indonesia (BUMN). This assignment led to the consequences of the Government to provide compensation to PT.Pos Indonesia. Until now, the postal service provider in Indonesia consists of PT.Pos Indonesia (BUMN) and Perjastip (BUMS), so there is a question, whether the implementation of PSO can be implemented by the BUMS. Spradley model analysis has conducted on aspects of regulation, point of service and reach service, which became the main provisions in the implementation of PSO. From the analysis, implementation of PSO can not be done by BUMS, because not meet the criteria and requirements yet as the organizer.

Kata-Kata Kunci: PT.Pos Indonesia (BUMN), Perjastip (BUMS), PSO.

A. LATAR BELAKANG.

Public Service Obligation (PSO) bidang Pos atau Kewajiban Pelayanan Umum Pos adalah merupakan kewajiban pemerintah untuk memberikan layanan pos jenis tertentu sehingga memungkinkan masyarakat mengirim dan atau menerima berita dan barang dari satu titik ke titik lainnya bahkan harus mampu melayani dari satu titik ke titik lain di seluruh dunia. Dalam pelaksanaannya penyelenggaraannya, pemerintah menugaskan kepada PT.Pos Indonesia. Jadi pada hakekatnya penyediaan pos harus mampu menjangkau seluruh wilayah pedesaan terpencil, sebagai sarana komunikasi antar

individu, organisasi, pemerintah sehingga dapat meningkatkan hubungan antar bangsa.

Hal tersebut diatas sejalan dengan visi Departemen Komunikasi dan Informatika, yaitu terwujudnya masyarakat informasi yang sejahtera melalui penyelenggaraan komunikasi dan informatika yang efektif dan efisien dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan salah satu misinya adalah meningkatkan daya jangkau infrastruktur pos, komunikasi dan informatika untuk memperluas aksesibilitas masyarakat terhadap informasi dalam rangka mengurangi kesenjangan informasi.¹

Dengan terlaksananya penyelenggaraan PSO yang menjamin tersedianya layanan pos sampai ke pelosok tanah air, akan mendukung percepatan pembangunan masyarakat informasi, dengan salah satu cirinya adalah kecepatan, volume dan interaktifitas dalam komunikasi terus mengalami peningkatan (McQuail,2000:88)². Sehingga tidak ada lagi sebuah desa yang terisolir yang disebabkan kesulitan dalam melakukan komunikasi dengan wilayah lain.

Sampai saat ini Pemerintah masih menugaskan penyelenggaraan PSO kepada PT.Pos Indonesia, karena mempunyai infrastruktur yang memenuhi ketentuan sebagai penyelenggara PSO. Data yang didapatkan tentang potensi jangkauan Layanan Pos dari PT.Pos Indonesia sampai saat ini, tercatat sebagai berikut : ³

Kompensasi diberikan kepada Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) yang ditunjuk, tetap menyelenggarakan jasa pos walaupun dalam perhitungan bisnis, Kpclk yang bersangkutan kurang komersil, yang berakibat pendapatan tidak sesuai dengan dana operasional yang dikeluarkan.

Kewajiban Pelayanan Umum (PSO) bagi penyediaan infrastruktur, terutama di daerah terpencil, di daerah yang tidak *quick yielding*, serta di daerah dimana operator masih merugi, menjadi semakin penting untuk diperhatikan oleh pembuat kebijakan.⁴ Oleh karena itu, dengan adanya kewajiban layanan pos ke seluruh pelosok tanah air, mulai tahun 2003, PT.Pos Indonesia (Perum) mengajukan kompensasi PSO atas kerugian di Kantor Pos Cabang Luar Kota (KPCLK) yang ditunjuk untuk melaksanakan PSO Bidang Pos. Hal tersebut disebabkan, secara ekonomis pendapatan tidak dapat menutup

Kantor Pos (KP)	3.464
Kp Pemeriksa (Kprk)	207
Kp Cabang	3.261
Kp Cabang Kabupaten.....	88
Kp Cabang Dalam Kota.....	751
Kp Cabang Luar Kota	2.422
Unit Pelayanan Bergerak	3.512
(Pos Keliling Kota dan Desa)	
Unit Pelayanan Pos Lainnya	16.359
(Agenpos Desa, Pos Sekolah, Rumahpos dll)	
Fasilitas Pos Lainnya	99.497

biaya operasional, karena kebutuhan biaya untuk menyediakan layanan jasa pos lebih besar dari pendapatan yang diterima. Penunjukan penyelenggara PSO di tingkat Kpclk, setiap tahun tidak tentu sama, karena penunjukan akan disesuaikan dengan kriteria kantor yang perlu mendapatkan kompensasi dan jumlah dana yang diterima dari Pemerintah.

Dana PSO yang telah dialokasikan dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2007 adalah sebagai berikut (Tabel 1):

Tabel 1 menggambarkan, alokasi dana diajukan setiap tahun anggaran, disesuaikan dengan kebutuhan lokasi penyelenggaraan pada tahun bersangkutan, yang besarnya dan lokasi tidak selalu sama.

Tabel 1. Alokasi dana PSO PT.Pos Indonesia

Tahun	Uraian	Dana
2003	Kompensasi beban kerugian 1.772 unit infrastruktur layanan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) sesuai kontrak.	Rp.80 M
2004	Kompensasi beban kerugian 2.341 unit infrastruktur layanan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) sesuai kontrak.	Rp.115 M
2005	Kompensasi beban kerugian 2.341 unit infrastruktur layanan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) sesuai kontrak.	Rp. 113 M
2006	Kompensasi beban kerugian 2.341 unit infrastruktur layanan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) sesuai kontrak.	Rp.115 M
2007	Kompensasi beban kerugian 2.341 unit infrastruktur layanan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk) sesuai kontrak.	Rp.125 M

Sumber : Ditjen Postel, Grand Design Penyelenggaraan Pos Nasional, 2007

B. PERMASALAHAN

Dari hasil kajian Meneg Perekonomian permasalahan utama pelaksanaan PSO di PT.Pos Indonesia adalah sebagai berikut : Kompensasi yang diberikan kepada PT.Pos Indonesia adalah sebagai akibat adanya disparitas harga pokok penjualan dengan harga produk tertentu yang ditetapkan oleh pemerintah agar pelayanan terjamin dan terjangkau oleh sebagian besar masyarakat diseluruh wilayah RI

Berdasarkan UU No.6 tahun 1984 Tentang Pos, penyelenggara jasa pos di Indonesia ada dua, yaitu PT.Pos Indonesia (BUMN) dan Perusahaan Jasa Titipan (Perjastip/ BUMS). Sehingga pemberian dana PSO bidang Pos melalui PT.Pos Indonesia, menimbulkan pertanyaan bagi penyelenggara pos swasta/ perjastip. Wacana penyelenggaraan PSO dilaksanakan oleh pihak swastapun sering digulirkan. Dengan berkembangnya pasar bebas dan merebaknya isu penghapusan monopoli, berimbas kepada penyelenggaraan PSO, yang penunjukannya dianggap mempunyai nuansa monopoli.

Permasalahannya adalah : "*Apakah penyelenggaraan PSO bidang Pos dapat dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Swasta?*"

C. TUJUAN DAN MANFAAT.

Kegiatan ini bertujuan: pertama untuk analisis secara komprehensif pelaksanaan ketentuan yang berkaitan dengan penyelenggaraan PSO sehingga dapat dihasilkan gambaran yang jelas tentang penyelenggaraan PSO selama ini dan Kedua dari hasil analisis, akan menjawab kemungkinan penyelenggaraan PSO oleh Badan Usaha Milik Swasta.

D. LANDASAN TEORI

1. Prinsip - prinsip Dasar *Public Service Obligation (PSO)*.

Penyelenggaraan PSO, tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan Indonesia dalam keanggotaanya di UPU atau Perkumpulan Pos Sedunia. Dalam Memori Penjelasan atas Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1954 Tentang Perjanjian-perjanjian Pos Sedunia, Indonesia resmi menjadi anggota *Union Postale Universelle* (Perkumpulan Pos Sedunia) 16 Oktober 1951 dan telah ikut menandatangani Perjanjian-perjanjian Pos Sedunia. Tujuan UPU adalah menjamin organisasi dan menyempurnakan dinas-dinas pos, serta memajukan kerjasama internasional.

Prinsip-prinsip sebagai dasar bekerja anggota-anggota UPU adalah sebagai berikut :

- a. Semua negara anggota UPU dianggap sebagai satu daerah Pos, artinya di seluruh daerah UPU hanya ada satu macam peraturan-pokok, yaitu yang ditetapkan di dalam *Convention*;
- b. Pengiriman pos antara negara anggota melalui negara anggota lainnya dijamin (Keleluasaan transit), artinya bahwa setiap negara anggota yang menerima pos dari negara anggota lain, untuk negara anggota ketiga, diwajibkan meneruskan pos itu ke tempat tujuannya.

Akta UPU lainnya adalah konvensi pos yang mengatur prinsip-prinsip operasi internasional yang menyangkut bisnis surat pos dan paket pos, aturan teknis pelaksanaannya. Dalam Kongres UPU ke 22 di Beijing tahun 1999, menghasilkan Keputusan strategis UPU, yang kemudian disebut dengan *Beijing Postal Strategy (BPS)*, antara lain tentang Pelayanan Pos Universal.

Definisi layanan pos universal, sesuai dengan Konvensi Pos Sedunia adalah : ketentuan tetap mutu layanan pos pokok di semua titik di wilayah negara anggota, untuk pelanggan, dengan tarif terjangkau.⁵

Pada pasal 3 Konvensi Pos Sedunia yang dibuat di Bucharest,

tahun 2004 menyatakan, Layanan Pos Universal adalah :⁶

- a. Untuk mendukung konsep wilayah pos tunggal Perhimpunan, negara anggota harus menjamin bahwa semua pengguna / pelanggan menikmati hak atas layanan pos universal yang meliputi ketentuan tetap mutu *layanan pokok pos* di semua titik dalam wilayahnya, dengan tarif terjangkau;
- b. Dengan sasaran tersebut, negara anggota menetapkan cakupan layanan pos yang ditawarkan dan persyaratan untuk mutu dan tarif terjangkau dalam kerangka kerja undang-undang pos dalam negerinya atau sarana aturan lainnya, dengan mempertimbangkan baik kebutuhan penduduk maupun kondisi nasionalnya;
- c. Negara anggota menjamin bahwa tawaran layanan pos dan standar mutu akan dicapai oleh operator yang bertanggung jawab menyediakan layanan pos universal;
- d. Negara anggota menjamin layanan pos universal disediakan dengan dasar kelayakan, sehingga menjamin keberlangsungannya.

Dalam peraturan yang berlaku untuk surat pos dan paket pos, yang mengatur ketentuan layanan, maka yang dimaksud layanan pokok, adalah sebagai berikut :

1. Kiriman surat pos adalah:

- a. Kiriman prioritas dan non prioritas, sampai dengan 2 kilo gram;
- b. Surat, kartu pos, barang cetakan dan bungkus kecil, sampai dengan 2 kilo-gram;
- c. Literatur untuk orang buta, sampai dengan 7 kilogram;
- d. Kantung khusus yang berisi surat kabar, terbitan berkala, buku dan dokumentasi cetakan sejenis untuk penerima yang sama di alamat yang sama sampai dengan 30 kilogram.

2. Negara-negara anggota juga menjamin penerimaan, penanganan, pengangkutan dan dan antaran paket pos dengan berat sampai dengan 20 kilogram, sesuai dengan ketentuan dalam konvensi.

Dari uraian diatas, maka BUMN yang diberi penugasan menyelenggarakan layanan Universal, harus memenuhi prinsip - prinsip dalam sistem perposan internasional, yaitu :

a. Prinsip Single Postal Territory

Yaitu seluruh negara di dunia baik negara tersebut terdiri atas dari kepulauan maupun seluruhnya daratan, dianggap sebagai wilayah pos tunggal yang merupakan suatu kesatuan bagi pertukaran kiriman pos, sehingga setiap orang dapat secara bebas mengirim berita dan barang dari dan atau kemana pun di dunia tanpa dihalang-halangi atau dibatasi;

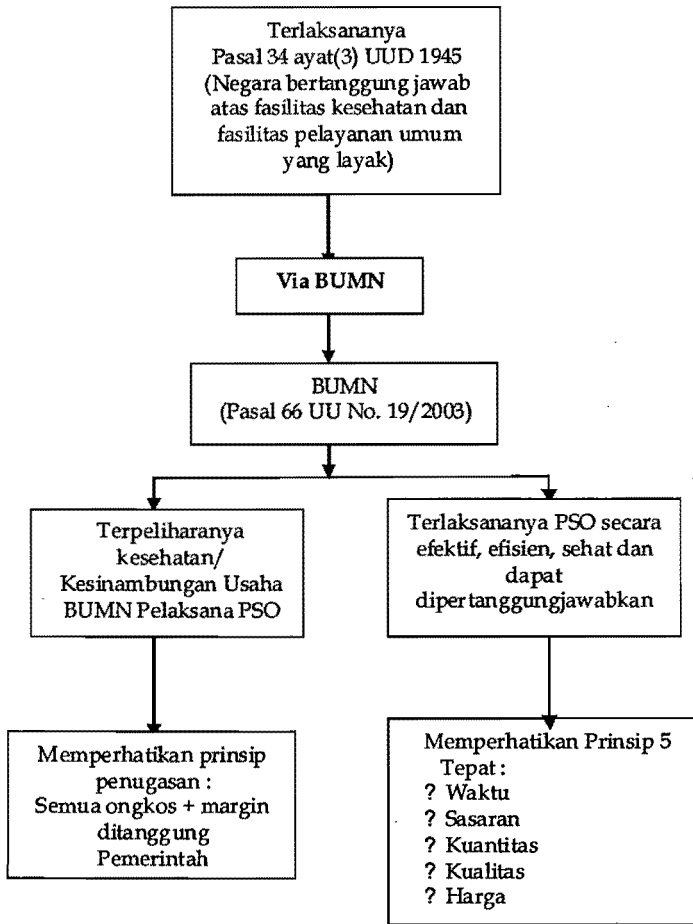
b. Prinsip Freedom of Transit.

Yaitu setiap negara baik anggota UPU maupun tidak diwajibkan menyalurkan atau meneruskan kiriman negara lain yang melalui negara atau wilayahnya ke negara tujuan melalui rute dan dengan sarana yang paling aman sebagaimana yang dipergunakan untuk kiriman sendiri.

Implikasi dari prinsip-prinsip dasar layanan pos internasional tersebut, maka negara menentukan serta menetapkan ketentuan dan kriteria bagi penyelenggara PSO sebagai berikut :

- a. Ketersediaan infrastruktur yang secara layak dapat diakses oleh seluruh masyarakat;
- b. Tarif jasa tingkat layanan standar

Gambar 1. Alur Pikir Penyelenggaraan PSO



Sumber : Meneg BUMN (2007)

yang seragam untuk semua tujuan di dalam negeri maupun di luar negeri.

- c. Menjangkau ke seluruh tempat di luar negeri.

2. Konsep Penyelenggaraan PSO BUMN

Sebagai BUMN, maka PT.Pos Indonesia layak mencermati konsep

penyelenggaraan PSO BUMN. Berdasarkan hasil "Evaluasi Kebijakan Pelayanan Umum/Public Service Obligation (PSO) BUMN Infrastruktur" yang dilaksanakan oleh Meneg BUMN Bidang Perekonomian, menggunakan alur pikir penyelenggaraan PSO (gambar 1).

Pola penyelenggaraanya dengan

berlandaskan konsitusional pemerintah untuk memberikan subsidi bagi penyediaan pelayanan dasar berasal dari UUD 1945 (sesuai perubahan), yang menyatakan bahwa Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara (Pasal 33) dan Negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak (Pasal 34). Pasal-pasal tersebut kemudian diaplikasikan sesuai dengan undang-undang dan peraturan-peraturan terkait lebih khusus, mengenai peranan pemerintah dalam mendukung penyediaan pelayanan infrastruktur dasar.

Dari alur pikir tersebut, pada akhirnya mengukur pencapaian sasaran keberhasilan PSO, melalui monitoring pelaksanaan, dengan prinsip tepat waktu pelaksanaan, tepat sasaran penerima dana PSO, tepat kuantitas dan kualitas serta harga.

Lebih lanjut, Meneg BUMN menyampaikan *Sepuluh Prinsip Alokasi PSO*, diusulkan untuk menjadi pegangan dalam mengalokasikan PSO, baik yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, BUMN, atau kontraktor swasta, sebagai berikut:

1. Penyediaan subsidi harus didasarkan pada peraturan sektor yang berlaku atau pernyataan resmi kebijakan pemerintah.
2. Maksud dan tujuan subsidi harus ditentukan dengan jelas.
3. Para target penerima manfaat pelayanan yang disubsidi haruslah diidentifikasi secara tepat.
4. Rancangan subsidi hendaknya menunjang penyediaan dan penggunaan pelayanan yang efisien.
5. Rancangan subsidi hendaknya memfasilitasi dan mendukung terciptanya penyediaan pelayanan yang berkelanjutan dengan biaya anggaran yang semakin berkurang.
6. Subsidi-subsidi hendaknya disediakan untuk penyediaan *output* pelayanan tertentu daripada disediakan untuk *input* bagi produksi pelayanan.
7. Keuntungan yang diharapkan dari sebuah subsidi hendaknya sama dengan atau melebihi biaya yang diharapkan.
8. Jumlah subsidi hendaknya didasarkan pada biaya penyediaan pelayanan yang efisien.

9. Tanggung jawab untuk mensubsidi sebuah pelayanan hendaknya terletak pada tingkat pemerintahan yang mengatur penyediaan subsidi tersebut.
10. Subsidi-subsidi hendaknya bersifat eksplisit, dan informasi tentang biaya anggaran dan manfaatnya hendaknya tersedia secara terbuka.

3. Penyelenggara Layanan Pos.

Penyelenggara layanan pos di Indonesia sampai saat ini terdiri dari PT.Pos Indonesia (BUMN) dan Perjastip (BUMS). Keduanya diatur dalam, namun khusus untuk

a. PT.Pos Indonesia (BUMN)

Pada awalnya, penyelenggara jasa pos ini bernama Perusahaan Umum (PERUM) Pos dan Giro, kemudian beralih menjadi perusahaan perseroan berdasarkan PP no.5 tahun 1995 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Namun pada hakekatnya, sebagai Badan Usaha Milik Negara, PT.Pos Indonesia tetap mempunyai tanggung jawab melaksanakan penugasan dari Pemerintah.

Dalam penyelenggaraanya,

mengacu pada Undang-undang no 6 tahun 1984 Tentang Pos dan Peraturan Pemerintah No.37 tahun 1985, tentang Penyelenggaraan Pos.

b. Perjastip (BUMS).

Penyelenggaraan perjastip, berdasarkan Undang-undang no 6 tahun 1984 Tentang Pos dan Peraturan Pemerintah No.37 tahun 1985, yang kemudian diatur lebih lanjut dengan KM.5 tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan.

Perusahaan Jasa Titipan (BUMS/Badan Usaha Milik Swasta) yang mempunyai asosiasi, yaitu Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Ekspres Indonesia) adalah wadah / asosiasi yang berdiri pada 26 Maret 1986 dan anggota-anggotanya adalah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman ekspres di Indonesia dan merupakan satu-satunya asosiasi perposan atau perusahaan jasa ekspres yang memperoleh pengakuan dari pemerintah. Saat ini perusahaan - perusahaan Jasa Ekspres dalam menjalankan operasionalnya berlandaskan UU No. 6 tahun 1984 tentang Pos dan mendapat ijin yang dikeluarkan oleh Direktorat

Jenderal Pos dan Telekomunikasi atas nama Menteri Perhubungan yang disebut : Surat Ijin Pengusahaan Jasa Titipan (SIPJT). Sedangkan dalam penyelenggaraannya diatur dalam KM.5 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan.

Anggota Asperindo terbagi dalam tiga kompartemen, yaitu⁸:

- a. Kompartemen Internasional, yaitu perusahaan - perusahaan yang melayani pengiriman dan penerimaan barang / dokumen ke dan dari Luar Negeri.
- b. Kompartemen Domestik, yaitu perusahaan - perusahaan yang melayani pengiriman dan penerimaan barang/dokumen untuk seluruh wilayah Indonesia.
- c. Kompartemen Intra Kota yaitu perusahaan-perusahaan yang melayani pengiriman dalam kota / City Courier.

4. Infrastruktur Layanan Pos

Infrastruktur Layanan pos terdiri dari infrastruktur PT.Pos Indonesia (BUMN) dan Perusahaan Jasa Titipan (Perjastip/BUMS), meliputi Kantor, Jangkauan

Layanan dan jumlah pegawai. Infrastruktur PT Pos Indonesia, tersebar ke seluruh Propinsi di Indonesia dan menyebar sampai ke tingkat pedesaan, yang kemudian disebut dengan Kantor Pos Cabang Luar Kota (Kpclk), sedangkan infrastruktur Perusahaan Jasa Titipan yang termasuk dalam usaha jasa pos, tidak meliputi seluruh wilayah Indonesia, namun hanya pada daerah Perkotaan dan wilayah potensial.

Perbandingan dari operator jasa pos dapat dilihat pada Tabel 2, sebagai berikut :

Dalam Tabel 2 tercatat jumlah BUMS non asperindo, maksudnya adalah perusahaan yang usahanya sejenis usaha jasa pos/kurir, namun tidak tercatat sebagai anggota asosiasi resmi, sehingga perkembangannya sulit untuk di inventarisasi.

E. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Untuk analisis penyelenggaraan PSO Pos, dan menjawab permasalahan kemungkinan penyelenggaraan PSO bidang Pos dapat dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Swasta, akan dilakukan dengan melakukan analisis komprehensif, dengan

Tabel 2. Infrastruktur Layanan Perposan

Operator	Kantor	Jangkauan	Jumlah Pegawai
PT.Pos Indonesia	3.788 kantor tetap, 3482 kantor keliling	39.434 titik antaran, seluruh provinsi	23.994 pegawai dan 9.867 pegawai armada antaran
BUMS Anggota Asperindo	2.000 kantor pusat dan cabang	27 propinsi	36.000 pegawai
BUMS Non Asperindo	1.428 kantor pusat dan cabang	Tidak Tercatat	Tidak Tercatat

Sumber : Ditjen Postel, PT.Pos Indonesia, 2006.⁹

pendekatan penelitian kualitatif.

Pemilihan penelitian dengan metode kualitatif, karena dari permasalahan yang ditemukan perlu pemaknaan lebih mendalam, sehingga perlu eksplorasi terhadap dokumen dan ketentuan yang berkaitan dengan penyelenggaraan PSO.

2. Sumber data dan teknik pengumpulan data

Data yang digunakan data sekunder tentang penyelenggaraan PSO sampai saat ini. Sumber data dan teknik pengumpulan data dari dokumen, peraturan dan kebijakan di bidang pos, literatur dan melalui internet.

3. Teknik Analisis

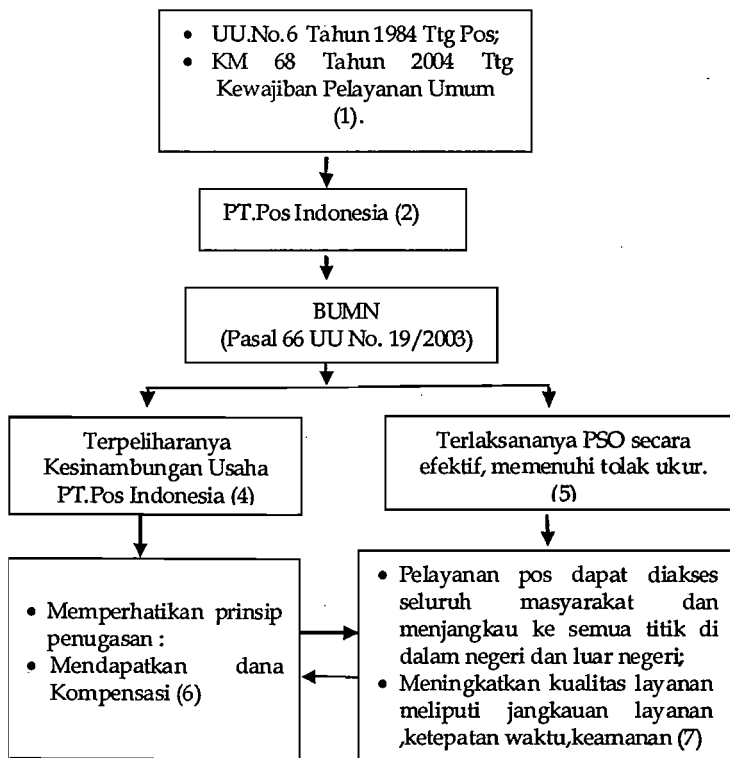
Analisis akan dilakukan dengan analisis model Spradley.

F. HASIL PENELITIAN

Sebagai pedoman penelitian dan pencarian data yang mendukung analisis, digambarkan dalam alur pikir penyelenggaraan PSO saat ini. Alur pikir penyelenggaraan PSO oleh PT.Pos Indonesia, mengacu pada alur pikir Penyelenggaraan PSO BUMN. (Gambar 2)

Dari alur pikir tersebut menunjukkan, dasar penyelenggaraan PSO adalah UU No.6 tahun 1984 diatur lebih lanjut dengan KM 68 tahun 2004 (1) yang menugaskan kepada PT.Pos Indonesia (2). Tujuan kompensasi adalah kesinambungan usaha PT.Pos Indonesia tidak terganggu (3). Sehingga PT.Pos Indonesia dapat melaksanakan penugasan secara efektif dan sesuai tolok ukur

Gambar 2. Alur Pikir Penyelenggaraan PSO oleh PT Pos Indonesia



(5). Karena sebagai perusahaan perseroan, selayaknya tujuannya adalah profit, maka sebagai penyelenggara PSO, sudah selayaknya mendapat kompensasi, agar tidak terlalu

berat mengganggu keuangan korporat (6), sehingga masyarakat dapat mengakses layanan sesuai dengan tujuannya dengan kualitas layanan prima(7).

Hasil penelitian melalui

penelusuran undang-undang, ketentuan tentang penyelenggaraan PSO, dokumen dan referensi yang terkait dengan penyelenggaraan PSO, dapat dilihat dari aspek regulasi, aspek titik layanan, aspek jangkauan layanan dan aspek tarif. Keempat aspek tersebut akan sangat menentukan kompensasi PSO Pos.

1. Aspek Regulasi

Sampai saat ini, penyelenggaraan PSO masih ditugaskan kepada

PT.Pos Indonesia. Sebagai BUMN, salah satu stakeholder dari PT.Pos Indonesia adalah Meneg BUMN, sehingga konsep penyelenggaraan PSO oleh PT.Pos Indonesia mengacu alur pikir penyelenggaraan PSO BUMN, (Gambar 2). Dasar penugasan penyelenggaraan dari Undang-undang No.6 tentang Pos, yang kemudian diatur lebih lanjut dengan KM 68 Tahun 2004 tentang Kewajiban Pelayanan Umum.(1).

a. Ketentuan penyelenggaraan PSO dalam Undang-undang No 6 tahun 1984 Tentang Pos.

Pasal 2 menyatakan :

1. "Pos diselenggarakan guna mendukung pembangunan serta memperkuat persatuan, kesatuan dan keutuhan kehidupan bangsa dan negara dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin ke seluruh wilayah Indonesia dan dalam hubungan antar bangsa"
2. "Pos diselenggarakan dengan memberikan perlakuan yang sama kepada masyarakat tanpa perbedaan"

Pasal 3 (3) menyatakan :

"Menteri melimpahkan tugas

dan wewenang perusahaan pos kepada *Badan* yang oleh negara ditugasi mengelola pos dan giro yang dibentuk sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku".

Pasal 4 (1) menyatakan :

"Badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) adalah satu-satunya Badan yang bertugas menerima, membawa dan/atau menyampaikan surat, warkatpos serta kartupos dengan memungut biaya".

Dari pasal-pasal tersebut diatas, yang dimaksud Badan tersebut adalah PT.Pos Indonesia, sebagai Badan Usaha Milik Negara, yang bertugas memenuhi hak berkomunikasi, sebagai penyelenggaraan pos tidak hanya di daerah perkotaan atau potensial, namun harus memberi pelayanan sampai ke tingkat pedesaan dan wilayah terpencil.

b. Peraturan Pemerintah No.37 tahun 1985, tentang Penyelenggaraan Pos.

Dalam PP.No.37 tahun 1985, menyatakan Badan yang ditunjuk untuk melaksanakan kewajiban menyampaikan

layanan pos sampai ke daerah terpencil adalah *PT.Pos Indonesia (BUMN)* dan kemudian menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan priritas wilayah PSO adalah sebagai berikut :

Pasal 2 (2):

“Kepada setiap pemakai jasa pos di berikan perlakuan yang sama untuk tiap jenis pelayanan yang tersedia”

Pasal 3 ayat (3):

“Perum adalah satu-satunya Badan yang bertugas menerima, membawa, dan/ atau menyampaikan surat, warkatpos dan kartupos dengan memungut biaya”

c. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.

Pada Bab V Pasal 66 menyatakan :

1. Pemerintah dapat memberikan penugasan khusus kepada BUMN untuk menyelenggarakan fungsi kemanfaatan umum dengan tetap memperhatikan maksud dan tujuan kegiatan BUMN.
2. Setiap penugasan sebagaimana dimaksud dalam

ayat (1) harus terlebih dahulu mendapatkan persetujuan RUPS/Menteri.

Dalam penjelasannya, dipertegas apabila penugasan tersebut menurut kajian secara finansial tidak *feasible*, pemerintah harus memberikan kompensasi atas semua biaya yang telah dikeluarkan oleh BUMN tersebut termasuk margin yang diharapkan, seperti yang tertulis pada pasal 66 :

Ayat(1)

Meskipun BUMN didirikan dengan maksud dan tujuan untuk mengejar keuntungan, tidak tertutup kemungkinan untuk hal-hal yang mendesak, BUMN diberikan penugasan khusus oleh pemerintah. Apabila penugasan tersebut menurut kajian secara finansial tidak *fisibel*, pemerintah harus memberikan kompensasi atas semua biaya yang telah dikeluarkan oleh BUMN tersebut termasuk margin yang diharapkan.

Ayat(2)

Karena penugasan pada prinsipnya mengubah rencana kerja dan anggaran perusahaan yang telah ada, penugasan tersebut harus diketahui dan disetujui pula oleh RUPS/Menteri.

d. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor. 68 Tahun 2004 tentang Kewajiban Pelayanan Umum Pos.

Dalam Ketentuan Umum, Pasal 1 menyatakan :

1. *Kewajiban Pelayanan Umum Pos* adalah kewajiban pemerintah untuk memberikan layanan pos jenis tertentu yang terdiri dari layanan surat sampai dengan tingkat berat 2000 gram, kartupos, warkatpos, sekogram dan atau barang sampai dengan tingkat berat 20 kg sehingga memungkinkan masyarakat mengirim dan atau menerima berita dan barang dari satu titik ke titik lainnya.
2. Penyelenggara adalah PT. Pos Indonesia (Persero)
3. *Kompensasi* adalah kewajiban Pemerintah untuk membiayai kerugian atas pelaksanaan Kewajiban Pelayanan Umum Pos yang dilakukan oleh penyelenggara.

Pasal 2 menyatakan :

1. Kewajiban Pelayanan Umum Pos dilakukan oleh Pemerintah dalam hal ini Departemen yang

diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal.

2. Direktorat Jenderal dalam menyelenggarakan kewajiban pelayanan umum pos sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat menugaskan kepada penyelenggara dengan memberikan kompensasi.

Pasal 3 menyatakan :

1. Pemberian Kompensasi kepada penyelenggara sebagaimana dimaksud pada pasal 2 ayat (2) diberikan untuk Kantor Pos Cabang Luar Kota dengan mempertimbangkan ketersediaan:
 - a. dana pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara;
 - b. fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara.
2. Ketersediaan dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a akan dialokasikan setiap tahun anggaran.

Pasal 5 antara lain menyatakan penyelenggara pelayanan umum pos harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Pelayanan harus dapat diakses oleh seluruh

anggota masyarakat dan menjangkau ke semua tempat di dalam dan luar negeri;

- b. Tarif jasa pelayanan pos ditetapkan oleh pemerintah;
- c. Pelayanan pos sesuai dengan standar pelayanan publik.

2. Aspek Titik Layanan.

Tabel 2 menunjukkan, sampai saat ini jumlah titik layanan pos yang dimiliki PT.Pos Indonesia berjumlah 3.788 kantor tetap dan 3.482 kantor keliling. Dari jumlah tersebut yang masuk kategori Kantor Pos Cabang Luar Kota berjumlah 2.422. Sedang Perjastip/ BUMS sebanyak 2.000 kantor pusat dan cabang yang menjadi anggota Asosiasi dan 1.428 kantor pusat dan cabang.

Dua karakteristik yang berbeda dalam hal titik layanan, sehingga Pemerintah masih memberikan kompensasi dalam penyelenggaraan PSO pada PT.Pos Indonesia, adalah titik layanan PT.Pos Indonesia sampai ke daerah terpencil dan non komersil. Sehingga pemberian kompensasi sudah sesuai dengan UU Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, yaitu diberikan pada penugasan dari pemerintah kepada BUMN yang

menurut kajian secara finansial tidak *fisibel*, pemerintah harus memberikan kompensasi atas semua biaya yang telah dikeluarkan oleh BUMN tersebut termasuk margin yang diharapkan.

Apabila penyelenggaraan PSO akan dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Swasta, maka ketentuan titik layanan harus dipenuhi, yaitu BUMS harus mau membuka pada daerah terpencil dan kota non komersil. Demikian juga, layanan yang diberikan, dalam ketentuan KM 5 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan, tidak termasuk layanan universal. Dalam keputusan menteri tersebut, meliputi barang cetakan maksimum 2.000 (dua ribu) gram, surat kabar maksimum 2.000 (dua ribu) gram, bungkusan kecil maksimum 1.000 (seribu) gram serta paket maksimum berat 30.000 (tiga puluh ribu) kilogram.

3. Aspek Jangkauan Layanan

Jangkauan layanan yang dimiliki PT.Pos Indonesia berjumlah 39.434 antaran di seluruh Provinsi. Layanan harus menjangkau sampai ke daerah terpencil, dan tidak boleh menolak dengan membatasi jangkauan layanan. Kemanapun tujuan dari kiriman, harus disampaikan dengan perlakuan sama.

Sedangkan jangkauan layanan Perjastip ada di 27 Propinsi, dan hanya terdapat di kota-kota besar serta daerah/wilayah komersil. Jangkauan layanan Perjastip hanya menjangkau wilayah komersil, kota-kota besar, hanya sampai titik layanan tertentu, yang potensial. Ini tidak sejalan dengan prinsip pemberian kompensasi, yang diberikan pada penyelenggara PSO.

4. Tarif.

Tarif untuk jasa layanan universal yang diselenggarakan oleh PT.Pos Indonesia, diatur dengan Keputusan Menteri Perhubungan No.KM.32 Tahun 2002 tentang Tarif Jasa Pos Dasar Dalam Negeri dan Luar Negeri. Pasal 5 menyebutkan, pengawasan oleh Dirjen Pos dan Telekomunikasi,

menyangkut kelangsungan pelaksanaan layanan pos universal (*Universal Service Obligation*) dan penugasan lainnya dari Pemerintah, serta pemberlakuan tarif yang transparan.

Tarif yang diberlakukan berdasarkan jenis kiriman (surat, kartupos, sekogram) dan tingkat berat dan berdasarkan zona.

Sesuai dengan KM 5 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan tarif dari Perjastip ditentukan oleh penyelenggara, sehingga tarif dari satu perusahaan dengan yang lainnya dapat saja berbeda.

G. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan, dari keempat aspek tersebut, akan dapat dilihat dengan jelas

Tabel 3. Penyelenggaraan Jasa Pos

Penyelenggaraan PSO	Regulasi	Titik Layanan	Jangkauan Layanan	Tarif	Layanan
PT.Pos Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • UU.No.6 /1984 • PP 37/1985 • KM 68/2004 	Seluruh kota sampai ke daerah terpencil dan non komersil	Kota-kota besar, dan potensial	Tarif Dasar	KM68 Tahun 2004 Layanan Universal
Perjastip	<ul style="list-style-type: none"> • UU.No.6 /1984; • PP 37/1985 • KM 5/2005 	seluruh Provinsi	Wilayah Komersil, tidak seluruh Provinsi	Ditentukan Penyelenggara	KM 5/2005

Sumber, data diolah, 2009

perbedaan yang sangat spesifik antara PT.Pos Indonesia (BUMN) dan Perjastip (BUMS). Tabel 3 menunjukkan, karakteristi penyelenggara layanan pos oleh Perjastip (BUMS), dan penyelenggara layanan Universal saat ini, yaitu PT Pos Indonesia (BUMN) yang sudah menyelenggarakan PSO dari tahun 2003.

Perbedaan karakteristik layanan pos kedua penyelenggara sangat jelas. Hal yang harus dijadikan pertimbangan penyesuaian standar penyelenggara, karena prinsip penyelenggaraan PSO berasal dari UPU. Sehingga ketentuan infrastruktur dan jenis layanan, merupakan penentu siapa yang tepat sebagai penyelenggara PSO dengan mendapat kompensasi dari Pemerintah.

Jadi, apabila dilihat dari aspek Regulasi, aspek Titik Layanan, aspek Jangkauan Layanan, Tarif dan Ketentuan yang mengatur Layanan,

Namun untuk melihat lebih terperinci, perlu ditinjau dari *Prinsip Alokasi PSO* yang disampaikan oleh Meneg BUMN, hasil penelitian dari aspek regulasi, aspek titik layanan, aspek jangkauan layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penyediaan subsidi harus didasarkan pada peraturan sektor yang berlaku atau pernyataan resmi kebijakan pemerintah.

Sampai saat ini, pemerintah masih menugaskan penyelenggaraan PSO pada PT.Pos Indonesia, seperti yang tercantum pada Undang-undang No 6 tahun 1984 Tentang Pos, Peraturan Pemerintah No.37 tahun 1985, tentang Penyelenggaraan Pos dan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor. 68 Tahun 2004 tentang Kewajiban Pelayanan Umum Pos.

Ada perbedaan yang sangat mendasar, *layanan pos jenis tertentu* sampai saat ini tidak diselenggarakan oleh Perjastip. Hal yang sangat penting adalah adanya ketentuan, Kewajiban Pelayanan Umum Pos adalah kewajiban pemerintah untuk memberikan layanan pos jenis tertentu yang terdiri dari layanan surat sampai dengan tingkat berat 2000 gram, kartupos, warkatpos, sekogram dan atau barang sampai dengan tingkat berat 20 kg sehingga memungkinkan masyarakat mengirim dan atau menerima berita dan barang dari satu titik ke titik lainnya.

Berdasarkan hal tersebut diatas, pemerintah harus merevisi Undang-undang no.6 tentang Pos.

Hal ini disebabkan Undang-undang tersebut merupakan tataran tertinggi dalam pengaturan penyelenggaraan jasa pos. Penyelenggaraan oleh PT.Pos Indonesia juga tidak menyalahi ketentuan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, karena dalam penyelenggaraan pos, Pos diselenggarakan guna mendukung pembangunan serta memperkuat persatuan, kesatuan dan keutuhan kehidupan bangsa dan negara dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin ke seluruh wilayah Indonesia dan dalam hubungan antar bangsa.

Pada hakekatnya, layanan universal tersebut merupakan *hak eksklusive* yang diberikan kepada PT.Pos Indonesia, dengan tarif dasar yang ditentukan pemerintah. Tarif Dasar tertulis dalam KM. 32 tahun 2002 tentang Tarif Jasa Pos Dasar Dalam Negeri dan Luar Negeri. Pengenaan tarif dasar dimaksudkan untuk menjamin kelangsungan dan meningkatkan mutu pelayanan jasa pos kepada masyarakat di seluruh pelosok tanah air dan di dunia. Dan berdasarkan ketentuan ini PT.Pos Indonesia wajib meningkatkan kualitas layanan dan kinerja perusahaan meliputi jangkauan layanan, ketepatan waktu,

keamanan, penanganan pengaduan, efisiensi dan modernisasi manajemen.

Apabila memperhatikan prinsip-prinsip dasar layanan pos internasional maka penyelenggara PSO Pos harus memenuhi ketentuan dan kriteria 1).Ketersediaan infrastruktur yang secara layak dapat diakses oleh seluruh masyarakat; 2). Tarif jasa tingkat layanan standar yang seragam untuk semua tujuan di dalam negeri maupun di luar negeri. Dan 3). Menjangkau ke seluruh tempat di luar negeri, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Sehingga dalam menentukan kelayakan penyelenggara PSO Pos tidak boleh menyimpang dari ketentuan ini. Sehingga perlu diteliti dengan cermat, kondisi layanan pos yang diselenggarakan oleh perusahaan swasta.

Sedangkan kondisi penyelenggara jasa pos dari Perjastip (BUMS) saat ini, adalah sebagai berikut : (lihat tabel 4)

Kalau dicermati (lihat tabel 4), perusahaan swasta belum memenuhi persyaratan sebagai penyelenggara PSO, karena kondisi infrastruktur, jenis layanan dan pengenaan tarif belum sesuai dengan persyaratan sebagai penyelenggara layanan universal.

Tabel 4. Penyelenggaraan jasa pos oleh Perjastip (BUMS)

Ketentuan Kondisi Saat ini	Penyelenggaraan Layanan Perjastip saat ini.	Persyaratan penyelenggaraan PSO
Infrastruktur	Hanya pada kota besar dan wilayah komersil	Menjangkau sampai ke pedesaan
Jenis Layanan	Menerima, membawa dan atau menyampaikan paket, uang dan suratpos jenis tertentu, dalam bentuk barang cetakan, surat kabar, sekogram, bungkus kecil	Layanan universal, layanan pos jenis tertentu yang terdiri dari layanan surat sampai dengan tingkat berat 2000 gram, kartupos, warkatpos, sekogram dan atau barang sampai dengan tingkat berat 20 kg
Tarif	Tarif jasa titipan ditetapkan oleh penyelenggara jasa titipan sesuai KM 5 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan.	Tarif Dasar tertulis dalam KM. 32 tahun 2002 tentang Tarif Jasa Pos Dasar Dalam Negeri dan Luar Negeri, untuk menjamin kelangsungan dan meningkatkan mutu pelayanan jasa pos kepada masyarakat di seluruh pelosok tanah air dan di dunia.

Sumber, data diolah, 2009

Demikian juga dengan masalah titik layanan, dalam ketentuannya, dana kompensasi PSO akan diberikan kepada penyelenggara yang mampu melayani pengguna layanan pos sampai ke tingkat pelosok, sampai daerah terpencil dan non komersial. PT.Pos Indonesia memiliki infrastruktur sampai ke pelosok tanah air, yang memungkinkan untuk melayani masyarakat pada daerah terpencil dan non komersil. Perusahaan Jasa Titipan sebagai Badan Usaha Milik Swasta (BUMSO pos, sampai saat ini hanya membuka kantor maupun kantor cabang di kota-kota besar dan potensial, yang bersifat komersil.

2. Maksud dan tujuan subsidi harus ditentukan dengan jelas.

Sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.pada pasal 66 Ayat (1) antara lain menyatakan, bahwa tidak tertutup kemungkinan untuk hal-hal yang mendesak, BUMN diberikan penugasan khusus oleh pemerintah. Apabila penugasan tersebut menurut kajian secara finansial tidak *fisibel*, pemerintah harus memberikan kompensasi atas semua biaya yang telah dikeluarkan oleh BUMN tersebut.

Pemberian kompensasi kepada

Kpclk yang merugi, artinya pendapatan di kantor tersebut lebih kecil dari pengeluaran. Hal ini karena Kpclk dimaksud terletak di daerah non komersil dan tidak potensial, sehingga secara bisnis tidak dapat menguntungkan. Namun karena diperlukan dalam rangka pencapaian pemerataan komunikasi sampai daerah terpencil, maka kantor tersebut harus tetap melayani masyarakat sekitar. Pelayanan mungkin dalam bentuk penugasan dari pemerintah dan layanan masyarakat untuk layanan tertentu yang termasuk dalam layanan universal. Biaya pengiriman untuk layanan pos didaerah terpencil lebih besar dari tarif dasar yang ditentukan pemerintah.

3. Para target penerima manfaat pelayanan yang disubsidi haruslah diidentifikasi secara tepat.

Sesuai dengan ketentuan Konvensi Pos Sedunia di Bucharest tahun 2004, jelas bahwa target pemberian kompensasi adalah penyelenggara layanan pos kiriman prioritas dan non prioritas, sampai dengan 2 kilogram; surat, kartu pos, barang cetakan dan bungkus kecil, sampai dengan 2 kilogram; Literatur untuk orang buta, sampai dengan 7 kilogram; Kantung khusus yang berisi surat kabar,

terbitan berkala, buku dan dokumentasi cetakan sejenis untuk penerima yang sama di alamat yang sama sampai dengan 30 kilogram serta menjamin penerimaan, penanganan, pengangkutan dan dan antaran paket pos dengan berat sampai dengan 20 kilogram, sesuai dengan ketentuan dalam konvensi dan dalam implementasinya diatur dalam KM 68 tahun 2004.

Namun, masih ada ketentuan, bahwa kompensasi diberikan pada penyelenggara yang mengalami kerugian secara finansial apabila tetap harus menerima penugasan dari pemerintah. Dengan tarif standar yang ditentukan pemerintah, riil cost lebih tinggi dari tarif standard. Artinya, PT.Pos Indonesia tidak boleh menolak atau menghindari kiriman-kiriman dari pelanggan, yang mungkin biaya kirimnya tidak sesuai dengan tarif yang dikenakan pada kiriman tersebut. Inilah hakekat dari layanan universal tersebut.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak mudah mengubah pola bisnis dari perjastip. Karena jaringan sarana dan prasarana lebih banyak sampai perkotaan itupun masih pada sentra bisnis atau daerah potensial, tidak ada yang sampai kepedesaan atau daerah yang tidak komersil. Sehingga

apabila akan menyelenggarakan PSO, harus membangun infrastruktur sampai ke pedesaan lebih dulu. Kalaupun ada kesanggupan dari pihak swasta, perlu dilakukan pengawasan secara intensif karena dalam pelaksanaannya nanti. Apabila swasta siap menyelenggarakan PSO, harus mau menerima perlakuan sama seperti yang diterapkan kepada BUMN, yaitu tidak boleh menolak kiriman sampai ke pelosok sekalipun.

H. PENUTUP.

1. Sampai saat ini penyelenggara layanan pos oleh Perusahaan Jasa Titipan belum memenuhi persyaratan sebagai penyelenggara PSO;
2. Harus dilakukan pembenahan lebih dulu terhadap penyelenggara layanan pos oleh swasta, untuk menyesuaikan penyelenggaraannya, sesuai dengan prinsip-prinsip dasar pelaksanaan PSO;
3. Pengawasan oleh Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi
4. Apabila penyelenggara PSO pos akan diberikan kepada penyelenggara swasta (bukan PT.Pos Indonesia), pemerintah harus merevisi UU No.6 tahun

1984, karena dalam UU tersebut tercantum harus masalah penugasan dari pemerintah.

5. Ketentuan pos universal agar diperjelas.

CATATAN KAKI:

- ¹ <http://www.depkominfo.go.id/profil/visi-dan-misi/>
- ² <http://nurriest.blogdrive.com/archive/6.html>, 7 Nopember 2008
- ³ PT. Pos Indonesia, bahan presentasi Dirut PT.Pos Indonesia, Maret 2006.
- ⁴ (<http://www.kkppi.go.id/album/PSO%20Complete%20Final.pdf>, Pebruari 2009)
- ⁵ Konstitusi Perhimpunan Pos Sedunia yang ditetapkan di Wina, tanggal 10 Juli 1964.
- ⁶ Konvensi Pos Sedunia, di Bucharest, 5 Oktober 2004.
- ⁷ <http://www.kkppi.go.id/album/PSO%20Complete%20Final>, Pebruari 2009.
- ⁸ <http://www.asperindo.or.id>.
- ⁹ Ditjen Postel, "Grand Design Penyelenggaraan Pos Nasional " Desember 2008.

DAFTAR PUSTAKA

Ditjen Postel (2004) :” Kajian Kelayakan Pendanaan Public Service Obligation (PSO) Bidang Pos.”,

Ditjen Postel, , 2005 “Studi Pengembangan Metode Perhitungan Pendapatan dan Biaya atas Penyelenggaraan PSO”

Sugiyono (2007) “Memahami Penelitian Kualitatif”,

Undang-Undang dan Peraturan

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.

Sumber internet

<http://www.asperindo.or.id/halabt.html>.

Sri Wahyuningsih, lahir di Kebumen, Pendidikan S2 Magister Manajemen, Jabatan sebagai Peneliti Pertama pada Puslitbang Postel

PROSPEK PENYELENGGARAAN MOBILE VIRTUAL NETWORK OPERATOR (MVNO) DI INDONESIA

Iman Sanjaya

Abstract

Mobile Virtual Network Operator (MVNO) is a business entity that acts as a cellular service provider with unique characteristics, namely they do not have their own frequency spectrum license. MVNOs operate as a reseller on the basis of arrangement with the operators that own a frequency spectrum license. Currently, MVNO business model is growing rapidly around the world. However, in Indonesia, the existence is still uncertain and there is no clear regulation framework from the Government. In this paper, the various definitions of MVNO model will be presented, and also regard to the advantages and the disadvantage, policy comparison among other countries on the MVNO business. Finally, the analysis will be done on the development of MVNO in Indonesia taking into account the competition level of national telecommunications industry.

Kata-kata kunci: MVNO, MNO, reseller, lisensi

A. PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2008, teledensitas telepon seluler Indonesia telah mencapai 54 % yang berarti separuh dari total penduduk Indonesia telah menggunakan handhone. Para analis telekomunikasi dari luar negeri sejak beberapa tahun lalu selalu menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar telekomunikasi seluler yang paling menjanjikan di dunia. Ini berdasarkan fakta, Indonesia memiliki jumlah pelanggan potensial yang besar dengan tingkat pertumbuhan pelanggan yang sangat tinggi. Operator seluler Indonesia mencatat laba yang relatif lebih tinggi dibandingkan operator seluler di negara lain. Selama lima tahun

terakhir, penambahan rata-rata pelanggan ponsel selalu mencapai di atas 25 % per tahun. Hal ini tidak terlepas dari agresivitas operator seluler dalam memperluas jaringan mereka. Potensi jumlah pelanggan yang mencapai 230 juta juga menjadi nilai tambah tersendiri. Sementara itu, sampai dengan akhir 2008, tercatat telah ada 12 operator seluler yang beroperasi. Padahal, lima tahun lalu, hanya ada enam operator seluler. Faktor utama besarnya ketertarikan untuk berinvestasi di bisnis ini adalah tingginya profitabilitas. Laba bersih rata-rata operator seluler di Indonesia selama lima tahun terakhir di atas 30 % dari pendapatan bersih operasional

per tahun Adapun tingkat pengembalian modal (ROE) rata-rata mencapai lebih dari 40 % per tahun.

Dengan pertumbuhan yang tinggi tersebut, tantangan yang datang kepada regulator adalah bagaimana mengoptimalkan pendayagunaan sumber daya yang tersedia serta menjamin kompetisi dan ketersediaan layanan dengan harga yang terjangkau. Regulator memerlukan suatu kerangka kebijakan (*regulatory framework*) yang tidak mengabaikan pengenalan terhadap layanan tertentu. Pengenalan terhadap Mobile Virtual Network Operator (MVNO) dipandang sebagai kemajuan kearah prinsip pasar bebas yang lebih berkembang dan memberikan kontribusi terhadap penggunaan secara efisien infrastruktur telekomunikasi yang ada. Secara umum MVNO merupakan suatu entitas bisnis yang menyediakan layanan komunikasi bergerak, namun tidak memiliki spektrum radio sendiri maupun infrastruktur yang dibutuhkan secara keseluruhan untuk menggelar suatu layanan komunikasi bergerak. Suatu entitas bisnis yang memiliki spektrum radio dan keseluruhan infrastruktur yang dibutuhkan untuk menggelar layanan komunikasi bergerak (sebagaimana operator seluler di Indonesia) disebut sebagai Mobile Network Operator (MNO). MVNO beroperasi melalui kerjasama bisnis (*commercial arrange-*

ment) dengan MNO yang memiliki lisensi dan membeli secara gelondongan traffic kemudian menjualnya lagi kepada pelanggannya dengan menggunakan merek mereka sendiri.

Berdasarkan data dari MVNO Directory, pada Februari 2009 terdapat lebih dari 400 MVNO aktif di seluruh dunia yang dioperasikan oleh lebih dari 360 perusahaan.

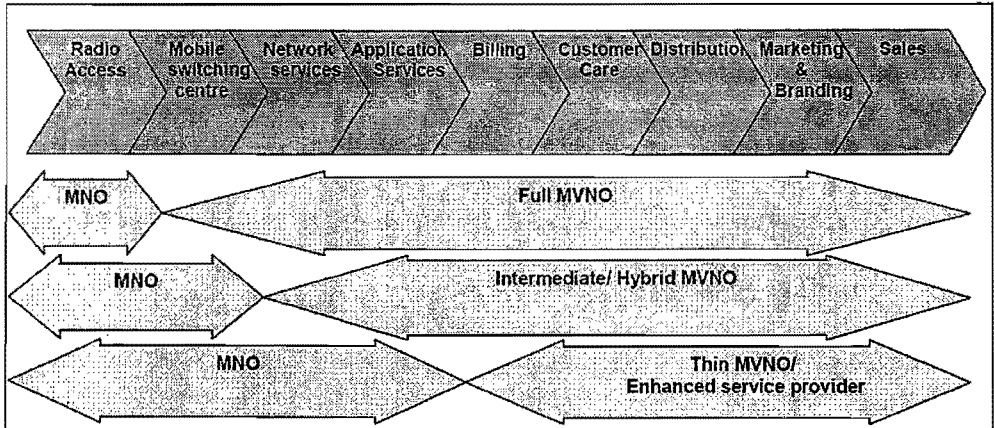
Negara seperti Jerman, Belanda, Perancis, Denmark, Inggris, Finlandia, Belgia, Australia dan Amerika Serikat adalah yang paling banyak memiliki MVNO. Di negara-negara ini pasar MVNO sudah sangat mapan dan stabil, bahkan ada beberapa MVNO terkenal yang meraih sukses. Negara-negara lain, seperti Portugis, Spanyol, Italia, Kroasia, India, Chili, Irlandia dan Austria baru saja memulai untuk mengembangkan model bisnis MVNO.

Model MVNO memang telah meraih popularitas dalam beberapa tahun terakhir.

B. PERMASALAHAN

Dengan "menjamurnya" bisnis MVNO di negara-negara maju seperti disebutkan di atas, maka tidak menutup kemungkinan fenomena tersebut akan turut hadir di Indonesia. Sejauh ini penulis belum melihat adanya suatu kerangka kebijakan (*regulatory framework*) yang memadai

Gambar 1
Model MVNO



Sumber : Telecom Regulatory Authority of India (2008)

untuk mengantisipasi hal tersebut. Hal inilah yang mendorong penulis untuk mencoba memaparkan topik MVNO yang masih sangat jarang dibahas di Indonesia. Tulisan ini tidak hanya memaparkan apa itu konsep MVNO, tetapi juga memberikan masukan saran kebijakan (berdasarkan *best practices* negara lain) bagi regulator dalam rangka menyusun suatu kebijakan terkait dengan MVNO, kekuatan dan kelemahan MVNO, serta perkembangan MVNO di Indonesia serta prospeknya kedepan.

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan deskripsi (berupa generalisasi) tentang prospek layanan MVNO di Indonesia.

Manfaat

Dengan tersedianya data-data tentang perbandingan pengelolaan dan pengaturan bisnis MVNO di negara lain maka studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa rekomendasi dalam penyusunan kerangka regulasi pengaturan model bisnis MVNO di Indonesia.

D. KONSEP DASAR MOBILE VIRTUAL NETWORK OPERATOR (MVNO)

1. Sejarah MVNO

MVNO mengemuka ketika beberapa operator seluler di negara-negara Eropa mulai mencoba menerapkan konsep baru ini. Sebagai contoh, Virgin Mobile memakai jaringan (*host network*) milik One to One di

Inggris pada November 1999. Selanjutnya MVNO semakin serius diperhatikan dalam level internasional ketika ramai dibahas dalam pertemuan ITU *Strategic Planning Workshop on Licensing 3G Mobile* yang diadakan di Jenewa pada bulan September 2001. Di Asia, Japan Communications Inc (J-Com) - sebuah MVNO di Jepang - menjadi perhatian para pemain seluler dunia karena mulai meraup keuntungan pada akhir tahun 2002 atau satu tahun sejak mulai beroperasi pada bulan Oktober 2001.

2. Definisi MVNO

Tidak ada keseragaman definisi untuk MVNO. Regulator di seluruh dunia telah mengadopsi berbagai definisi dan tingkat intervensi regulator yang berbeda serta sejauh mana suatu MVNO bergantung pada MNO. Terdapat konsensus di antara *stakeholder* bahwa MVNO tidak dapat memiliki spektrum sendiri. Konsep MVNO diimplementasikan secara luas di seluruh dunia melalui pembelian *airtime* secara gelondongan (*wholesale*) dari operator jaringan dan kemudian menawarkannya kembali kepada pelanggan. Definisi yang diadopsi banyak negara juga merefleksikan

aspek tersebut. Spektrum sebagaimana disebut di depan bisa berupa spektrum 2G, 3G, dan BWA (*Broadband Wireless Access*). Oleh karena MVNO tidak boleh memiliki spektrum sendiri, maka mereka tidak boleh berpartisipasi dalam lelang spektrum.

3. Jenis-jenis MVNO

Model bisnis MVNO menyebar di berbagai negara secara bervariasi tergantung kondisi lokal dan rezim regulasi yang berlaku. Beberapa MVNO memiliki infrastruktur jaringan inti sendiri termasuk MSC (Mobile Switching Centre), HLR (Home Location Register), billing, layanan pelanggan, jasa nilai tambah, dan sistem intelligent network. Ada juga MVNO yang secara sederhana mengemas ulang layanan jaringan operator dan menerbitkan SIM card mereka sendiri dengan bergantung penuh pada fasilitas jaringan operator serta sedikit diferensiasi produk. Setidaknya kita dapat membedakan MVNO menjadi 3 model yaitu :

- a. Full MVNO, yaitu MVNO yang memiliki jaringan inti sendiri termasuk MSC.

- b. Intermediate MVNO, yaitu MVNO yang memperoleh switch service, tetapi menyediakan HLR sendiri atau berbagi HLR dengan MNO
- c. Thin MVNO, yaitu MVNO yang bisa menyediakan layanan akses dengan aplikasi dan konten tambahan dan mereka tidak berbeda jauh dari reseller murni. MVNO jenis ini disebut juga sebagai Enhanced Service Provider.

Batasan di antara ketiga model berbeda dari MVNO tersebut dapat diilustrasikan seperti pada gambar berikut :

Hal yang perlu didiskusikan oleh regulator adalah sampai batasan mana suatu MVNO diizinkan untuk membangun infrastrukturnya sendiri. Opini mayoritas berpendapat bahwa dikarenakan MVNO tidak memiliki spektrum sendiri, MVNO tidak diizinkan untuk memasang Radio Access Network (RAN)/Base Station Subsystem (BSS). MVNO hanya dibolehkan memiliki infrastruktur inti dan platform layanan nilai tambah seperti voicemail, IN, SMS, billing, dan sebagainya. MVNO diberikan kebebasan untuk memilih

model bisnisnya termasuk merek, product bundling, dan distribusi.

4. Rantai Nilai MVNO

MNO (Mobile Network Operator) - MNO tradisional dicirikan memiliki lisensi layanan bergerak sendiri, infrastruktur mereka sendiri, serta hubungan pelanggan yang sifatnya langsung ke pengguna akhir. Suatu MNO dapat menangani Network Routing dan biasanya akan ada kesepakatan roaming dengan MNO asing. MNO dapat memproduksi dan mendistribusikan misalnya voice-minutes, pesan SMS dan MMS dan lalu lintas data sendiri. MNO biasanya dapat menangani layanan pelanggan, penagihan dan mengumpulkan data pemakaian dan menangani manajemen handset oleh mereka sendiri. Selain itu MNO biasanya menangani sendiri pemasaran dan penjualan untuk pengguna akhir.

MNE (Mobile Network Enabler) - Suatu MNE ditandai dengan memiliki lisensi seluler dan infrastruktur sendiri, tetapi tidak seperti halnya MNO, MNE tidak ada hubungan langsung dengan pelanggan / pengguna akhir. Oleh karena

itu hanya sebuah MNO yang dapat membuat dirinya menjadi sebagai MNE. Suatu MNE dapat menangani Network Routing dan biasanya akan ada kesepakatan roaming dengan MNO asing. MNE dapat memproduksi dan mendistribusikan misalnya voice-minutes, pesan SMS dan MMS dan lalu lintas data sendiri. MNE biasanya dapat menangani layanan pelanggan, penagihan dan mengumpulkan data pemakaian dan menangani manajemen handset oleh mereka sendiri. MNE tidak akan menangani pemasaran dan penjualan untuk pengguna-akhir, ini adalah tugas untuk pelanggan grosir dari MNE tersebut. MNE menangani sisi teknis bisnis dan sering juga menangani bidang-bidang seperti pelayanan dan bantuan hukum untuk penyedia layanan yang tidak memiliki jaringan sendiri.

MVNE (Mobile Virtual Network Enabler) - MVNE dicirikan baik itu tidak memiliki lisensi bergerak maupun infrastruktur sendiri dan juga hubungan pelanggan langsung dengan pengguna akhir. MVNE mampu menangani Network Routing dan biasanya MVNE

melakukan kerjasama roaming dengan MNO asing. MVNE tidak mampu memproduksi dan mendistribusikan misalnya voice-minutes dan lalu lintas data, namun biasanya MVNE dapat menangani pengiriman pesan SMS dan MMS. MVNE tertentu akan menangani layanan pelanggan, tagihan pelanggan, pengumpulan data pemakaian dan manajemen handset. Selain itu MVNE tidak akan menangani pemasaran dan penjualan kepada pengguna-akhir, ini adalah tugas bagi pelanggan grosir MVNE. MVNE berfungsi sebagai perantara antara MNO dan penyelenggara seluler yang tidak memiliki jaringan mereka sendiri. MVNE menangani sisi teknis dan sering juga bertugas memberikan pelayanan dan bantuan hukum untuk penyedia layanan seluler yang tidak memiliki jaringan sendiri.

MVNO (Mobile Virtual Network Operator) - MVNO dicirikan dengan tidak memiliki izin atau layanan seluler serta infrastruktur sendiri, tetapi MVNO memiliki hubungan pelanggan langsung dengan pengguna akhir. MVNO mampu menangani Network Routing sendiri dan

biasanya menjalin kerjasama roaming dengan MNO asing. MVNO tidak mampu memproduksi dan mendistribusikan voice minutes dan lalu lintas data, namun biasanya MVNO dapat menangani pengiriman pesan SMS dan MMS. MVNO tertentu dapat menangani layanan pelanggan, tagihan pelanggan dan pengumpulan data pemakaian dan manajemen handset. Selain itu, biasanya MVNO akan menangani pemasaran dan penjualan kepada pengguna akhir mereka.

MSSE (Mobile Shared Spectrum Enabler) - MSSE tidak memiliki infrastruktur sendiri, tetapi merupakan penyedia teknologi yang menggunakan hardware dan software inovatif untuk memungkinkan MVNO membuat jaringan sebenarnya, sambil menjaga dan meningkatkan hubungan antara MVNO dan MNO. Melalui kesepakatan dengan MNO, dan beroperasi dengan lisensi spektrumnya MNO, MSSE membantu MVNO untuk menyebarkan jaringan base station-nya yang berdaya rendah (low power) ke daerah-daerah yang tidak memungkinkan bagi MNO, dengan menggunakan teknologi Pico dan Femto-cell.

Tidak ada dampak pada jaringan utama MNO dan jika diinginkan dapat memperluas jangkauan jaringan tanpa biaya, sementara MVNO dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan menawarkan solusi khusus.

SP (Service Provider) - SP tidak memiliki lisensi seluler maupun infrastruktur sendiri, tetapi SP memiliki hubungan pelanggan langsung dengan pengguna akhir. SP tidak dapat menangani Network Routing sendiri dan SP tidak menjalin kerjasama roaming dengan MNO asing. SP tidak mampu memproduksi dan mendistribusikan voice-minutes dan lalu lintas data serta tidak dapat mengirimkan pesan SMS atau MMS sendiri. SP biasanya akan menangani hubungan pelanggan, tagihan pelanggan, data pemakaian dan manajemen handset sendiri. Sebagai tambahan SP biasanya akan menangani sendiri pemasaran dan penjualan ke pengguna akhir.

BR (Branded Reseller) - BR tidak memiliki lisensi maupun infrastruktur sendiri, namun memiliki hubungan langsung ke pengguna akhir. BR tidak dapat menangani Network Routing sendiri dan tidak

menjalinkan kerjasama roaming dengan MNO asing. BR tidak dapat memproduksi dan mendistribusikan voice-minutes dan lalu lintas data serta tidak mampu mengirimkan pesan SMS atau MMS. BR tertentu tidak akan menangani layanan pelanggan, tagihan pelanggan atau pengumpulan data pemakaian dan manajemen handset sendiri. BR akan memusatkan kegiatan mereka di sekitar pemasaran dan penjualan untuk pengguna akhir. Kontribusi positif BR terhadap rantai nilai adalah "merek" mereka, tetapi kekuatan distribusi juga akan menjadi aset utama bagi banyak Branded Reseller.

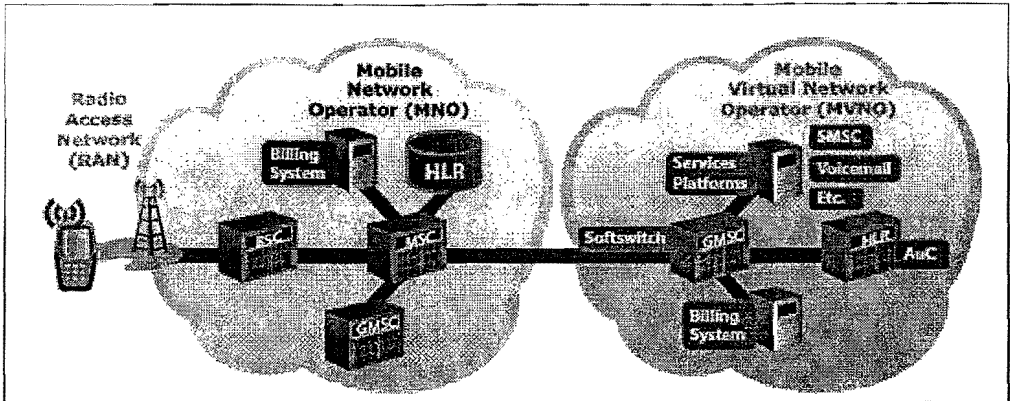
5. Model Pengaturan

Aturan mengenai hak dan kewajiban MVNO bisa berlainan antara satu negara dengan negara lainnya tergantung kepada regulasi yang ditetapkan oleh regulator setempat. Namun kebanyakan regulator di beberapa negara menganut prinsip bahwa MVNO dapat mengoperasikan infrastruktur miliknya, misalnya Mobile Switching Center (MSC), Home Location Register (HLR), billing, sistem IN, transmisi, atau perangkat

lainnya, namun tetap tidak mempunyai hak atas spektrum radio. Oleh karena itu MVNO harus tetap mengakses dan berinterkoneksi dengan MNO induknya untuk menggunakan infrastruktur komunikasi radio lebih lanjut, seperti base station atau Base Station Controller (BSC), untuk menjalankan layanannya. Seperti halnya operator seluler lain, MVNO berhak mendapat alokasi penomoran sendiri dengan mengacu pada skenario Fundamental Telecommunication Plan (FTP) di negara tersebut. Begitu pula MVNO berhak mengeluarkan kartu SIM, menetapkan branding maupun harga (pricing) secara independen.

Sebagai kewajibannya maka MVNO harus membayar biaya izin MVNO kepada regulator dan biaya sewa spektrum kepada MNO. Mengenai besarnya kembali tergantung kepada regulator setempat dan kesepakatan bisnis antara MVNO dan MNO. Di Hongkong, OFTA menetapkan persyaratan bahwa MVNO harus mengantongi lisensi Public Non-Exclusive Telecommunications Network Services (PNETS) dan membayar biaya tahunan (annual fee) yang

Gambar 2
Infrastruktur Suatu MVNO



Sumber : Blueslice Network Inc. (2008)

besarannya ditentukan OFTA. MVNO juga harus tetap mengikuti aturan penomoran yang telah ditetapkan dalam FTP serta membayar biaya interkoneksi yang dilakukan dengan jaringan lain, diluar MNO induk.

D. ANALISIS MODEL BISNIS MVNO

Tujuan utama penerapan konsep MVNO adalah untuk mengatasi isu frekuensi sebagai sumber daya yang terbatas (bottleneck facility). Sama halnya dengan yang terjadi pada lingkungan 2G (GSM), rentang spektrum operasinya sudah ditetapkan oleh regulator. Sejumlah operator yang lebih dulu mendapatkan lisensi dari pemerintah atau regulator kemudian menempati alokasi frekuensi tersebut. Sehingga akan sulit bagi operator-operator baru

untuk ikut bermain di bisnis seluler. Hal ini bisa terjadi karena alokasi frekuensi seluler yang tersedia sudah habis (terisi penuh) ataupun jika masih tersisa sudah tidak layak lagi untuk dipergunakan. Akibatnya pemain seluler hanya itu-itu saja dan kurang memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen telekomunikasi baik dari sisi produk maupun harga. Dilatarbelakangi kenyataan tersebut maka pola MVNO kemudian tumbuh dan berkembang ke seluruh dunia untuk meningkatkan partisipasi perusahaan-perusahaan lain yang ingin berinvestasi pada industri seluler dengan menjadi operator-operator baru sehingga menciptakan iklim kompetisi seluler yang semakin baik. Selain itu pola MVNO meminimalisasi investasi infrastruktur jaringan karena MVNO tak perlu seluruhnya membangun sendiri tapi bisa menggunakan

infrastruktur milik MNO. MVNO juga bisa mengoptimalkan kapasitas jaringan milik MNO dengan memanfaatkan kapasitas yang masih belum dipergunakan (*idle capacity*). Sebagai gantinya, MVNO bisa lebih memfokuskan bisnisnya pada sisi layanan, aplikasi (konten) serta diversifikasi produk kepada konsumen.

Terdapat tiga motivasi utama bagi operator seluler untuk membolehkan MVNO menggunakan jaringan mereka :

1. Sebagai strategi segmentasi; operator seluler kerap kali menemui kesulitan untuk merambah semua segmen. MVNO merupakan salah satu cara untuk mengimplementasikan suatu marketing mix yang lebih spesifik, baik itu secara sendirian maupun melalui kerjasama untuk mengincar segmen yang menjadi target.
2. Strategi pendayagunaan jaringan; strategi MVNO dapat menciptakan skala ekonomis untuk pendayagunaan jaringan secara lebih baik.
3. Strategi produk; MVNO dapat membantu operator seluler menyasar pelanggan dengan kebutuhan layanan tertentu dan mendapatkan ceruk pasar yang tidak bisa diraih oleh op-

erator seluler.

Di samping sisi positif dari keberadaan MVNO, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian operator (MNO) :

1. Kanibalisasi pangsa pasar MNO oleh MVNO.
2. Dampak negatif dari MVNO yang memiliki kinerja buruk.
3. Pilihan MVNO yang tidak cocok dalam rangka partnering.
4. Terjadinya peralihan (*churn*) pelanggan yang lebih besar.

MVNO memposisikan diri mereka untuk melayani segmen pasar spesifik dan menawarkan konten dan layanan yang inovatif, dan konsumen di seluruh dunia telah memberikan respon yang positif. Saat ini konsumen di Indonesia mencari layanan yang lebih baik seiring dengan indikasi terjadinya penurunan kualitas layanan oleh operator seluler sebagai akibat perang tarif yang mereka lakukan. MVNO juga bisa membantu pengembangan bisnis MNO, misalkan kita ambil contoh pengembangan bisnis 3G yang agak tersendat. Dengan memberikan kesempatan kepada MVNO untuk membangun pangsa pasar, MNO yang menjadi host bagi MVNO tersebut dapat berkonsentrasi pada pengembangan jaringan dan menyerahkan masalah pemasaran dan distribusi kepada MVNO. Dengan

demikian, MNO dapat fokus pada pembangunan infrastruktur jaringan dan mereposisi diri mereka menjadi Facility Based Operator (FBO) yang menaruh perhatian pada masalah seperti interkoneksi dan peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan.

Dilihat dari sisi investasi bagi operator MVNO sendiri tidak terlalu besar dibanding dengan operator pemegang lisensi. Memang, operator MVNO yang sudah beroperasi sekarang ini memusatkan perhatian di daerah-daerah luar kota dengan menawarkan layanan akses suara dan SMS menggunakan terminal yang disebut FWT (Fixed Wireless Terminal), melakukan tagihan pelanggan sendiri serta menggunakan merek dagang sendiri yang berbeda dengan operator pemegang lisensi. Sebuah koran, misalnya, yang sekarang secara fisik sulit untuk mengembangkan jumlah tirasnya bisa menjadi operator MVNO dengan tujuan untuk mengembangkan ekspansi pembacanya ke perangkat telekomunikasi. Penambahan jumlah tiras sangat terkait dengan skala ekonomi dan biaya cetak yang memang tidak murah. Sehingga dengan menjadi sebuah operator MVNO, pelanggan yang ada bisa menjadi bagian dari sistem distribusi yang ada, dan sekaligus memperluas pelanggan baru yang memang tidak terjangkau karena berbagai hal.

Ekuitas merek adalah kekuatan

tersendiri dalam menjalankan bisnis MVNO. Virgin mobile adalah contoh MVNO yang terbilang sukses berkat kerjasama dengan T-mobile network. Bukti sukses adalah satu tahun sejak diluncurkan Virgin mobile di tahun 1999 telah memiliki basis 500 ribu pelanggan. Berikutnya pada tahun 2000 Virgin mampu memberikan kontribusi 13,7 persen bagi pelanggan T-mobile. Kemudian tahun 2001 meningkat menjadi 33,4 persen dan tahun 2002 bertambah menjadi 51,2 persen dan kian meningkat di tahun-tahun berikutnya. T-mobile adalah operator telekomunikasi kampiun dari Jerman dengan jaringan luas di Eropa hingga AS. Sedang nama Virgin sudah demikian melekat dengan jaringan holding multi usaha, salah satunya adalah Virgin Atlantic Airlines.

Demikian pula Virgin mobile di AS menjadi operator MVNO yang cukup progresif lewat pemanfaatan jaringan operator Sprint. Penyedia content olahraga ternama ESPN pun turut bermain di bisnis MVNO dengan menghadirkan ESPN mobile. Jaringan ESPN mobile menggunakan fasilitas operator Sprint PCS secara nasional. Jaringan ritel 7 Eleven pun nyata-nyata ikut bermain di MVNO, dengan dukungan ekuitas merek yang tinggi 7 Eleven bekerjasama dengan Cingular Wireless. Namun pola yang dijalankan 7 Eleven berbeda dengan ESPN mobile, 7 Eleven mengalihkan operasinya ke Ztar mobile yang

bertindak sebagai MVNE. Ztar mobile yang berpusat di Dallas, Texas ini sebagian besar meraih pelanggan pangsa pra bayar. Umumnya MVNO mengambil peran pengendalian penuh atas manajemen kartu SIM, branding, marketing, billing, dan customer operations.

Menjalankan MVNO bukan perkara mudah dan murah, minimal operator yang ingin menjalankan MVNO harus memiliki modal ekuitas merek yang tinggi, mempunyai produk dan jasa yang unik dan juga sangat penting adalah membangun sistem distribusi penjualan produk ke end user. Di Eropa sendiri umumnya MVNO lebih mengusung pada berbagai layanan multimedia seperti GPRS dan MMS. Beberapa pengamat telekomunikasi menyebut MVNO sebagai 'operator bodong' oleh karena tidak memiliki jaringan sendiri. Lepas dari itu hadirnya MVNO merupakan tambahan alternatif bagi pelanggan seluler untuk mendapat layanan dan produk terbaik.

E. PROSPEK PENYELENGGARAAN MVNO DI INDONESIA

1. Kondisi Persaingan Pasar Seluler Indonesia

Untuk menilai apakah penyelenggaraan MVNO dapat atau layak diterapkan di Indonesia, maka dalam bagian ini akan dianalisis kondisi persaingan

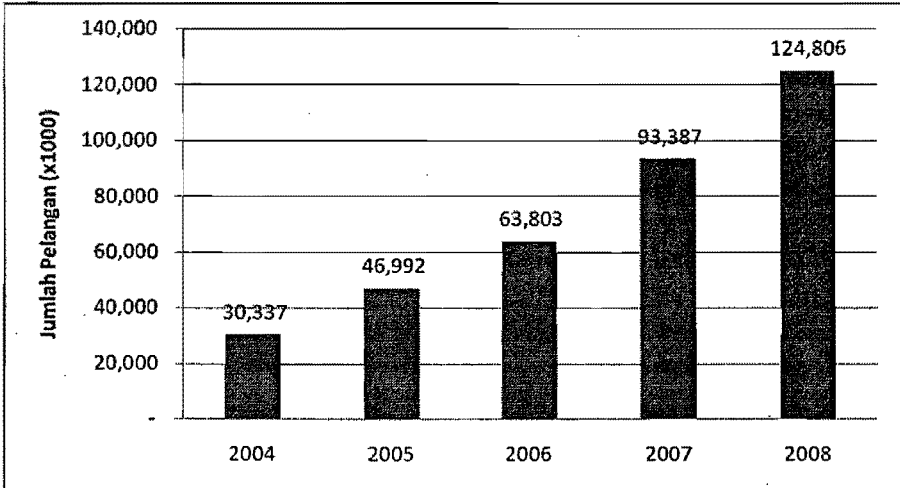
operator seluler meliputi pangsa pasar, analisis profitabilitas, dan entry barrier yang berpotensi mengganjal kehadiran MVNO sebagai pendatang baru.

a. Analisis Pangsa Pasar Operator Seluler Indonesia

Selama beberapa tahun terakhir, pasar pelanggan seluler di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini terlihat dari pertumbuhan jumlah pelanggan seluler yang meningkat dengan angka pertumbuhan di atas 30% per tahun. Rata-rata pertumbuhan pelanggan seluler selama periode 2003 - 2007 mencapai 55,4% per tahun. Komposisi pelanggan seluler Indonesia, dapat dibedakan berdasarkan skema pembayaran menjadi 2 (dua) kelompok pelanggan, yaitu pelanggan pasca bayar dan pelanggan pra bayar. Berdasarkan data 4 (empat) operator seluler terbesar, pada tahun 2007 sebagian besar pelanggan seluler merupakan pelanggan pra bayar (96,2%), sedangkan sisanya merupakan pelanggan pasca bayar (3,8%).

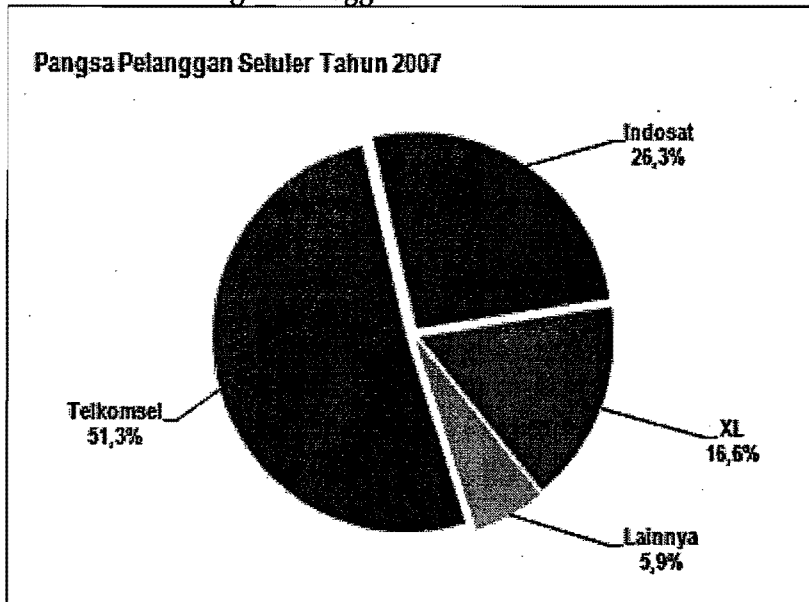
Walaupun secara keseluruhan jumlah pelanggan telepon seluler meningkat, laju pertumbuhan pelanggan sejak 2004 mulai menurun. Pada periode tahun 2004-2007,

Grafik 1
Jumlah Pelanggan Telepon Seluler



Sumber : Depkominfo (2009)

Grafik 2
Pangsa Pelanggan Seluler Tahun 2007



Sumber : Depkominfo (2008)

pertumbuhan rata-rata pelanggan seluler untuk semua segmentasi adalah sekitar 56,8% per tahun.

Dari 8 (delapan) pemain seluler yang beroperasi di Indonesia, pasar seluler nasional masih dikuasai oleh 3 (tiga) pemain besar, yaitu Telkomsel, Indosat, dan XL. Pada akhir tahun 2007, ketiga pemain utama tersebut menguasai 94,1% dari total pasar seluler (dari jumlah pelanggan), sisanya sebesar 5,9% dibagi oleh 5 menguasai pasar seluler terbesar yaitu 51,3%, disusul oleh Indosat dengan menguasai pasar seluler sebesar 26,3%, dan

disusul XL dengan menguasai pasar seluler sebesar 16,6%.

Selain pangsa pasar, pengukuran konsentrasi suatu industri dapat menggunakan beberapa metode, diantaranya yang paling sering digunakan adalah HHI. Pengukuran tersebut didasarkan pada penjumlahan kuadrat seluruh pangsa pasar yang dimiliki setiap pelaku usaha yang terdapat dalam industri bersangkutan

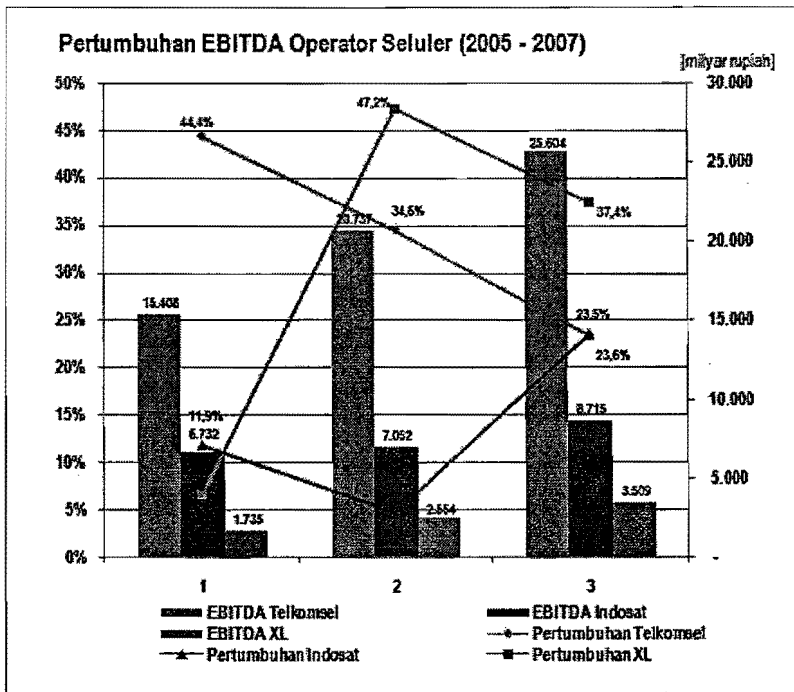
Nilai HHI dibawah 1000 dikategorikan sebagai rendahnya konsentrasi suatu industri. Nilai HHI diantara

Tabel 1
Perkembangan *Market Share* dan Herfindahl Index (HI)
Operator Seluler 2001 - 2006

KUADRAT PANGSA PASAR (SKALA 1 - 10.000)				
	Telkomsel	Indosat	XL	HHI Industri
2001	3151	408	560	4119
2002	3407	636	270	4312
2003	3645	768	142	4555
2004	3592	888	105	4586
2005	4168	697	82	4947
2006	4635	465	107	5207

Sumber: KPPU (2007)

Grafik 3
Pertumbuhan EBITDA Operator Seluler (2005 - 2007)



Sumber : Depkominfo (2008)

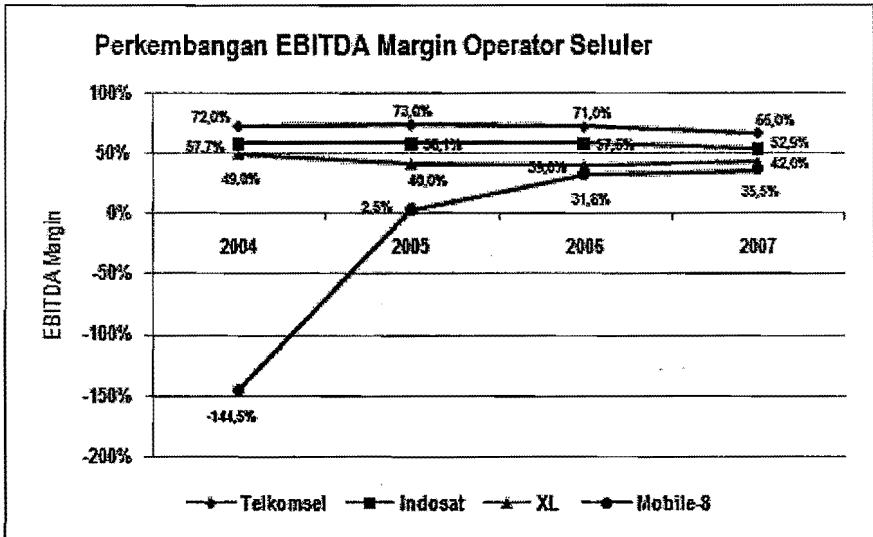
1000 dan 1800 sebagai indikasi konsentrasi industry yang moderat. Nilai HHI melebihi 1800 menunjukkan bahwa industri tersebut terkonsentrasi tinggi. Berdasarkan panduan batasan nilai HHI tersebut, nilai-nilai HHI industri jasa seluler menunjukkan bahwa industri tersebut sangat terkonsentrasi dan dapat membuat persaingan menjadi sangat terbatas. Hal ini bisa berdampak pada sulitnya MVNO yang baru masuk untuk

bersaing dengan operator incumbent.

b. Analisis Profitabilitas

Untuk mengukur indikasi tingkat persaingan pasar telekomunikasi dapat diukur salah satunya melalui EBITDA. Nilai EBITDA yang tinggi menunjukkan ketersediaan kas bersih yang dapat digunakan untuk melakukan ekspansi, seperti pembangunan infrastruktur jaringan. EBITDA

Grafik 4
Perkembangan EBITDA Margin Operator Seluler



Sumber : Depkominfo (2008)

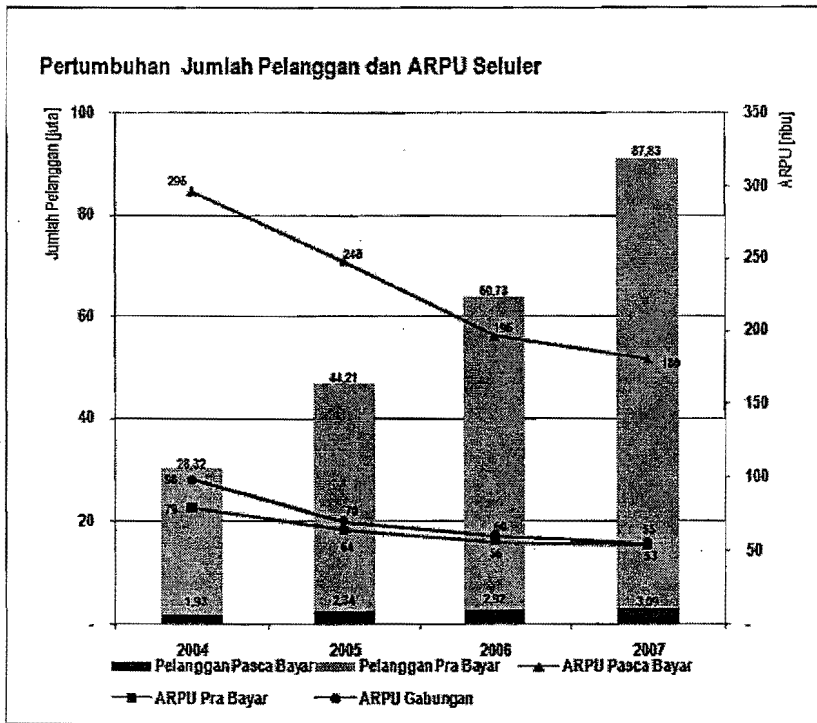
di industri telekomunikasi di Indonesia saat ini memang masih sangat tinggi. EBITDA ini merupakan metrik yang biasa digunakan untuk menghitung kinerja keuangan dan mengevaluasi tingkat profitabilitas sebuah perusahaan beraset besar seperti dalam industri telekomunikasi. Semakin tinggi nilai EBITDA-nya, berarti perusahaan atau industri tersebut semakin bagus kinerja keuangannya.

Dilihat dari data EBITDA operator seluler sampai akhir tahun 2007, EBITDA Telkomsel (Rp. 25.604 milyar) menduduki

posisi EBITDA tertinggi dengan diikuti oleh Indosat (Rp. 8.715 milyar). Pada kurun waktu 2004 sampai dengan 2007, EBITDA Telkomsel mencapai 3 (tiga) kali lipat EBITDA Indosat dan sekitar 8 (delapan) kali EBITDA XL, yang menjadikan Telkomsel sebagai market leader.

Berdasarkan data EBITDA Margin operator seluler, diketahui bahwa EBITDA Telkomsel dan Indosat berada di atas 50%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa operasional Telkomsel dan Indosat mampu menciptakan cash perusahaan 100% lebih dari biaya yang

Grafik 5
Pertumbuhan Jumlah Pelanggan dan ARPU Seluler



Sumber: Depkominfo (2008)

harus dikeluarkan untuk menciptakan layanan jasa seluler. Sedangkan EBITDA Margin XL dan Mobile-8 berada di bawah 50%. Berdasarkan data EBITDA Margin dari tahun 2004 sampai dengan 2007, Telkomsel merupakan operator yang mampu menciptakan EBITDA margin terbesar dengan rata-rata EBITDA margin 70,5%. Secara rata-rata EBITDA margin pada periode

yang sama, Indosat menempati urutan kedua dengan kemampuan menciptakan EBITDA margin rata-rata tahunan sebesar 56,6%. Sedangkan XL menempati posisi ketiga dengan EBITDA Margin rata-rata tahunan sebesar 42,5%. Mobile-8 menempati urutan terakhir dalam menciptakan EBITDA margin rata-rata yaitu sebesar 23,3% untuk periode tahun 2005

sampai dengan tahun 2007.

EBITDA yang tinggi bisa dipengaruhi oleh beberapa hal. Di antaranya, efisiensi yang tinggi atau karena kekuatan pasar (market power) yang dimiliki. Dari hasil kajian akademis Institute for Development of Economics and Finance (Indef), EBITDA yang tinggi di industri selular bukan karena faktor efisiensi yang tinggi, melainkan akibat kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan dalam menetapkan harga. Adanya cross ownership mempermudah terjadinya pertukaran informasi mengenai strategi bisnis dan pemasaran, termasuk strategi penentuan harga. Ini akan mendorong terjadinya perilaku oligopoli, kartel, dan cross subsidy. Dimana operator selalu beralih tingginya tarif yang mereka terapkan adalah untuk menutup biaya infrastruktur, terutama untuk memperluas jaringan. Jadi, bisa disimpulkan bahwa telah terjadi kegagalan mekanisme pasar (market failure) yang menjadikan pasar seluler Indonesia tidak kompetitif khususnya bagi perkembangan MVNO.

Selain EBITDA, data ARPU (Average Revenue Per User) juga

dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Semakin banyak operator baru yang masuk pasar telekomunikasi telah meningkatkan kompetisi, menurunkan tarif, sehingga berdampak pada penurunan ARPU di banyak operator telekomunikasi. Dari tabel tentang perkembangan ARPU sektor telekomunikasi, dapat dilihat bahwa semua operator telekomunikasi ARPU-nya turun. ARPU yang relatif tinggi merupakan deteksi awal bahwa mekanisme pasar belum berjalan secara optimal. Dengan kata lain, persaingan belum berjalan secara efektif. Relatif tingginya ARPU boleh jadi disebabkan tarif yang masih tinggi, atau meluasnya daya beli sebagaimana terlihat dari indikator ekonomi makro seperti PDB per kapita. Beberapa regulator di Eropa merujuk tingginya ARPU sebagai indikasi signifikan market power.

Indikasi tingginya ARPU tidak serta merta menyimpulkan bahwa operator tertentu melakukan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat, sejauh tingginya ARPU tidak diperoleh karena menghambat entry operator

lain. Di banyak negara, persaingan yang belum efektif menjadi perhatian regulator karena berdampak terhadap tarif yang semestinya makin kompetitif untuk kepentingan konsumen. Bila jumlah pelanggan seluler Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, ARPU (rata-rata pendapatan dari tiap pelanggan), khususnya dari 4 (empat) operator selular (Telkomsel, Indosat, XL, dan Mobile-8) cenderung menurun. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan pada ARPU selular untuk pelanggan pasca bayar yang pada tahun 2007 adalah sekitar Rp. 180.000,-, dibandingkan dengan ARPU pelanggan pra bayar yang jauh lebih rendah, yaitu sekitar Rp. 53.000,-. ARPU gabungan pelanggan pasca-bayar dan pra-bayar keempat operator selular pada tahun 2007 adalah sekitar Rp.55.000,-.

Semakin banyaknya operator baru yang masuk pasar telekomunikasi telah meningkatkan kompetisi, menurunkan tarif, sehingga berdampak pada penurunan ARPU. Demikian pula ARPU telepon seluler seperti Telkomsel, Indosat, XL, dan Mobile-8 juga turun. Dimana ARPU campuran (blended) dari

4 (empat) operator seluler sudah di bawah Rp. 100.000.

c. Barriers to entry

Berbagai jenis entry barrier yang berpotensi menghambat masuknya MVNO ke Indonesia, antara lain ketersediaan spektrum. Sebagaimana diketahui spektrum frekuensi untuk 2G saat ini sudah tidak tersedia alokasi lagi. Sedangkan untuk 3G masih ada sedikit pita yang akan dilelang Pemerintah dalam waktu dekat. Persetujuan regulator (Regulatory Approval) juga bisa menjadi penghambat. Persetujuan regulator dapat memakan waktu dan biaya. Untuk itu diperlukan suatu kebijakan khusus yang dapat mempercepat perizinan untuk bisnis MVNO.

Hambatan lainnya adalah switching barrier yang bisa berupa kontrak, SIM/handset locking, ketiadaan mobile number portability, tarif tidak transparan, dan bundling produk. Semua hal tersebut masih ditemui pada industri seluler Indonesia. Di samping itu, churn rate, akses ke pasar modal, dan skala ekonomis turut berpengaruh besar dan bisa menjadi entry barrier bagi pendatang baru.

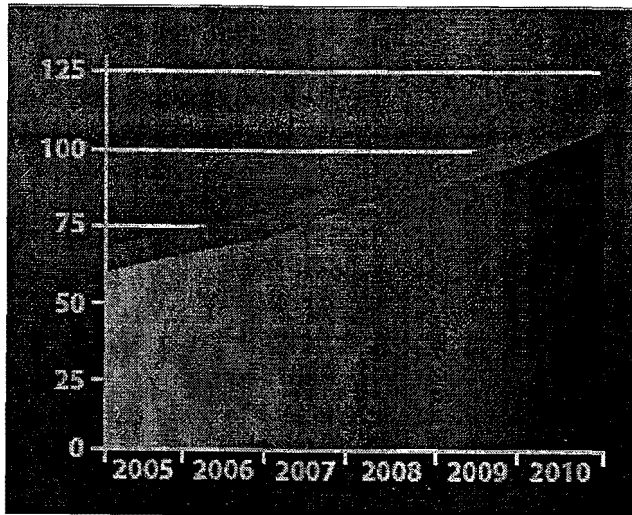
2. MVNO di Indonesia

Menurut Dirjen Postel Basuki Yusuf Iskandar, kebijakan MVNO di Indonesia nantinya akan diarahkan sebagai suatu pola kerjasama demi efisiensi infrastruktur. Sebelumnya, MVNO sempat dijadikan solusi alternatif atas tergusurnya layanan StarOne milik PT Indosat dan Flexi kepunyaan PT Telkom dari frekuensi 1.900 MHz ke frekuensi 800 MHz karena hadirnya teknologi seluler generasi ketiga (3G). StarOne bermitra dengan Esia milik PT Bakrie Telecom, sedangkan Flexi dipasangkan dengan Fren milik Mobile-8. Namun kerjasama tersebut nyatanya tidak berjalan sesuai rencana.

Seiring ditata ulangnnya frekuensi 800 MHz, kebijakan MVNO pada empat operator itu dianggap sudah tak relevan lagi.

MVNO telah lahir menjadi suatu model bisnis yang sangat sukses dan telah membawa transformasi pada industri wireless. Operator tidak lagi memerlukan suatu lisensi atau full network untuk bersaing di pasar seluler. Dimulai di Eropa sebagai model reseller, kini berkembang di seluruh belahan dunia. Pasar MVNO telah tumbuh dan berkembang dengan cepat dimana berdasarkan hasil riset dari Pyramid Research jumlah pelanggan di seluruh dunia pada tahun 2007 adalah 75 juta jiwa,

Grafik 6
Jumlah Pertumbuhan Pelanggan MVNO (dalam juta jiwa)



Sumber : Blueslice Network Inc. (2008)

dan akan tumbuh menjadi 100 juta sebelum tahun 2010.

Secara umum, pasar telekomunikasi Indonesia sudah mengarah kearah kejenuhan dari sisi permintaan. Adanya kenyataan tersedianya kapasitas berlebih (*excess capacity*) pada jaringan akan memberikan nilai bagi pelanggan dan operator. Pada pasar telekomunikasi yang sangat kompetitif, seperti Indonesia akuisisi pelanggan merupakan hal yang sulit dan kompleks. Mengingat faktor geografis Indonesia yang sangat luas, diperlukan suatu MVNO dengan *retail chain* yang kuat untuk mengatasi masalah akuisisi pelanggan di ceruk pasar yang ada.

Belum adanya peraturan tentang konsep bisnis MVNO di Indonesia juga menyebabkan peluang penyedia bisnis konten mobile tidak berkembang. Saat ini ada indikasi bahwa operator ingin menguasai jalur bisnis dari hulu ke hilir sehingga menjadi penghambat bagi bisnis konten mobile untuk berkembang. Bisnis konten pada perangkat ponsel idealnya akan ditangani secara terpisah oleh masing-masing perusahaan (MVNO) yang memang memiliki fokus ke bidang tersebut. Kemajuan teknologi pengiriman data ke arah pita lebar ikut mendorong peningkatan lalu lintas data yang dilakukan oleh konsumen. Ponsel merupakan salah satu perangkat

untuk mengakses Internet yang paling banyak dimiliki masyarakat Indonesia. Oleh karena itu para MVNO sangat berpeluang untuk mengisi pasar konten Internet di perangkat ponsel. Pada masa mendatang operator telekomunikasi akan mencapai titik kemapanan, sehingga mereka memerlukan perubahan nilai. Perang tarif yang dilakukan operator membuat pendapatan mereka turun dan saat ini sudah pada titik jenuh dan tidak bisa ditingkatkan lagi untuk mengeruk pendapatan. Untuk itu, operator memerlukan penyedia konten (*Content Provider*) guna diajak kerja sama dalam menghasilkan nilai tambah. Operator tidak bisa sekaligus mengurus pembuatan konten karena jumlah pelanggannya yang diurusinya sudah berjumlah jutaan.

Di Indonesia pun sudah ada cikal bakal MVNO, yaitu PT. Flash Mobile yang mungkin menjadi cikal bakal MVNO pertama di Indonesia. Dengan pola MVNO maka Flash Mobile tidak memerlukan pembangunan sistem jaringan infrastruktur komunikasi sendiri, seperti spektrum frekuensi pun memakai dari frekuensi yang sudah digunakan oleh operator lain (*incumbent operator*) dalam hal ini adalah PT. Mobile-8. PT. Flash Mobile adalah badan usaha hasil bentukan dari Yayasan Pendidikan dan Kesejahteraan (YPK) PLN dan PT. Senatel (*Bimantara Grup*). Target awal pelanggan adalah customer PLN,

dimana Flash mobile memberikan beberapa layanan seputar informasi PLN lewat SMS. Seiring perkembangan kini Flash mobile menghadirkan jenis produk kartu Hore bagi pelanggan pra bayar dan pasca bayar. Coverage Flash mobile mengikuti jaringan Mobile 8 secara penuh, dimana ada coverage Mobile 8 maka Flash mobile bisa digunakan. Sistem billing pun masih mengacu pada Mobile 8, hanya saja nantinya saluran distribusi produk dan layanan pelanggan bakal terpisah. Hal ini mutlak dilakukan agar produk tidak menjadi rancu di pasar.

Gambar 3 Kartu Hore



Sumber : Flash Mobile (2009)

Sistem kerjasama dalam pola MVNO bisa bermacam-macam tergantung dari kesepakatan kedua pihak. Salah satunya adalah lewat MOU (minute of use) dengan pembayaran berdasarkan pada lamanya penggunaan jaringan. Dalam skema MVNO terdapat pemisahan tanggung jawab antara penyedia jaringan (network provider) dan penyedia layanan (service provider). Hadirnya MVNO membawa

potensi bisnis yang cukup luas. Penyedia jaringan dipastikan dapat menarik segmen pasar baru, sehingga bisa mengoptimalkan kapasitas jaringan yang ada. Hal ini diakui oleh Mobile 8, dimana kapasitas jaringan yang tersisa dapat diberdayakan lewat pola MVNO. Bahkan bukan tidak mungkin MVNO juga mengembangkan sistem jaringan tersendiri. Lepas dari potensi positif, MVNO juga bisa berdampak negatif jika tidak diatur dengan baik.

Adanya irisan produk yang tajam dan isu kanibalisasi dengan produk dari penyedia jaringan dan layanan bisa berakibat fatal. Ini bisa jadi tidak menguntungkan bagi operator penyedia jaringan yang rata-rata juga bertindak sebagai penyelenggara layanan, seperti benturan dalam sistem pemasaran. Untuk itu biasanya diperlukan pengaturan dan kerjasama antara MVNO dan penyedia layanan/jaringan dalam menghadirkan fitur ke pasar.

Operator dengan kapasitas jaringan rendah adalah yang paling sesuai menyelenggarakan MVNO. Bagi Mobile 8, Star One dan Esia kehadiran operator virtual bisa mendorong persaingan yang sehat dan sekaligus mencapai jumlah target pelanggan yang diharapkan. Bagaimana dengan operator GSM? Nampaknya pihak GSM masih melihat terlebih model bisnis yang ditawarkan. Kemungkinan ini disebabkan

kapasitas jaringan GSM sudah lumayan terpakai, dan kubu GSM merasa lebih optimal dengan memberdayakan potensi sendiri. Maklum pasar pelanggan GSM jauh sangat besar ketimbang CDMA di Tanah Air.

Berbeda dengan MVNO ternama dunia seperti Virgin, ESPN dan 7 Eleven, faktor ekuitas merek belum menjadi kekuatan pada Flash mobile. Untuk membangun ekuitas merek jelas diperlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit seperti promosi yang gencar. Lalu produk dan jasa yang unik, seperti Flash mobile memberikan gimmick berbagai paket menarik termasuk tarif jauh dekat hanya Rp 50 per detik untuk sesama operator. Pemain MVNO juga harus jeli mencari celah pasar. Untuk urusan celah pasar Flash mobile membidik pangsa korporat dengan keunggulan akses data cepat CDMA2000-1x, meski tidak mengesampingkan layanan voice dan data reguler.

Berdasarkan penulisan penulis, sulit mencari perusahaan MVNO lain di Indonesia yang telah beroperasi. Adapun perusahaan MVNO yang akan beroperasi adalah PT. Telboss Indonesia yang merupakan anak perusahaan Diboss, sebuah perusahaan penyedia solusi nirkabel berbasis CDMA/GSM di Korea Selatan. Pada tahap awal, Telboss akan menginstalasi 50 ribu set telepon koin nirkabel di Jawa dengan

kerjasama sebuah operator CDMA di Indonesia.

F. PENUTUP

Kesimpulan

1. MVNO merupakan operator yang menyediakan layanan telekomunikasi bergerak bagi para pelanggannya tanpa harus (sebagian atau seluruhnya) membangun dan memiliki infrastruktur sendiri. Konsep yang mendasarinya adalah mengizinkan perusahaan-perusahaan untuk berpartisipasi dalam bisnis layanan bergerak tanpa perlu memiliki lisensi penuh sebagai MNO atau penyelenggara jaringan.
2. MVNO memiliki banyak rantai nilai antara lain MNO, MNE, MVNE, MSSE, SP dan BR.
3. Pengenalan terhadap MVNO dipandang sebagai kemajuan kearah prinsip pasar bebas yang lebih berkembang dan memberikan kontribusi terhadap penggunaan secara efisien infrastruktur telekomunikasi yang ada. Pengenalan MVNO pada pasar telekomunikasi Indonesia sangat dibutuhkan dalam rangka terciptanya kompetisi yang sehat, peningkatan teledensitas, peningkatan keterjangkauan (affordability) dan pilihan bagi

pengguna, tentunya dengan menjaga kepentingan dari operator yang sudah eksis.

4. Saat ini di Indonesia (berdasarkan penelusuran penulis) telah hadir satu MVNO, yang telah beroperasi yaitu PT. Flash Mobile yang beroperasi menggunakan jaringan milik PT.Mobile-8. Kondisi di Indonesia dengan tingkat kompetisi yang tinggi hanya memberikan kesempatan kepada MVNO untuk menjalin kerjasama dengan operator CDMA, karena operator CDMA dinilai lebih memiliki idle capacity dibandingkan dengan operator GSM.

Saran

1. Apapun bentuk kebijakan yang akan dikeluarkan oleh Pemerintah terhadap MVNO harus memperhatikan beberapa prinsip yaitu :
 - a. Regulator harus menganut prinsip teknologi netral,
 - b. Kerangka kebijakan harus bersifat light touch, sehingga MVNO tidak menghadapi kendala (entry barrier).
 - c. Prinsip netralitas terhadap pendapatan (revenue neutrality principles), artinya pengenalan MVNO tidak akan menghasilkan pengurangan apapun terhadap penerimaan

negara jika dibandingkan tanpa MVNO. Keberadaan MVNO bukanlah suatu kesempatan bagi MNO untuk mengabaikan kewajiban yang terdapat dalam lisensi yang ada.

- d. Katalis terhadap pertumbuhan sektor, artinya keberadaan MVNO seharusnya membantu MNO untuk memperluas pasarnya.
 - e. Melindungi kepentingan konsumen, kepentingan konsumen adalah segalanya dan tidak bisa ditawar.
2. Hal yang perlu didiskusikan oleh regulator adalah sampai batasan mana suatu MVNO diizinkan untuk membangun infrastrukturnya sendiri. Opini mayoritas berpendapat bahwa dikarenakan MVNO tidak memiliki spektrum sendiri, MVNO tidak diizinkan untuk memasang Radio Access Network (RAN)/Base Station Sub-system (BSS). MVNO hanya dibolehkan memiliki infrastruktur inti dan platform layanan nilai tambah seperti voicemail, IN, SMS, billing, dan sebagainya.
 3. Adanya irisan produk yang tajam dan isu kanibalisisasi dengan produk dari penyedia jaringan dan layanan bisa berakibat fatal. Ini bisa jadi tidak menguntungkan

bagi operator penyedia jaringan yang rata-rata juga bertindak sebagai penyelenggara layanan, seperti benturan dalam sistem pemasaran. Untuk itu biasanya diperlukan pengaturan dan kerjasama antara MVNO dan penyedia layanan/jaringan dalam menghadirkan fitur ke pasar.

4. Mengingat faktor geografis Indonesia yang sangat luas, diperlukan suatu MVNO dengan retail chain yang kuat untuk mengatasi masalah akuisisi pelanggan di ceruk pasar yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

"Bisnis Konten Belum Tergarap Maksimal", *Bisnis Indonesia*, 21 Januari 2009

Blueslice Network Inc, "Delivering MVNO Differentiation", 2008

Departemen Komunikasi dan Informatika, "Studi Kepemilikan Saham dalam Industri Telekomunikasi", 2008

Komisi Pengawas Persaingan Usaha, Putusan Perkara No.07/KPPU-L/2007, 19 November 2007

Mahardika, Haryyadin, "Setelah Separuh Penduduk Berponsel", *Harian Kontan*, 6 Januari 2009

NERA Economic Consulting, "Mobile Virtual Network Operators

(MVNOs) in Israel", 2007

"Persaingan Melalui Kerjasama Baru". *Kompas*, 9 Agustus 2004

"Telboss Targetkan Instalasi 100.000 Unit Telepon Koin", *Bisnis Indonesia*, 19 Juli 2008

Telecom Regulatory Authority of India, "Recommendations on Mobile Virtual Network Operator (MVNO)", 2008.

Timur, Anton. "Mengenal Skema Bisnis Seluler MVNO". *Kompas*, 15 Februari 2006

Sumber Internet

<http://www.answers.com/topic/mobile-virtual-network-operator>

http://ponselbandung.net/index.php?sid=&a=detail_news&news_id=39

<http://kuliselular.com/2008/03/scanning.html>

<http://www.flashmobile.co.id/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/MVNO>

BIODATA

IMAN SANJAYA, Lahir di Banjarmasin, 21 April 1981, Sarjana S1 Statistika, Staff di Puslitbang Postel.

PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM ASING TERHADAP BISNIS TELEKOMUNIKASI SELULER

Azwar Aziz

Abstract

Shares is a form of ownership of a company in the form of capital or capital participation in a company. At the cellular telecommunications business, foreign shares considerable as a big influence on the development of the telecommunications world, especially in Indonesia. On the other side, the effects of foreign shares have its own problems whether the benefits of investment to develop the company's back to the country. Therefore there is a question of how the influence of foreign shares on the cellular telecommunications business. In this study, qualitative research methodology is required to support or answer the question. The results of analysis showed the influence of the legal aspects, economic, technological, social and cultural, and employment. These effects on how the involvement of own capital needs to be criticized in order to develop cellular telecommunications strategic role.

Kata-Kata Kunci: Saham, Telekomunikasi Seluler

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan penyelenggaraan telekomunikasi seluler pada saat ini sangat luar biasa kemajuannya, masing-masing operator seluler semakin gencar mempromosikan produknya untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin. Kegiatan ini didukung dengan regulasi yaitu Undang-Undang R.I. Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi pasal 10 ayat (1) secara tegas dinyatakan bahwa dalam penyelenggaraan telekomunikasi dilarang melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat diantara penyelenggara telekomunikasi.

Pesatnya kemajuan telekomunikasi seluler di Indonesia ini telah memberikan daya tarik pemodal asing yang bergerak dibidang telekomunikasi untuk menanamkan modalnya di bisnis telekomunikasi khususnya di seluler. Oleh karena itu pemerintah bersama-sama DPR RI telah membuat Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Peraturan Presiden RI. Nomor 76 dan 77 Tahun 2007 beserta perubahannya Peraturan Presiden No. 111 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden No. 77 Tahun 2007 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman

Modal. Untuk penyelenggaraan jaringan tetap telekomunikasi lokal berbasis kabel atau radio dengan teknologi *circuit switched* atau *packet switched* dibatasi maksimal 49%, penyelenggaraan jaringan tetap tertutup maksimal 65%, penyelenggaraan jaringan bergerak seluler atau satelit maksimal 65%, jasa sistem komunikasi data maksimal 95%, jasa interkoneksi internet (NAP) maksimal 65%, jasa internet teleponi untuk keperluan publik (ITKP) dan jasa multimedia lainnya maksimal 49%.

Penyelenggara telekomunikasi seluler yang posisi saat ini jumlahnya telah mencapai 8 (delapan) perusahaan yang sebagian besar kepemilikan sahamnya telah dikuasai oleh penanam modal asing, dengan komposisi kepemilikan saham asing antara lain PT. Hutchison CP Telecommunication (HCPT) dengan merek dagang 3 (three) sebesar 100%, PT. Excelcomindo Pratama dengan merek dagang XL sebesar 99,80%, PT. Natrindo Telepon Seluler (NTS) dengan merek dagang axis sebesar 95%, PT. Indosat dengan merek dagang IM3, matrix, mentari sebesar 40,81%, PT. Telkomsel dengan merek dagang simpati, Hallo dan Kartu AS sebesar 35% dan PT Mobile-8 Telecom dengan merek dagang Fren sebesar 7,01%.

Cukup besar kepemilikan saham asing di penyelenggara teleko-

munikasi seluler, tentunya akan memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap perkembangan bisnis telekomunikasi seluler di Indonesia baik dilihat dari aspek hukum, ekonomi, teknologi, sosial dan budaya dan penyerapan tenaga kerja maupun sisi negatif dengan dibawahnya keuntungan yang diperoleh ke negara asal pemilikan saham asing tersebut dan dipertanyakan keseriusan dalam memperluas jaringan dan jasa telekomunikasi seluler.

B. PERMASALAHAN

Dengan memperhatikan latar belakang dari kajian ini, maka permasalahannya adalah Bagaimana pengaruh kepemilikan saham oleh pihak asing dalam bisnis telekomunikasi seluler ?

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan adalah untuk mendapatkan gambaran komprehensif mengenai kepemilikan saham asing terhadap bisnis telekomunikasi seluler.

Manfaat kajian ini adalah diharapkan menghasilkan rekomendasi kepada pimpinan dalam hal kepemilikan saham asing pada bisnis telekomunikasi seluler.

D. RUANG LINGKUP

Kajian ini termasuk dalam ruang

lingkup penelitian kualitatif dengan asumsi-asumsi konsep teoritik ekonomi dan telekomunikasi.

E. KERANGKA TEORI

1. Saham

Saham (*share*) atau stok (*stock*) adalah istilah yang kurang lebih sama. Keduanya mengacu pada hak kepemilikan terhadap suatu perusahaan, tepatnya modal suatu perusahaan. Bedanya kata stok atau stock bersifat abstrak, sedangkan saham atau share bersifat konkret (T.Dominic.H,2008 : 17). Definisi dari referensi lain, saham adalah bukti penyertaan modal pada sebuah perusahaan (Porman, 2007 : 1). Ada dua jenis saham perusahaan, yaitu saham preferen (*preferen stock*) dan saham biasa (*common stock*). Saham preferen adalah penanaman modal atau kepemilikan pada suatu perusahaan pada tingkat terbatas. Sebagai pemegang saham preferen, tidak memiliki hak suara dalam RUPS (rapat umum pemegang saham), namun demikian, akan dijanjikan sejumlah dividen yang jumlahnya pasti dan tetap (*fixed income*) dalam persentase tertentu, juga termasuk tingkat bunga, yang pelaksanaan pembayarannya lebih didahulukan dibandingkan dividen saham biasa. Ada dua katagori

saham preferen, yaitu *cummulative preferrend stock* dan *convertible preferrend stock*. *Cummulative preferrend stock* adalah apabila pada satu tahun buku tertentu perusahaan tidak mampu membayarkan dividen bagi pemegang saham preferen (dan tentu saja pemegang saham biasa pun tidak menerima dividen), perusahaan akan mengakumulasi dan mencatatnya sebagai utang dividen (*dividend payable*) yang harus dibayarkan pada tahun berikutnya. *Convertible preferrend stock* adalah menjanjikan tingkat bunga (dividen) yang pasti, perusahaan juga memberikan kesempatan untuk menukar saham preferen menjadi saham biasa secara proporsional, dengan ratio tertentu yang telah ditentukan terlebih dahulu. Kesempatan inilah yang menyebabkan pasar *convertible preferrend stock* lebih menarik dibandingkan *no-convertible preferrend stock*. Saham biasa (*common stock*) adalah saham perusahaan yang tidak disebut secara khusus, maka saham itu adalah saham biasa. kepemilikan saham biasa, berhak hadir dan memberikan suara dalam RUPS. Pihak yang memiliki 5% atau lebih saham perusahaan publik diwajibkan melaporkan kepemilikannya kepada Bapepam-LK (Badan Pengawas

Pasar Modal-Lembaga Keuangan), dan perusahaan wajib mencantulkannya dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan. Jika kepemilikannya mencapai 25%, pihak tersebut akan tercatat sebagai pemegang saham utama atau pengendali. Kategori saham biasa ada 7 (tujuh) macam, yaitu :

a. *Blue Chip Stock*

Saham perusahaan-perusahaan besar yang telah terbukti memiliki reputasi baik dan secara historis memiliki catatan pertumbuhan keuntungan (*profit growth*) dari tahun ke tahun, serta konsisten memberikan dividen kepada pemegang saham. Perusahaan-perusahaan ini dikelola dengan standar profesionalisme tinggi untuk menghasilkan produk/jasa bermutu tinggi. Harga pasar saham blue chip umumnya relatif mahal, tetapi tingkat imbal-hasil (*return*) dalam bentuk dividen pun relatif setimpal. Jenis saham ini sangat aktif diperdagangkan sehingga pergerakan harganya cukup fluktuatif, dengan rata-rata volume perdagangan yang cukup besar setiap harinya. Tentunya hal ini berpengaruh besar terhadap pergerakan pasar karena kapitalisasi pasarnya menempati porsi yang sangat besar.

b. *Growth Stock*

Perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan pendapatan dan laba yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya disebut *growth company* (perusahaan bertumbuh). Sahamnya pun tentu menjadi *growth stock* (saham bertumbuh). Saham bertumbuh umumnya memiliki P/E ratio (price/earning ratio/rasio harga-laba) yang tinggi, namun *dividend payout ratio* (rasio pembayaran dividen) rendah. Dari rumus $P/E \text{ ratio} = \text{Current Price} / \text{EPS}$, karena investor beranggapan bahwa saham ini adalah saham dengan pertumbuhan yang cukup bagus, mereka berebut memilikinya dan akhirnya berlaku teori *supply and demand*.

c. *Income Stock*

Saham ini memberikan pendapatan (*income*) berupa dividen yang cukup tinggi dan rutin pemegang sahamnya. Perusahaan tidak memerlukan modal tambahan dalam jumlah besar, karena sebagian besar laba yang dihasilkan akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen tunai. Mengamati *income stock*, perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut : statistik kinerja, kebijakan dividen,

prospektus, komentar perusahaan efek, laporan analisis independen, laporan rugi/laba.

d. *Defensive Stock*

Harga saham jenis ini pada umumnya tidak terpengaruh oleh fluktuasi iklim perekonomian. Banyak industri yang gulung tikar pada saat ekonomi mengalami resesi. Tingginya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat menyebabkan perusahaan-perusahaan yang mengandalkan bahan baku impor pada akhirnya menjadi bangkrut. Industri tekstil pun mengalami kemunduran usaha. Produk-produk yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, yang membuat perusahaan-perusahaan tersebut bertahan, misalnya produk kosmetik, mie, rokok dsb.

e. *Cyclical Stock*

Cyclical stock merupakan kebalikan dari *defensive stock*. Perusahaan yang memiliki saham jenis ini umumnya menikmati kemakmuran hanya pada musin-musin tertentu, misalnya perusahaan yang memproduksi perlengkapan sekolah akan menghasilkan penjualan pesat

menjelang tahun ajaran baru. Produsen kerta untuk buku tulis ataupun buku pelajaran akan kebanjiran order. Demikian juga produsen bahan pakaian seragam sekolah.

f. *Speculative Stock*

Perusahaan yang menerbitkan saham jenis ini tidak mampu secara konsisten menghasilkan laba, namun memiliki prospek yang baik di masa mendatang. Biasanya, perusahaan seperti ini adalah perusahaan yang baru beroperasi atau sedang mengembangkan produk baru yang berprospek bagus.

g. *Junk Stock*

Perusahaan yang menerbitkan saham seperti ini pada umumnya tidak memiliki manajemen yang baik dan sering kali mengalami kerugian serta produk/jasa yang dimiliki tidak berprospek baik. Harga sahamnya sangat fluktuatif, terkadang naik sangat tinggi, tetapi juga dapat turun serendah mungkin (Porman, 2007 : 22-33)

2. Pasar Saham

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli barang atau jasa. Tempat pasar tidak memerlukan lokasi secara fisik.

Yang diperlukan hanyalah sebuah sarana yang akan memudahkan pembeli dan penjual berkomunikasi mengenai aspek-aspek yang berhubungan dengan transaksi. Kemudian pasar tidak perlu memiliki barang atau jasa secara fisik yang terlibat dalam transaksi. Pada saat ini, pasar modal telah menggunakan perdagangan melalui sistem elektronik, yang memungkinkan penjual dan pembeli dapat saling berinteraksi. Pelaku perdagangan tidak perlu mencari lawan transaksi. Semua sudah tersedia dalam sebuah mekanisme perdagangan yang diatur sedemikian rupa, cukup menghubungi broker atau perusahaan efek dan membuka rekening efek. Selanjutnya hanya memberi instruksi menjual atau membeli saham, apabila ingin menjual saham, dapat menerima uang dan apabila ingin membeli saham, maka perlu membayar, kemudian biarkan saja broker yang melakukan transaksi.

Pada pasar modal Indonesia, khususnya pasar saham, ada beberapa institusi yang terlibat dalam perdagangan saham, antara lain : 1. Bursa efek, menyediakan fasilitas pasar perdagangan, 2. Perusahaan efek (*brokerage house*), sebagai perantara bagi investor yang akan melakukan jual-beli

saham, yang juga dapat bertindak sebagai penjamun emisi efek bagi perusahaan yang akan melakukan penawaran umum perdana saham, 3. Kustodian sentral efek, sebagai tempat penyimpanan atau penitipan saham/efek milik nasabah, 4. Kliring dan penyelesaian, sebagai pihak yang akan mengurus penyelesaian perdagangan. Pasar dapat terbagi dua bagian, yaitu : 1. Pasar Primer atau pasar perdana adalah pasar penjualan efek (saham atau obligasi) yang baru ditawarkan pada publik. Pasar ini biasa juga disebut Initial Public Offering (IPO) atau penawaran umum perdana dan umumnya dibantu oleh *underwriter* atau penjamin emisi efek serta profesi penunjang pasar modal lainnya. Calon investor wajib mengisi formulir permohonan pemesanan saham terlebih dahulu, 2. Pasar sekunder atau pasar perdagangan efek setelah selesainya masa penawaran umum perdana. Di Indonesia, Bursa Efek Jakarta lebih dikenal sebagai pasar untuk saham, dan Bursa Efek Surabaya untuk pasar saham dan obligasi. Pasar sekunder menawarkan likuiditas yang tinggi serta informasi memadai dan kontinyu mengenai harga pasar, jumlah volume dan harga transaksi yang sudah terlaksana, jumlah volume serta harga penawaran dan permintaan

yang belum terlaksana, serta informasi-informasi terbaru mengenai semua aspek yang diperdagangkan (Porman, 2007 : 90-93).

3. Harga Saham

Berapa jumlah lembar saham yang diedarkan oleh suatu perusahaan sepenuhnya bergantung pada kebijakan perusahaan tersebut. Harga saham adalah pembagian antara modal perusahaan dan jumlah saham yang diterbitkan. Dengan demikian, emiten dapat mengatur harga saham yang diinginkan dengan mengatur jumlah saham yang diterbitkan. Jika emiten menginginkan harga sahamnya lebih rendah sehingga terjangkau oleh investor, maka dapat diterbitkan saham dalam jumlah besar. Jika emiten menginginkan harga sahamnya lebih tinggi, maka dapat menerbitkan saham dalam jumlah sedikit.

Harga saham hasil pembagian antara modal dan jumlah saham disebut harga nominal. Pada saat emiten menerbitkan saham, emiten tidak harus menjual saham dengan harga nominal. Emiten dapat menjual saham dengan harga 150%, 200%, bahkan 400% dari nilai nominal, tergantung pada permintaan pasar, ini yang disebut harga pasar. Jika nilai nominal

saham A adalah Rp.100,-, harga pasar yang ditawarkan bisa saja Rp.150,- atau bahkan Rp.200,-. Pada umumnya masyarakat yang mengerti tentang saham, akan membeli saham dengan harga pasar jauh diatas harga nominal jika prospek perusahaan dianggap baik. Jadi sesungguhnya harga saham di pasar = harga saham + prospek usaha. Prospek usaha sulit dinilai. Itulah sebabnya harga saham bisa berfluktuasi. Saat prospeknya dianggap bagus, harga akan tinggi jauh diatas harga nominal. Saat prospeknya tidak baik, harga akan mendekati harga nominal. Dengan demikian mahal murahnya suatu saham tidak ada hubungan dengan nilai nominal. Adalah salah bila mengatakan saham dengan harga nominal Rp.100,- lebih murah dibandingkan saham dengan harga Rp.10.000,-. Yang benar adalah harga saham dengan harga nominal Rp.100,- lebih terjangkau bila dibandingkan dengan harga nominal Rp.10.000,-. Saham dengan harga nominal Rp10.000,- bisa jadi lebih murah apabila ternyata prospek usaha saham tersebut lebih bagus daripada saham dengan harga nominal Rp100,-. Jadi mahal atau murah terkait dengan prospek usaha ke depan, tidak ada hubungannya dengan harga nominal.

4. Bursa Saham

Saham mewakili hak kepemilikan seseorang atas suatu perusahaan, saham memiliki nilai atau harga. Oleh karena itu saham dapat diperjualbelikan layaknya objek bernilai lainnya seperti mobil dan rumah. Dahulu jual-beli saham dilakukan setelah adanya pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. Saat ini cara tersebut sangat sulit dilakukan. Dalam rangka memfasilitasi aktivitas jual-beli saham. Dewasa ini didirikan bursa-bursa saham atau pasar modal. Indonesia, memiliki Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). BEJ dan BES sudah dimerges menjadi satu, yakni Bursa Efek Indonesia (BEI). Minimal jumlah saham yang dapat ditransaksikan di bursa adalah 500 lembar saham, sering disebut satu lot. Jadi satu lot adalah unit terkecil untuk melakukan transaksi saham. Bila ingin melakukan transaksi di bawah angka 1 lot harus melakukan dibawah tangan atau bertemu langsung dengan calon pembeli.

5. Indek Harga Saham

Bursa saham memiliki indeks saham. Indeks saham menunjukkan nilai rata-rata tertimbang (*weighted averages*) dari saham yang diperjualbelikan dan

menjadi alat ukur pergerakan bursa atau sekelompok saham. BEJ misalnya, memiliki indeks utama harga saham dengan nama Jakarta Composite Index (JCI) atau dikenal dengan nama Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG).

6. Broker/Pialang

Broker/pialang adalah perantara antara penjual dan pembeli saham. Dengan adanya pialang, proses jual-beli saham menjadi sangat mudah, yang perlu dilakukan hanyalah mentransfer sejumlah uang tertentu kepada broker sebagai modal transaksi dan kemudian proses jual-beli dapat dilakukan dengan cara menelepon ke broker tersebut. Bahkan jika modal tidak cukup, broker tertentu bersedia meminjamkan uang sebagai modal untuk bertransaksi, sering dengan komisi yang lebih tinggi. Broker umumnya mengenakan komisi 0,3% untuk transaksi beli dan 0,4% untuk transaksi jual, tidak termasuk pajak penghasilan (PPH) 10% dari nilai komisi. Ada juga broker yang menetapkan fee flat, misalnya Rp.500.000,- untuk transaksi berapa pun nilainya. Namun, untuk transaksi jual dan beli investor ritel, umumnya yang berlaku adalah sistem komisi 0,3% dan 0,4%.

7. Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM)

Mengingat transaksi di bursa saham melibatkan uang dalam jumlah besar dan karena itu dapat menimbulkan resiko perselisihan, dibutuhkan aturan-aturan yang jelas agar tidak ada pihak yang dirugikan. Dalam hal ini Pemerintah mendirikan Badan Pengawas Pasar modal (BAPEPAM) yang bertugas merumuskan aturan-aturan dalam bertansaksi di bursa sekaligus berperan sebagai wasit. Demi kepentingan investor, BAPEPAM mewajibkan tiap emiten menyampaikan laporan keuangan tiap kuartal. Apabila hal ini tidak dipenuhi, BAPEPAM dapat menjatuhkan sanksi kepada emiten yang melanggarnya. Hal ini dituntut dari emiten adanya keterbukaan informasi. Jika ada sebuah proyek baru atau masalah baru yang dapat mempengaruhi performa perusahaan, emiten harus segera melaporkannya ke pasar modal. Keterlambatan dalam melakukan hal ini dapat menyebabkan dijatuhkannya sanksi.

F. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Bondan dan Talyon dalam Moleong (2001)

menjelaskan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, diarahkan secara utuh (holistik).

Cara memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu : 1. Telaah terhadap sejumlah referensi, buku, laporan, dokumen yang relevan dengan penelitian ini, mulai dari menentukan konsep, pelaksanaan, penulisan, analisis dan kesimpulan dan saran; 2. Pengamatan lapangan terbatas terhadap sejumlah fenomena kepemilikan saham asing di telekomunikasi seluler yang dapat mendukung dan melengkapi informasi terhadap kepentingan penelitian.

G. GAMBARAN UMUM

1. Regulasi

- a. Undang-Undang RI. Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi

Undang-Undang R.I Nomor : 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi yang merupakan dasar hukum bidang telekomunikasi menyatakan dalam pasal 8 ayat 1 menyatakan penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa

telekomunikasi dapat dilakukan oleh badan hukum yang didirikan untuk maksud tersebut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu : BUMN, BUMD, badan usaha swasta dan koperasi. Kemudian dalam penyelenggaraan telekomunikasi sesuai dengan pasal 7 ayat 2 hendaknya diperhatikan hal-hal sebagai berikut : melindungi kepentingan dan keamanan Negara, mengantisipasi perkembangan teknologi dan tuntutan global, dilakukan secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan dan peran serta masyarakat. Prinsip-prinsip pelayanan telekomunikasi sesuai dengan pasal 17 menyatakan penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi wajib menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip : perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna, peningkatan efisiensi dalam penyelenggaraan telekomunikasi dan pemenuhan standar pelayanan serta standar penyediaan sarana dan prasarana.

- b. Undang-Undang RI. Nomor 25 Tahun 2007 Tentang

Penanaman Modal

Dalam Undang-Undang ini menjelaskan bahwa penanaman modal asing adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Kemudian Pasal 3 ayat 1 mengatakan penanaman modal diselenggarakan berdasarkan asas 1. kepastian hukum; 2. keterbukaan; 3. akuntabilitas; 4. perlakuan yang sama dan tidak membedakan asal negara; 5. Kebersamaan; 6. efisiensi berkeadilan; 7. berkelanjutan; 8. berwawasan lingkungan; 9. kemandirian; dan 10. keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Sedangkan tujuan penyelenggaraan penanaman modal, antara lain untuk : 1. meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional; 2. menciptakan lapangan kerja; 3. meningkatkan pembangunan ekonomi berkelanjutan; 4. meningkatkan kemampuan daya saing dunia usaha nasional; 5. meningkatkan kapasitas dan kemampuan

teknologi nasional; 6. mendorong pengembangan ekonomi kerakyatan; 7. mengolah ekonomi potensial menjadi kekuatan ekonomi riil dengan menggunakan dana yang berasal, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri; dan 8. meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- c. Peraturan Presiden R.I. Nomor 76 Tahun 2007 Tentang Kriteria dan Persyaratan Penyusunan Bidang Usaha Yang tertutup dan Bidang Usaha Yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal

Dalam Pasal 3 peraturan Presiden ini menjelaskan bahwa penentuan kriteria dan persyaratan penyusunan bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan bertujuan untuk : 1. meletakkan landasan hukum yang pasti bagi penyusunan peraturan yang terkait dengan penanaman modal; 2. menjamin transparansi dalam proses penyusunan daftar bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan; 3. memberikan pedoman dalam menyusun dan menetapkan bidang usaha tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan; 4.

memberikan pedoman dalam melakukan pengkajian ulang atas daftar bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan; 5. memberikan pedoman apabila terjadi perbedaan penafsiran atas daftar bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan.

Kriteria bidang usaha yang tertutup sesuai dengan pasal 8, yaitu bidang usaha yang tertutup untuk penanaman modal, baik asing maupun dalam negeri ditetapkan dengan berdasarkan kriteria kesehatan, keselamatan, pertahanan dan keamanan, lingkungan hidup dan moral/ budaya (K3LM) dan kepentingan nasional lainnya. Kemudian kriteria K3LM dapat dirinci antara lain : 1. memelihara tatanan hidup masyarakat; 2. melindungi keaneka ragam hayati; 3. menjaga keseimbangan ekosistem; 4. memelihara kelestarian hutan alam; 5. mengawasi penggunaan Bahan Berbahaya Beracun; 6. menghindari pemalsuan dan mengawasi peredaran barang dan/atau jasa yang tidak direncanakan; 7. menjaga kedaulatan negara, atau 8. menjaga dan memelihara

sumber daya terbatas. Sedangkan kriteria bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan pada pasal 11, yaitu kriteria penetapan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan adalah antara lain: 1. perlindungan sumber daya alam; 2. perlindungan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK); 3. pengawasan produksi dan distribusi; 4. peningkatan kapasitas teknologi; 5. partisipasi modal dalam negeri; dan 6. kerjasama dengan badan usaha yang ditunjuk oleh Pemerintah.

- d. Peraturan Presiden R.I. Nomor 77 Tahun 2007 Tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal

Pasal 2 Peraturan Presiden ini, yaitu (1) Bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan adalah bidang usaha tertentu yang dapat diusahakan sebagai kegiatan penanaman modal dengan syarat tertentu, yaitu bidang usaha yang dicadangkan untuk UMKMK, bidang usaha yang dipersyaratkan dengan kemitraan, bidang usaha yang dipersyaratkan kepemilikan modalnya, bidang usaha yang

dipersyaratkan dengan lokasi tertentu, dan bidang usaha yang dipersyaratkan dengan perizinan khusus; (2) Daftar bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Peraturan Presiden ini; (3) Persyaratan tersebut merupakan persyaratan bagi pembentukan badan usaha yang berbadan hukum Indonesia bagi penanam modal (khususnya penanam modal asing sebelum melakukan kegiatan penanaman modal di Indonesia).

Bisnis telekomunikasi seluler merupakan bidang usaha terbuka dengan persyaratan, sebagaimana tercantum pada lampiran II Peraturan Presiden ini, yaitu mengenai kepemilikan modal asing dibatasi sebesar maksimal 65%.

- e. Peraturan Presiden R.I. Nomor 111 Tahun 2007 Tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 77 Tahun 77 Tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal

Peraturan Presiden ini

mengubah dan menambah pasal 2A, yang menyatakan, yaitu (1) Penanaman modal pada bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 harus memenuhi persyaratan lokasi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang tata ruang dan lingkungan hidup; (2) Dalam hal izin penanaman modal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) telah ditetapkan lokasi usahanya dan penanam modal bermaksud memperluas usaha dengan melakukan kegiatan usaha yang sama di luar lokasi yang sudah ditetapkan dalam izin penanaman modal tersebut, penanam modal harus memenuhi persyaratan lokasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1); (3) Untuk memenuhi persyaratan lokasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penanam modal tidak diwajibkan untuk mendirikan badan usaha baru atau mendapatkan izin usaha baru."

Peraturan perundang-undangan yang sebagaimana tercantum diatas telah memberikan kepastian hukum dan transparansi, dan Peraturan Presiden baru ini jauh lebih

jasas dibandingkan aturan yang lama. Dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden ini berarti persyaratan tentang penanaman modal asing di Indonesia berlaku secara nasional.

2. Operator Telepon Seluler

Operator telepon seluler telah memberikan peningkatan kompetisi di pasar telekomunikasi, terdapat 8 (delapan) operator telepon seluler di Indonesia ini hingga akhir tahun 2007, yaitu : a. PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), b. PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat), c. PT. Excelcomindo Pratama Tbk. (XL), d. PT. Mobile-8 Telecom (Mobile-8), e. PT. Hutchison CP Telecommunication (Hutchison), f. PT. Natrindo Telepon Seluler (NTS), g. PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (STI), dan h. PT. Smart Telecom (Smart).

a. Jumlah Pelanggan Telepon Seluler

Pelanggan pada 8 (delapan) operator telepon seluler di Indonesia, dapat dibedakan berdasarkan 2 (dua) kelompok pelanggan, yaitu pelanggan pasca bayar dan pelanggan pra bayar. Pada tahun 2007 total pelanggan sebesar 93.386.881

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Telepon Seluler

Operator	2005	2006	2007
PT. Telkomsel	24.269.000	35.597.000	47.890.000
PT. Indosat	14.512.453	16.704.729	24.545.422
PT. Excelcomindo Pratama	6.978.519	9.527.970	15.469.000
PT. Mobile-8 Telecom	794.970	1.825.888	3.012.801
PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (STI)	10.609	134.713	310.464
PT. Natrindo Telepon Seluler (NTS)	-	12.715	4.788
PT. Hutchison CP Telecommunication (Hutchison)	-	-	2.039.406
PT. Smart Telecom (Smart)	-	-	115.000
Total	46.565.551	63.803.015	93.386.881

Sumber: Ditjen Postel, 2007 dan diolah

yang terdiri dari pelanggan seluler pra bayar sebesar 90,1 juta dan pelanggan seluler pra bayar sebesar 3,2 juta, secara rinci pelanggan telepon seluler dapat dilihat pada tabel 1.

Persaingan di pasar seluler pada tahun 2008 ini akan semakin ketat. Hal itu ditambah lagi dengan adanya kurs dollar yang dapat menurunkan daya beli masyarakat. Meskipun demikian, peluang untuk tumbuh masih terbuka. Di tahun 2008 ini, operator masih tetap berekspansi mengeluarkan belanja modal untuk meningkatkan layanan.

- b. Base Transceiver Station (BTS)
BTS sangat penting terhadap

kualitas layanan yang diberikan setiap operator telepon seluler, sekaligus menunjukkan kemampuan yang dimiliki operator telepon seluler didalam keseriusan membangun telekomunikasi seluler di Indonesia, para operator menambah jumlah BTS-nya guna meningkatkan kapasitas layanannya. Perkembangan jumlah BTS dari masing-masing operator telekomunikasi dapat dilihat pada tabel 2.

Dalam industri yang berbasis jaringan, investasi merupakan indikasi komitmen jangka panjang operator untuk terus melakukan penguasaan pasar. Dalam persaingan dibagi dalam 2 (dua) tahap, yaitu tahap

Tabel 2. Jumlah BTS Operator Telepon Seluler

Operator	2005	2006	2007
PT. Telkomsel	9.895	16.057	20.858
PT. Indosat	5.702	7.221	10.760
PT. Excelcomindo Pratama	4.324	7.260	11.157
PT. Mobile-8 Telecom	429	440	945
Total	20.350	20.978	43.720

Sumber: Laporan Tahunan Telkomsel, Indosat, XL, Mobile-8

pertama persaingan pertumbuhan kapasitas dan tahap kedua adalah persaingan tingkat harga.

Dalam menganalisis persaingan dalam industri yang berbasis investasi pertama kali yang harus dilihat adalah pertumbuhan jaringan. Dalam industri telekomunikasi seluler diindikasikan sebagai pertumbuhan pembangunan BTS. Jumlah BTS seluler meningkat dari sekitar 13.500 unit pada tahun 2004 menjadi sekitar 31.000 unit pada tahun 2006, dan pada tahun 2007 telah mencapai sekitar 44.000 unit.

Pada umumnya, satu BTS mampu melayani sekitar 2.000-an pelanggan. Dengan

demikian, untuk menjaga kualitas layanan, operator seluler harus terus menambah jumlah BTS untuk mengimbangi peningkatan jumlah pelanggannya. Pada tahun 2007, rata-rata satu BTS melayani 2.080 pelanggan. Rasio terendah adalah Excelcomindo, dimana satu BTS hanya melayani 1.386 pelanggan dan rasio tertinggi adalah Mobile-8 dimana satu BTS melayani hingga 3.188 pelanggan.

c. Tarif Telepon Seluler

Tarif telepon seluler dapat berupa tarif dasar dan juga tarif sms, setiap operator telepon seluler menerapkan besaran tarifnya berbeda dan lama

Tabel 3. Tarif Dasar Seluler Masing-Masing Operator

Operator	Produk	Time Unit	Tarif (Rp.)		
			On-net	Off-net	PSTN
TELKOMSEL	Kartu Halo (Pasca bayar)				
	Lokal	per 20 detik	217	250	217
	Non Lokal	per 15 detik	213	300	300
	SimpatI (Pra Bayar)				
	Lokal	per 30 detik	750	800	450
	Pangdo 1	per 30 detik	750	1,000	
	Pangdo 2	per 30 detik	750	1,000	
	Zona 1	per 30 detik			900
	Zona 2	per 30 detik			900
	Zona 3	per 30 detik			900
	Kartu As (Pra Bayar)				
	Lokal	per detik	20	30	30
Non Lokal	per detik	20	30	30	
INDOSAT	Matrix (Pasca Bayar)				
	Lokal	per 15 detik	160	185	160
	Jarak Jauh	per 15 detik	210	300	300
	Mentari (Pra Bayar)				
	Lokal	per 30 detik	700	700	400
	DLD	per 30 detik	700	875	875
	IM3 (Pra Bayar)				
	Lokal	per detik	15	25	15
DLD	per detik	15	25	25	
XL	Xplor (Pasca Bayar)	per 30 detik	375	750	750
	Bebas (Pra Bayar)	per 30 detik	375	750	750
	Jempol (pra Bayar)	per 30 detik	500	750	750
MOBILE-8	Fren (Pasca Bayar)				
	Lokal	per 30 detik	245	245	245
	Non Lokal	per 30 detik	600	600	600
	Fren (Pra Bayar)				
	Lokal	per 30 detik	350	350	425
	Non Lokal	per 30 detik	660	660	825
NTS	AXIS	per 15 detik	60	600	1,200
HUTCHINSON	3 (Pra Bayar)				
	Lokal	per 60 detik	150	399	399
	Jarak Jauh	per 60 detik	150	1,000	1,000
	3 (Pasca Bayar)				
	Lokal	per 60 detik	100	1,000	1,000
	Jarak Jauh	per 60 detik	100	2,000	2,000

Sumber : Ditjen Postel dan Laporan tahunan operator seluler

pembicaraan juga berbeda antara satu operator dengan operator yang lain, lebih jelasnya dapat dilihat tabel 3. di bawah ini.

3. Kepemilikan Saham Asing Penyelenggara Telekomunikasi Seluler

Pemerintah membatasi kepemilikan asing di bidang

Tabel 4. Tarif SMS Operator Telepon Seluler

Operator	Produk	Tujuan	Tarif (Rp.)
TELKOMSEL	Kartu Halo (Pascabayar)	Off-net	150
	Kartu Halo (Pasca Bayar)	On-net	125
	Simpati (Pra Bayar)	Off-net	150
	Simpati (Pra Bayar)	On-net	100
	Kartu As (Pra Bayar)	Off-net	149
	Kartu As (Pra Bayar)	On-net	88
	Flexi Classy (Pasca Bayar)	Off-net	136
	Flexi Classy (Pasca Bayar)	On-net	75
	Flexi Trendy (Pra Bayar)	Off-net	150
	Flexi Trendy (Pra Bayar)	On-net	91
INDOSAT	Matrix (Pasca Bayar)	Off-net	150
	Matrix (Pasca Bayar)	On-net	100
	StarOne (Pasca Bayar)	Off-net	150
	StarOne (Pasca Bayar)	On-net	100
	Mentari (Pra Bayar)	Off-net	149
	Mentari (Pra Bayar)	On-net	99
	IM3 (Pra Bayar)	Off-net	100
	IM3 (Pra Bayar)	On-net	100
	StarOne (Pra Bayar)	Off-net	150
	StarOne (Pra Bayar)	On-net	100
XL	Xplor (Pasca Bayar)	Off-net	250
	Xplor (Pasca Bayar)	On-net	250
	Bebas (Pra Bayar)	Off-net	350
	Bebas (Pra Bayar)	On-net	350
	Jempol (Pra Bayar)	Off-net	299
	Jempol (Pra Bayar)	On-net	99
MOBILE-8	Fren Pasca Bayar	Off-net	250
	Fren Pasca Bayar	On-net	100
	Fren Pra Byar	Off-net	250
	Fren Pra Byar	On-net	100
SMART	Smart Prepaid	Off-net	275
	Smart Prepaid	On-net	25
	Smart Postpaid	Off-net	250
	Smart Postpaid	On-net	22
NTS	NTS Prepaid	Off-net	150
	NTS Prepaid	On-net	150
STI	Ceria Pra Bayar	Off-net	200
	Ceria Pra Bayar	On-net	200

Sumber : dari berbagai sumber

usaha telekomunikasi seluler hingga 65%. Telekomunikasi merupakan salah satu usaha yang terbuka dengan persyaratan. Adapun komposisi kepemilikan saham operator/penyelenggara telekomunikasi seluler di Indone-

sia adalah sebagaimana terlampir dalam tabel 5.

Kepemilikan saham asing dari hanya sekitar 7,01% pada Mobile-8 hingga 100% pada Hutchison. Peringkat kepemilikan saham

Tabel 5. Kepemilikan Saham Telekomunikasi Seluler

Perusahaan	Kepemilikan Saham	
PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel)	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	65,00%
	Singapore Telecom Mobile Pte Ltd	35,00%
PT. Indonesia Satelita Corporation Tbk. (Indosat)	Qatar Telecom	40,81%
	Publik	44,90%
	Pemerintah	14,29%
PT. Excelcomindo Pratama Tbk. (XL)	Indocel Holding Sdn. Bhd.	83,80%
	Emirates Telecommunications Corp. (ETISALAT) International Ltd.	16,00%
PT. Mobile-8 Telecom (Mobile-8)	PT Global Mediacom Tbk (d/h PT Bimantara Citra Tbk.)	66,81%
	Qualcomm Incorporated	5,01%
	KT Freetel Co Ltd.	2,00%
	Publik	26,18%
PT. Hutchison CP Telecommunication (Hutchison)	CAC Holding B.V. (Belanda)	60,00%
	PT. Asia Mobile	37,00%
	Asia Telecommunication Technology Ltd. (British Virgin Island)	3,00%
PT. Natrindo Telepon Seluler (NTS)	Saudi Telecom Company (STC)	51,00%
	Maxis Group	44,00%
	PT. Aneka Tirta Nusa	5,00%
PT. Indoprima Mikroselindo (Smart Telecom)	PT. Global Nusa Data	53,30%
	PT. Bali Media Telekomunikasi	37,25%
	PT. Wahana Inti Nusantara	5,32%
	PT. Indonesia Mobilindo	3,72%
	PT. INTI	0,41%

Sumber : dari berbagai sumber

asing di operator telekomunikasi seluler di Indonesia dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Peringkat Kepemilikan Asing Telekomunikasi

Operator	Porsi Asing
Hutchison CPT	100,00%
XL	99,80%
Natrindo (NTS)	95,00%
Indosat	40,81%
Telkomsel	35,00%
Mobile-8	7,01%

Sumber : dari berbagai sumber

Industri telekomunikasi merupakan industri strategis, muncul keinginan dari masyarakat agar pemerintah melakukan pembatasan kepemilikan asing di industri telekomunikasi. Berdasarkan Peraturan Presiden RI. No. 77 Tahun 2007 tentang Daftar Bidang Usaha Tertutup dan Terbuka yang kemudian direvisi menjadi Peraturan Presiden RI. No. 111 Tahun 2007 tentang Perubahan Peraturan Presiden RI. No. 77 Tahun 2007. Di dalam peraturan tersebut, industri telekomunikasi termasuk ke dalam salah satu jenis industri yang dibatasi kepemilikan saham asingnya.

H. PEMBAHASAN

Pengaruh kepemilikan saham asing terhadap bisnis telekomunikasi seluler dapat dilihat dari faktor positif

maupun negatif. Beberapa faktor positif, antara lain :

1. Aspek Hukum

Sebagaimana telah diuraikan dalam gambaran umum dari kajian ini yang menjelaskan bahwa Undang-Undang RI. Nomor 36 Tahun 1996 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang RI. Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal serta Peraturan Presiden RI. Nomor 77 Tahun 2007 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang terbuka dengan persyaratan di bidang penanaman modal. Kemudian Peraturan Presiden RI tersebut dan diubah dengan Peraturan Presiden RI. Nomor 111 Tahun 2007. Semua peraturan perundang-undangan tersebut diatas memberikan dasar hukum bahwa penyelenggaraan telekomunikasi dapat dilakukan oleh badan usaha swasta dan modal kepemilikan dapat berupa dari dalam negeri dan luar negeri. Didalam kepemilikan saham penyelenggaraan telekomunikasi seluler dibatasi maksimal sebesar 65%. Dukungan aspek hukum inilah yang membuat pemodal asing berlomba-lomba menanamkan modalnya ke penyelenggara telekomunikasi seluler mengingat dari aspek

hukum cukup mendukung pertumbuhan bidang telekomunikasi.

2. Aspek Ekonomi

Tingkat pertumbuhan dalam industri telekomunikasi seluler cukup pesat dan pertumbuhan itu berkesinambungan, dimana industri telekomunikasi akan terus tumbuh sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diharapkan akan meningkatkan permintaan layanan telekomunikasi. Industri telekomunikasi menjadi sektor ekonomi yang dinamis terutama pasar telepon seluler yang tumbuh semakin pesat yaitu sekitar 93,41 juta pelanggan di Indonesia pada akhir 2007. Angka ini meningkat sebesar 47% dari 63,8 juta pelanggan pada tahun sebelumnya. Kondisi yang menguntungkan ini menimbulkan peningkatan jumlah penyelenggara telekomunikasi seluler di pasar hingga akhir tahun 2007, dimana pada tahun tersebut telah terdapat 8 (delapan) pelaku usaha telekomunikasi seluler di Indonesia. Kemudian dari sisi lain perluasan dan modernisasi infrastruktur telekomunikasi juga memberikan peranan yang penting di dalam perkembangan ekonomi nasional secara umum. Banyak dana yang dikeluarkan dalam

perluasan maupun modernisasi infrastruktur telekomunikasi seluler, sehingga tumbuh kembangnya suatu daerah memberikan pertumbuhan ekonomi daerah itu juga sebagai sudah diprediksi oleh ITU bahwa pertumbuhan telekomunikasi 1 tingkat akan memberikan pertumbuhan ekonomi 3 tingkat.

Semakin kompetitifnya pasar telekomunikasi seluler di Indonesia semakin murah tarif yang diberikan kepada masyarakat. Jadi artinya harga atau tarif yang diberlakukan di sektor telekomunikasi pada kondisi saat ini justru terbalik dengan harga produk-produk selain telekomunikasi, harga/tarif telekomunikasi turun bukannya naik dan ini memberikan andil atau menekan atau memperlambat laju inflasi, sedangkan bila harga produk naik akan mendorong inflasi menjadi naik dan apabila inflasi naik kemampuan daya beli masyarakat akan menurun, disisi lain harga-harga selain telekomunikasi akan melonjak naik.

Indonesia tetap membutuhkan investor asing di bidang telekomunikasi agar terjadi kompetisi yang sehat, meski harus dilihat kembali komitmen mereka terhadap pengembangan jaringan hingga ke pedesaan. Kepemilikan

asing terhadap operator telekomunikasi adalah wajar bila operator tersebut memang memiliki jaringan telekomunikasi.

Persaingan di pasar seluler pada tahun 2008 ini akan semakin ketat. Hal itu diakibatkan kurs dolar yang meningkat dan dapat menurunkan daya beli masyarakat. Meskipun demikian, ruang untuk tumbuh masih terbuka. Di tahun 2008 ini, operator masih tetap berekspansi mengeluarkan belanja modal untuk meningkatkan layanan dan biaya yang terjangkau masyarakat.

3. Aspek Teknologi

Perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi termasuk tercepat perubahannya dapat dihitung perhari, bukan perbulan, apalagi pertahun. Perubahan teknologi telekomunikasi seluler misalnya dari 1 G (*One Generation Technology*), 2 G, 2,5 G, 2,75 G, 3 G dan 3,5 G. Bahkan akan muncul 4 G. Perubahan teknologi telekomunikasi seluler tersebut memberikan motivasi pemodal asing untuk menanamkan modalnya pada penyelenggara telekomunikasi seluler. Hal ini mendorong perkembangan bisnis telekomunikasi seluler semakin cepat berkembang. Kemudian dengan migrasinya ke jaringan nirkabel, layanan nirkabel semakin

populer sebagai akibat dari semakin luasnya area cakupan, membaiknya kualitas jaringan nirkabel, menurunnya harga dan meluasnya layanan telepon seluler.

4. Aspek Sosial dan Budaya

Semakin luasnya jaringan telekomunikasi seluler, tarif pulsa yang murah dan harga telepon genggam juga semakin murah. Hal ini memberikan pengaruh kepada berbagai tingkat sosial masyarakat dari berpenghasilan sangat rendah seperti buruh, pembantu rumah tangga, pekerja setengah menganggur sampai yang berpenghasilan sangat tinggi memiliki handphone. Disisi lain dengan memiliki telepon genggam dapat bersosialisasi dengan mendapatkan dan memberikan informasi, termasuk sharing atau tukar pengetahuan budaya sesama pengguna.

5. Aspek Penyerapan Tenaga Kerja

Kepemilikan modal asing di industri telekomunikasi seluler telah mendorong pertumbuhan ekonomi, hal ini memberikan kesempatan peluang untuk menyerap tenaga kerja di bidang telekomunikasi. Bertumbuhnya perusahaan-perusahaan yang mendukung fasilitas penyelenggara telekomunikasi

seluler, antara lain : perusahaan-perusahaan yang membangun BTS-BTS, perusahaan penyedia perangkat handphone, dan perusahaan content. Perusahaan-perusahaan ini merupakan penyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

Faktor negatif dari kepemilikan saham asing terhadap bisnis telekomunikasi seluler, antara lain:

1. Keuntungan dibawah ke negara asal

Modal asing yang diinvestasikan di bisnis telekomunikasi seluler tentunya bagi pemodal asing ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal dan keuntungan yang diperoleh tersebut sebagian besar dibawah ke negara asalnya. Sebagaimana dapat diketahui penyelenggara telekomunikasi seluler yang sahamnya dikuasai modal asing, komitmen untuk membangun jaringan hanya terbatas dikota-kota besar yang berpotensi mendapatkan keuntungan dan sebaliknya tidak ada keinginan untuk membangun yang meluas sampai ke daerah-daerah terpencil. Bahkan pembangunan BTS yang sudah terlanjur dibangun, akan dijual.

2. Lambatnya alih ilmu pengetahuan dan teknologi

Saham asing di bisnis telekomunikasi seluler yang cukup besar lebih dari 51%, disertai dengan penempatan tenaga asing di perusahaan tersebut. Kemampuan tenaga asing yang ditempatkan di perusahaan tentunya memiliki kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang handal. Pada umumnya ada pengalihan ilmu pengetahuan yang dimiliki tenaga asing ke tenaga lokal, tetapi kenyataannya pengalihan itu sangat lambat terjadi. Sebagaimana terlihat pada penyelenggara telekomunikasi seluler di Indonesia.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Pemerintah membatasi kepemilikan saham asing di bisnis telekomunikasi seluler sebesar 65%, tetapi kenyataannya kepemilikan saham asing di usaha telekomunikasi seluler mencapai 95% di Natrindo (NTS), 99,80% di XL dan 100% di Hutchison CPT. Sebagaimana diketahui bahwa bisnis telekomunikasi seluler sangat cepat berkembang pada akhir tahun 2007 jumlah pelanggan telah mencapai 93.386.881, oleh

karena itu pemodal-pemodal asing sangat berminat terhadap saham telekomunikasi seluler.

- b. Aspek hukum dan aspek ekonomi saling keterkaitan dalam menentukan pemodal asing ingin menanamkan modalnya dalam bentuk saham di usaha telekomunikasi seluler di Indonesia. Aspek hukum, memberikan kepastian berusaha atau mendapatkan keamanan bahwa modal yang diinvestasikan terjaga kelangsungan bisnisnya. Sedangkan dari aspek ekonomi, bisnis telekomunikasi sangat memberikan peluang yang baik dari sisi keuntungan. Pada saat ini ada 8 (delapan) pelaku usaha telekomunikasi seluler, sehingga sangat kompetitif. Pasang pasar masih cukup besar, dengan jumlah penduduk 225 juta. Jadi masih banyak masyarakat yang belum memiliki telepon genggam.
- c. Aspek sosial dan budaya serta penyerapan tenaga kerja juga memberikan dukungan terhadap pengaruh kepemilikan saham asing terhadap bisnis telekomunikasi seluler. Hal ini dapat dilihat tingkat sosial masyarakat telah memiliki handphone dan adanya sharing pengetahuan budaya sesama pengguna. Kemudian penyerapan tenaga kerja di bisnis

telekomunikasi seluler sangat signifikan, selain di perusahaan telekomunikasi seluler itu sendiri, juga terdapat perusahaan ikutan misalnya penyedia perangkat handphone dan penyedia content.

- d. Pengaruh negatif adanya keuntungan yang dibawah ke negara asal pemodal asing dan tidak seriusnya untuk membangun secara meluas pada daerah-daerah yang terpencil serta lambatnya alih ilmu pengetahuan dan teknologi dari tenaga asing ke tenaga lokal di perusahaan telekomunikasi seluler.

2. Saran

- a. Pemodal asing yang menanamkan investasinya dalam bisnis telekomunikasi seluler cukup besar saham yang dikuasai, tentunya peran pemerintah dalam membuat regulasi sangat menentukan, oleh karena itu perlu dipikirkan regulasi yang memberi kesempatan memperdayakan potensi dalam negeri dalam hal ini modal sendiri memegang peran yang penting dalam bisnis telekomunikasi seluler.
- b. Kepemilikan saham asing di perusahaan telekomunikasi seluler, memberikan keuntungan yang besar bagi pemiliknya,

keuntungan ini dibawah ke negaranya atau ditanamkan kembali di perusahaan dalam rangka menambah modal untuk perluasan jaringan atau biaya operasional perusahaan, oleh karena itu perlu kajian yang melibatkan banyak pihak, bukan hanya dari aspek komersialnya saja, tapi juga keamanan nasional.

- c. Bisnis telekomunikasi seluler adalah bisnis yang sangat strategis untuk pertumbuhan perekonomian suatu negara, tetapi juga terkait dengan bidang-bidang lain, seperti bidang teknologi telekomunikasi, sosial dan budaya, penyerapan tenaga kerja dan keamanan nasional, oleh karena itu perlu dilakukan revisi berbagai peraturan perundang-undangan bidang telekomunikasi dihubungkan dengan tantangan pengaruh globalisasi.
- d. Perlu adanya komitmen pemodal asing untuk secara serius membangun jaringan yang luas diberbagai wilayah di Indonesia dan kalau perlu ada aturan yang mengikat supaya pemodal asing lebih serius membangun jaringan telekomunikasi seluler.

DAFTAR PUSTAKA

Moleong, Lexy J.(2005):**Metodologi Penelitian Kualitatif**, Bandung, Remaja Rosda Karya

T. Dominc H.(2008):**Berinvestasi Di Bursa Saham**, Jakarta, Elex Media Komputindo

Tambunan, Andy Porman(2007):**Menilai Harga Wajar Saham**, Jakarta, Elex Media Komputindo

Pemerintah RI dan DPR RI (1999):**Undang-Undang RI. Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi**

Pemerintah RI dan DPR RI (2007):**Undang-Undang RI. Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal**

Presiden RI(2007):**Peraturan Presiden R.I. Nomor 76 Tahun 2007 Tentang Kriteria dan Persyaratan Penyusunan Bidang Usaha Yang Tertutup dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal**

Presiden RI(2007):**Peraturan Presiden R.I. Nomor 77 Tahun 2007 Tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal**

Presiden RI(2007):**Peraturan Presiden RI. Nomor 111 Tahun 2007 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden RI. Nomor 77 Tahun 2007 Tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal**

Internet (2009):

<http://www.indonesia.go.id> diakses
tgl 27-02-2009

<http://www.telkomsel.com>, diakses
tgl 27-02-2009

<http://www.indosat.com>, diakses tgl
27-02-2009

<http://www.xl.co.id>, diakses tgl 27-
02-2009

<http://id.wikipedia.org>, diakses tgl
28-02-2009

BIODATA

AZWAR AZIZ, Lahir di Tanjung
Pinang, 31 Desember 1954.
Pendidikan S2 Manajemen
Pemasaran Tahun 2002, Jabatan
Peneliti Muda Puslitbang Postel