



**AKTUALISASI PEREKONOMIAN INDONESIA DALAM PRESIDENSI  
G20 PELUANG BERTUMBUH ATAU TREN? (STUDI ANALISIS  
EKONOMI)**

*Actualization Of The Indonesian Economy In The G20 Presidency Growth  
Opportunities Or Trends? (Economic Analysis Study)*

**Agus Sukawiyana<sup>1\*</sup>, Anak Agung Elik Astari<sup>2</sup>, Ni Luh Indiani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mahendradatta

<sup>1</sup>Email: agussukawiyana@gmail.com

<sup>2</sup>Email: elik.adoenku@gmail.com

<sup>3</sup>Email: luhindiani12@gmail.com

**Abstract**

*This study will describe how the actualization of the Indonesian economy in the G20 Presidency, whether it is a Growth Opportunity or a trend only. At the 2019 G20 Osaka Summit which was attended by the President of the Republic of Indonesia, Indonesia was elected as Chair of the G20 in 2023. The G20 presidency is responsible for leading the direction of decision making at the G20 Forum in response to global economic development. As the chair of the G20 in 2023, Indonesia needs to consider priority agendas that reflect the interests of developing countries and are in line with national interests. The purpose of this analysis is to examine national strategic issues that can become a priority agenda for the Indonesian trade sector and for the success of Indonesia's Presidency in 2023. The methodology used is a policy evaluation analysis method using Fundamental Public Impacts to analyze if public policies succeed or failed by looking at 3 (three) fundamental dimensions: Policy, Legitimacy, and Action. To see if public policies succeed or failed, an assessment is carried out on each of the sub-dimensions with 4 (four) possible categories of assessment results: Strong, Good, Fair, and Weak. Agenda that can be proposed in Indonesia's G20 presidency in 2023 in the trade sector that are in line with national interests, include: (1) Restoring the Role of the WTO as a World Trade Pillar; (2) Transparency and Monitoring of Trade Policy; (3) Protecting and Responding to Developing Country Challenges; (4) Encouraging Economic Growth through Fiscal Stimulus Policy for SMEs; (5) Evaluation of SMEs Policies; (6) Increasing Digital Data Security in E-Commerce; and (7) Evaluation of Digital Service Tax Application in E-Commerce.*

**Keywords:** G20, Presidency, Indonesia, Public Impact Fundamental

**Abstrak**

*Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana aktualisasi perekonomian Indonesia Dalam Presidensi G20, apakah merupakan Peluang Bertumbuh Atau tren saja. Pada KTT G20 Osaka 2019 yang dihadiri oleh Presiden RI, Indonesia terpilih sebagai Ketua G20 pada tahun 2023. Presidensi G20 bertanggung jawab untuk memimpin arah pengambilan keputusan di Forum G20 dalam merespon pengembangan ekonomi global. Sebagai pemegang keketuaan G20 pada tahun 2023, Indonesia perlu mempertimbangkan agenda-agenda prioritas yang mencerminkan kepentingan negara-negara berkembang dan sejalan dengan kepentingan nasional. Tujuan analisis ini adalah untuk mengkaji isu strategis nasional yang dapat menjadi agenda prioritas sektor perdagangan Indonesia dan untuk mensukseskan keketuaan Indonesia tahun 2023. Metodologi yang digunakan adalah metode*



*analisis evaluasi kebijakan dengan menggunakan Public Impact Fundamental untuk menganalisis keberhasilan atau kegagalan dari kebijakan publik dengan melihat 3 (tiga) dimensi, yaitu Policy, Legitimacy, dan Action. Untuk melihat faktor keberhasilan atau kegagalan sebuah kebijakan dilakukan asesmen terhadap masing-masing sub-dimensi dengan 4 (empat) kemungkinan kategori hasil asesmen yaitu: Strong, Good, Fair, dan Weak. Agenda yang dapat diusulkan dalam keketuaan Indonesia dalam G20 tahun 2023 di bidang perdagangan yang selaras dengan kepentingan nasional, antara lain: (1) Mengembalikan Peran WTO sebagai Pilar Perdagangan Dunia; (2) Transparansi dan Monitoring Kebijakan Perdagangan; (3) Melindungi dan Menjawab Tantangan Negara Berkembang; (4) Mendorong Pertumbuhan Ekonomi melalui Kebijakan Stimulus Fiskal untuk UMKM; (5) Evaluasi terhadap Kebijakan UMKM; (6) Peningkatan Keamanan Data Digital dalam E-Commerce; dan (7) Evaluasi Penerapan Digital Services Tax dalam E-Commerce.*

**Kata Kunci:** G20, Presidensi, Indonesia, Public Impact Fundamental

## PENDAHULUAN

*Group of Twenty (G20)* merupakan salah satu dari *the premier forum for international economic cooperation*. G20 merupakan forum ekonomi dunia yang memiliki posisi strategis karena secara kolektif mewakili sekitar 65% penduduk dunia, 79% perdagangan global, dan setidaknya 85% perekonomian dunia. Berbagai pertemuan G20 mengedepankan dialog untuk membangun komitmen politik para pemimpin perekonomian utama di dunia dalam menyelesaikan berbagai tantangan yang berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian global, antara lain isu keuangan, perdagangan, infrastruktur dan investasi, energi, ketenagakerjaan, pemberantasan korupsi, pembangunan, pertanian, dan teknologi, inovasi, serta ekonomi digital.

Usulan tema Presidensi Indonesia di G20 yang mengemuka dalam pembahasan lintas Kementerian/Lembaga adalah: *“Collaboration for A Stronger and Sustainable Global Recovery Towards A Resilient and Inclusive Growth”*. Dalam perspektif ini, aspek pemulihan ekonomi pasca COVID-19 dicapai melalui kolaborasi G20 dan pencapaian pertumbuhan yang kuat, berkesinambungan, seimbang, dan inklusif (Strong, Sustainable, Balance, and Inclusive Growth/SSBIG). Fokus kerja Presidensi Indonesia dalam kerangka ini mencakup transformasi ekonomi yang mencakup: (a) Digitalisasi bisnis dan kehidupan masyarakat; (b) Menciptakan iklim investasi dan usaha yang kondusif; (c) Memperdalam aspek ekonomi digital untuk mendukung pembangunan inklusif, antara lain, dengan mengaktifkan kembali inisiatif Inclusion Digital Economy Accelerator (IDEA Hub); dan (d) G20 menyiapkan SDM yang adaptif terhadap krisis dan memiliki skill yang relevan dengan masa depan. Dalam kerangka ini pula, isu *“Human Capital Investment”* akan menjadi isu utama yang cross-cutting antara Finance Track dan Sherpa Track. Dalam pertemuan lanjutan, telah disepakati bahwa tema Presidensi G20 Indonesia adalah *“Recover Together, Recover Stronger”* dan 3 pilar utama *promoting productivity, increasing resiliency and stability, dan ensuring sustainable and inclusive growth*. (Badan Pengkajian dan Perkembangan Kebijakan MENLU 2020).

Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu tolak ukur yang dapat dipakai untuk meningkatkan adanya pembangunan suatu daerah dari berbagai macam sektor ekonomi yang secara tidak langsung menggambarkan tingkat perubahan ekonomi. Menurut Sukirno (2014:10), pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Sedangkan laju pertumbuhan

ekonomi diartikan sebagai kenaikan dalam PDRB tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk dan apakah ada perubahan atau tidak dalam struktur ekonomi.

Pemerintah telah lama menggulirkan program pemberdayaan atau pengembangan UMKM. Program tersebut dilaksanakan berbagai kementerian/lembaga (K/L) dengan beberapa area fokus, yakni meningkatkan akses ke pasar; meningkatkan akses ke jasa layanan keuangan; meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan kompetensi dan pendampingan; serta memperbaiki kebijakan untuk menciptakan ekosistem usaha yang kondusif seperti kemudahan perizinan. Namun, pelaksanaan program UMKM tersebut dipandang masih belum mendukung pengembangan UMKM. Laporan Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) pada 2018 menyatakan bahwa skala usaha yang masih kecil dibandingkan dengan standar internasional serta rendahnya produktivitas tenaga kerja di sektor UMKM merupakan indikasi belum optimalnya upaya pengembangan UMKM. Hasil kajian OECD tersebut menunjukkan bahwa ekosistem perekonomian yang masih kurang mendukung kemudahan dan keberlanjutan berusaha, serta masih kurangnya koherensi kebijakan UMKM skala nasional dan sinergi program untuk layanan pengembangan usaha, menjadi kendala pengembangan UMKM di Indonesia. 20 Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* beberapa tahun belakangan ini membuat *e-commerce* menjadi prospek bisnis yang besar dalam dunia perdagangan terutama pada pemberdayaan UMKM di masa pandemi ini. Menurut riset yang dilakukan A.T Kearney dengan jumlah penduduk yang hampir lebih dari 240 juta jiwa, pasar *e-commerce* Indonesia pada tahun 2013 mencapai US\$ 1,3 miliar. Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis *e-commerce*, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 39 juta dimana sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi (AT Kearney, 2015).

Volume *e-commerce* diprediksi akan menyaingi volume perdagangan konvensional, hal ini tidak mengherankan jika kita lihat keuntungan dari *e-commerce* tersebut, seperti jangkauan pasar yang luas dan dapat menekan biaya operasional atau promosi (*overhead*) sebab perusahaan tidak harus membuka gerai (*showroom*) di berbagai tempat dan memasang iklan promosi di berbagai media untuk memperkenalkan produknya, cukup hanya dengan membuat homepage atau website saja yang berisi informasi perusahaan beserta produk-produknya. Industri *e-commerce* di Indonesia diharapkan mampu terus berkembang. Tak cuma sekadar mendukung perekonomian negeri ini, tapi juga menjadi tulang punggung Indonesia di era digital ekonomi (<http://biz.kompas.com/Tahun.2020>).

Dalam kaitannya melakukan *e-commerce*, terdapat 2 (dua) cara melakukan transaksi *e-commerce*, melalui media internet, pertama melalui aplikasi *Electronic Data Interchange* (EDI) yang digunakan untuk mentransfer dokumen secara elektronik seperti order pembelian, invoice, dokumen pengapalan dan korespondensi bisnis lainnya. EDI adalah cara mengganti transaksi melalui kertas ke dalam bentuk elektronik. (Kamlesh K. Bajaj & Debjani Nag, 1999). *E-commerce* mulai berkembang secara signifikan ketika internet mulai diperkenalkan. Perkembangan internet ini mendorong transaksi-transaksi perdagangan internasional semakin cepat. Dengan internet, batas-batas wilayah negara dalam melakukan transaksi dagang menjadi tidak lagi signifikan. Praktik perdagangan melalui internet digambarkan juga sebagai "*final frontiers of commerce*" pada abad ke-21 ini (Ibid., hal 162).



Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *e-commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain, adalah praktis, kemudahan sistem pembayaran, efisiensi waktu dan banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha *online*. Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran akan tanggung jawab perusahaan online kepada konsumen *e-commerce* mengingat begitu banyaknya perusahaan online. Keberadaan *e-commerce* dalam UU Perdagangan tersebut dirasa sangat penting, melihat potensi serta pertumbuhan bisnis online di tanah air. Melihat hal tersebut, maka akan sangat penting melihat konsumen sebagai subjek yang sangat erat kaitannya dengan bisnis online tersebut, sehingga diperlukan perlindungan bagi para konsumen, seperti yang telah diatur oleh pemerintah melalui UU Perlindungan Konsumen. Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui online atau *e-commerce*. (<http://news.liputan6.com>,2015). Jadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah yang pertama bagaimana aktualisasi perekonomian indonesia dalam perdagangan *e-commerce* apakah merupakan peluang? dan yang kedua bagaimana aktualisasi perekonomian Indonesia dan G20 apakah merupakan tren?

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, bisa juga dikatakan sebagai objek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:20). Objek penelitian ini adalah UMKM di Kota Denpasar, yang akan diteliti adalah cara pemanfaatan online *e-commerce* (Shopee, Tokopedia dan Tiktok Shop) untuk penjualan hasil karya UMKM ke seluruh negeri.

### **Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini, subjek yang dijadikan sebagai sumber data adalah para pemangku kepentingan yang benar-benar mengetahui mengenai masalah penelitian yang disebut dengan Informan. Menurut Moleong (2017:61-61) menjelaskan bahwa, informan merupakan seseorang yang diharapkan mampu memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, serta dapat memberikan saran tentang sumber buku yang mendukung. Dalam hal ini, kriteria informan yang dapat dipertimbangkan yaitu:

1. Subjek yang lama dan intensif bergabung dengan kegiatan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian, dan biasanya ditandai dengan kemampuan memberi informasi di luar kepala mengenai sesuatu yang ditanyakan.
2. Subjek berhubungan dengan penuh terhadap lingkungan dan kegiatan yang menjadi tujuan penelitian.
3. Subjek memiliki banyak waktu dan kesempatan untuk dapat dimintai informasi.
4. Subjek yang memberi informasi memiliki kejujuran terhadap pernyataan yang diberikan.

Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Dalam penelitian kualitatif tidak digunakan istilah populasi. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah purposive sample. Purposive sample adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016).

## **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional digunakan agar mendapatkan gambaran yang jelas dan menghindari penafsiran yang salah mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian (Haniva Karima, 2015). Variabel dalam penelitian ini adalah *E-commerce*;

## **Instrumen Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti menjadi human instrument yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber daya, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan. Peneliti sebagai instrumen perlu "divalidasi" seberapa jauh kesiapannya dalam melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan (Sugiyono, 2016). Proses validasi ini dilakukan melalui evaluasi diri sejauh mana pemahaman terhadap metode kualitatif, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan. Moleong (2017) juga menegaskan peran peneliti dalam metode penelitian kualitatif cukup rumit, yaitu sebagai instrument dalam metode penelitian kualitatif yang merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis penafsiran data, dan pada akhirnya menjadi pelapor hasil penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti akan terjun langsung ke lapangan, dimulai dari pengumpulan data, analisis data, hingga membuat kesimpulan sendiri.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

## **Teknik Analisa Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung secara interaktif, dimana pada setiap tahapan kegiatan tidak berjalan sendiri - sendiri. Meskipun tahap penelitian dilakukan sesuai dengan kegiatan yang direncanakan, akan tetapi kegiatan ini tetap harus dilakukan secara berulang antara kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta verifikasi atau penarikan suatu kesimpulan. Untuk menganalisa data dalam penelitian ini, digunakan langkah – langkah atau alur yang terjadi bersamaan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau balur verifikasi data (Miles.dkk.,2014)

## **Pengujian Kredibilitas Data**

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketentuan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat. Digunakannya uji ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai subyek penelitian. Adapun pengujian kredibilitas data menggunakan metode triangulasi. Analisa triangulasi merupakan suatu metode analisis untuk mengatasi masalah akibat dari kajian mengandalkan suatu teori saja, satu macam data atau satu metode penelitian. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Menurut Sugiyono (2016), terdapat 3 (tiga) macam triangulasi, yaitu Triangulasi sumber data, Triangulasi teknik pengumpulan data dan Triangulasi waktu pengumpulan data (Ibid).

## HASIL DAN ANALISIS

### *World Trade Organization (WTO), UMKM, E-Commerce*

#### a. *Gambaran Umum World Trade Organization (WTO)*

*World Trade Organization (WTO)* terbentuk pada tahun 1995. WTO adalah organisasi antar pemerintah dengan tujuan untuk membuat perdagangan antar negara semakin terbuka dengan penurunan bahkan peniadaan hambatan tarif maupun non tarif. *World Trade Organization (WTO)* merupakan satu-satunya organisasi internasional yang mengatur perdagangan internasional. Pembentukan organisasi perdagangan dunia dilatarbelakangi dengan berakhirnya Perang Dunia II. Perekonomian dunia yang hancur pada waktu itu, karena perang melibatkan negara-negara besar dunia seperti Amerika Serikat, negara-negara Eropa dan negara-negara dikawasan Asia seperti Jepang. Untuk menata kembali perekonomian dunia maka beberapa negara sepakat untuk membentuk lembaga perdagangan yang menjadi wadah yang berfungsi untuk mengatur perdagangan dunia yang menjadi penyokong bagi perekonomian dunia. Pada saat itu organisasi perdagangan dunia dikenal dengan GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) pada tahun 1948 sampai dengan 1994. GATT membantu membangun sistem perdagangan multilateral yang semakin liberal melalui perundingan perdagangan. Kesimpulan negosiasi Putaran Uruguay menyebabkan terciptanya kesepakatan baru, seperti Perjanjian Umum Perdagangan Jasa (GATS), dan pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) pada tahun 1995.

WTO berjalan berdasarkan serangkaian perjanjian yang dinegosiasikan dan disepakati oleh sejumlah besar negara di dunia dan diratifikasi melalui parlemen. Tujuan dari perjanjian-perjanjian WTO adalah untuk membantu produsen barang dan jasa, eksportir dan importir dalam melakukan kegiatannya. Perkembangan liberalisasi tidak berjalan dengan mulus. Pengambilan keputusan di WTO umumnya dilakukan berdasarkan konsesus oleh seluruh negara anggota. Kesepakatan yang diambil harus disetujui oleh setiap negara anggota (*single under taking*) kalau ada satu saja negara yang tidak setuju, maka kesepakatan tidak dapat diambil. Keadaan ini yang menjadikan setiap putaran tingkat tinggi yang dilakukan oleh *General Council* setiap 2 tahun dan yang dihadiri oleh setiap Menteri.

Perdagangan negara anggota mengalami hambatan. Stagnasi dimulai sejak perundingan di Seattle-US (1999), di Cancun-Mexico (2003), di Hongkong (2005), di Jenewa (2008) bahkan yang dilaksanakan di Bali (2013). Hal ini terjadi karena perbedaan kepentingan antara negara-negara maju dan negara berkembang. Saat ini WTO sudah memiliki lebih dari 160 negara anggota. Prinsip pembentukan dan dasar WTO adalah untuk mengupayakan keterbukaan batas wilayah, memberikan jaminan atas "Most-Favored-Nation principle" (MFN) dan perlakuan non-diskriminasi oleh dan di antara negara anggota, serta komitmen terhadap transparansi dalam semua kegiatannya. Terbukanya pasar nasional terhadap perdagangan internasional dengan pengecualian yang patut atau fleksibilitas yang memadai, dipandang akan mendorong dan membantu pembangunan yang berkesinambungan, meningkatkan kesejahteraan, mengurangi kemiskinan, dan membangun perdamaian dan stabilitas. Pada saat yang bersamaan, keterbukaan pasar harus disertai dengan kebijakan nasional dan internasional yang sesuai dan yang dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi setiap negara anggota. Dalam perkembangannya, isu pertanian khususnya terkait penurunan subsidi domestik dan tarif produk pertanian menjadi isu yang sangat menentukan jalannya proses perundingan. Bagi sebagian besar negara berkembang, isu pertanian sangat

terkait dengan permasalahan sosial ekonomi (antara lain *food security*, *livelihood security* dan *rural development*). Sementara bagi negara maju, pemberian subsidi domestik mempunyai dimensi politis yang penting dalam kebijakan pertanian mereka. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mendorong kemajuan dalam perundingan, mulai dari pertemuan tingkat perunding, Pejabat Tinggi, dan Tingkat Menteri; baik dalam format terbatas (plurilateral dan bilateral) maupun multilateral. Namun hasilnya belum menggembirakan. Pihak-pihak utama atau negara-negara maju masih bertahan pada posisinya.

Konferensi Tingkat Menteri (KTM) WTO di Jenewa dilaksanakan bulan Desember 2011. KTM menyepakati elemen-elemen arahan politis (*political guidance*) yang akan menentukan program kerja WTO dan Putaran Doha (*Doha Development Agenda*) dua tahun ke depan. Arahan politis yang disepakati bersama tersebut terkait tema-tema sebagai berikut:

- 1) Penguatan sistem perdagangan multilateral dan WTO;
- 2) Penguatan aktivitas WTO dalam isu-isu perdagangan dan pembangunan; dan
- 3) Langkah ke depan penyelesaian perundingan Putaran Doha.

Kebuntuan kemajuan perundingan WTO mendapatkan titik terang. KTM ke-9 yang dilaksanakan di Bali pada tanggal 3-7 Desember 2013, di mana untuk pertama kalinya dalam sejarah WTO, organisasi ini dianggap telah “*fully-delivered*”. Negara-negara anggota WTO telah menyepakati “Paket Bali” sebagai *outcome* dari KTM ke-9 WTO. Isu-isu dalam Paket Bali mencakup isu Fasilitasi Perdagangan, Pembangunan dan *Least Developed Countries/LDCs*, serta Pertanian, itu semua merupakan sebagian isu yang dibahas dalam perundingan *Doha Development Agenda/DDA*. Dengan Paket Bali, kredibilitas WTO telah meningkat sebagai satu-satunya forum multilateral yang menangani kegiatan perdagangan internasional, sekaligus memulihkan *political confidence* dari seluruh negara anggota WTO mengenai pentingnya penyelesaian perundingan DDA. Hal tersebut secara jelas tercantum dalam *Post Bali Work*, di mana negara-negara anggota diminta untuk menyusun work program penyelesaian DDA di tahun 2014. Selesainya perundingan DDA akan memberikan manfaat bagi negara-negara berkembang. Namun dalam perkembangan perjanjian WTO selanjutnya di tahun-tahun mendatang akan mendapatkan tantangan yang lebih besar karena terlalu luasnya cakupan kesepakatan yang hampir melibatkan semua negara di dunia, memaksa beberapa negara lebih efektif untuk melakukan perundingan secara bilateral atau plurilateral. Menurut catatan dari WTO terdapat lebih dari 300 perundingan antar kawasan yang dikenal dengan *Free Trade Area (FTA)* yang berisi beberapa negara yang melakukan kesepakatan, dan kesepakatan ini lebih efektif karena yang menyepakati hal-hal apa saja yang di antara negara-negara anggota yang jumlahnya terbatas, dua negara atau lebih.

## **b. Gambaran Umum Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu kesempatan usaha bisnis yang produktif, yang dimiliki oleh individu atau kelompok dan memenuhi segala macam kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang. Usaha kecil menengah di Indonesia menjadi faktor utama yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia menjadi faktor utama yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat luas dan dapat memainkan peran dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, merangsang pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas

nasional. Bentuk usaha kecil menengah dalam bentuk kepemilikan tunggal, kemitraan, perusahaan dan CV serta perseroan terbatas. Dari perspektif dunia mengakui bahwa UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya Negara-negara berkembang, tetapi pada Negara maju juga. Meskipun memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan di Indonesia, UMKM juga memiliki kelemahan seperti; kualitas sumber daya manusia, badan hukum dari UMKM, pinjaman modal, dan kurangnya pengetahuan-pengetahuan dan pengalaman dalam menghadapi hambatan di lapangan. Kategori permasalahan UMKM menurut Setyobudi (2007) dibedakan menjadi tiga problems yaitu (1) basic problems berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum, SDM, pengembangan produk dan akses pemasaran, kemudian (2) advanced problems yang terdiri dari pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di negara tujuan ekspor. Permasalahan ke-(3), intermediate problems yaitu permasalahan antara masalah dasar dengan masalah lanjutan, artinya permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi permasalahan lanjutan secara lebih baik.

### **c. Gambaran Umum *E-Commerce***

Usaha Mikro *e-commerce* adalah sebuah aktivitas perdagangan secara elektronik dengan memanfaatkan teknologi berupa internet, televisi, dan media elektronik lainnya. Dalam prosesnya *e-commerce* dapat melibatkan transfer dana dan pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Berdasarkan informasi yang dirilis oleh statista, pada tahun 2020 diperkirakan pasar *e-commerce* global akan tembus lebih dari USD 2 triliun. Dengan China sebagai negara dengan dominasi tertinggi dan diperkirakan akan terus bertahan hingga tahun 2025. Hal tersebut tidak terlepas dari adanya pergeseran daya beli dari Amerika Serikat ke China dan negara di Kawasan Asia Tenggara yang didukung oleh meningkatnya daya beli dan penetrasi internet, khususnya melalui smartphone ke kawasan tersebut. Kondisi pandemik Covid-19 yang dihadapi seluruh negara di dunia telah menyebabkan pergeseran yang besar dalam bidang perdagangan secara masif dan cepat. Kebijakan pemerintah setiap negara yang menganjurkan warganya untuk beraktivitas di rumah dalam rangka mencegah meluasnya rantai penyebaran Covid-19 telah merubah gaya hidup masyarakat untuk beralih ke online. Sebagi gambaran di negara maju seperti Amerika Serikat dan Kanada pada bulan April 2020, perdagangan *e-commerce* meningkat secara pesat sebesar 129 persen dan 146 persen dari tahun sebelumnya.

Sebagai sebuah organisasi yang mengatur perdagangan di dunia, isu *e-commerce* tidak luput dari pantauan WTO. Pembahasan terkait transaksi elektronik dilakukan pertama kali pada Konferensi Tingkat Menteri WTO di Jenewa pada tahun 1998, dimana pada konferensi tersebut diputuskan diberlakukannya moratorium pengenaan bea masuk untuk barang yang ditransmisikan secara elektronik. Kemudian seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan maraknya isu digitalisasi ekonomi, maka dimulai kembali pembahasan terkait isu *e-commerce* dalam sebuah pertemuan informal di Jenewa, pada tanggal 5 Oktober 2017. Dalam pertemuan tersebut, ketua General Council WTO mendorong seluruh anggota untuk dapat lebih fleksibel dalam pembahasan isu *e-commerce* dan mempertimbangkan 3 elemen khusus terkait dengan moratorium pengenaan bea masuk untuk produk yang ditransmisikan

secara elektronik, *Work Programme on trade-related aspects of e-commerce* dan pembentukan suatu kelompok kerja dengan mandat khusus. Kemudian dalam pertemuan KTM WTO XI di Buenos Aires pada tahun 2017 lalu, Para Menteri sepakat untuk melanjutkan pembahasan *Work Programme on e-commerce* sesuai mandat yang telah ada dan memperpanjang moratorium pengenaan bea masuk atas transmisi elektronik sampai dengan KTM berikutnya. Pembahasan isu *e-commerce* di WTO digulirkan kembali pada tahun 2019 melalui pendekatan plurilateral dalam bentuk Joint Statement on Electronic Commerce Initiatives (JSI) yang bertujuan untuk membahas langkah-langkah prosedural terkait upaya memulai negosiasi untuk merumuskan perjanjian di bidang *e-commerce*. Para proponent JSI saat ini telah mencapai sekitar 81 negara anggota dan telah mewakili lebih dari 90 persen perdagangan dunia. Mengingat pentingnya keterlibatan Indonesia dalam pembahasan isu *e-commerce* dan proses *rules making* di JSI WTO, pada pertemuan 19-22 November 2019, Indonesia telah menyatakan bergabung dalam JSI on *e-commerce*. Indonesia juga telah menyampaikan proposal mengenai isu moratorium pengenaan bea masuk untuk produk yang ditransmisikan secara elektronik. Pada pertemuan JSI selanjutnya yang direncanakan akan diselenggarakan pada bulan Februari-Mei 2020, pembahasan dalam JSI akan difokuskan pada perumusan *consolidate single text* berdasarkan hasil pertemuan JSI sepanjang tahun 2019. Hingga saat ini negosiasi perdagangan terkait dengan *e-commerce* di WTO masih terus berlangsung. Terakhir pada rapat pleno tanggal 17 November 2020, tim penyelenggara yang diwakili oleh Australia, Jepang, dan Singapura – menekankan bahwa pekerjaan diskusi terkait dengan *e-commerce* terus dilakukan agar dapat tercipta kemajuan yang cepat terkait dengan kebijakan yang tepat, khususnya dalam hal tanda tangan dan otentikasi elektronik, serta perlindungan konsumen dan spam. Selain hal tersebut, para perwakilan di WTO juga fokus pada pembahasan mengenai *paperless trading*, *open government data*, *open internet access*, dan tarif pada *e-commerce*.

## Evaluasi Kebijakan

### a. Kebijakan Pembentukan WTO dan Implementasinya di Indonesia

Perjanjian pembentukan organisasi perdagangan dunia disahkan oleh Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia). Berdasarkan UU tersebut manfaat dari keikutsertaan Indonesia dalam persetujuan tersebut pada dasarnya bukan saja memungkinkan terbukanya peluang pasar internasional yang lebih luas, tetapi juga menyediakan kerangka perlindungan multilateral yang lebih baik bagi kepentingan nasional dalam perdagangan internasional, khususnya dalam menghadapi mitra dagang. Undang-Undang WTO yang ditandatangani pemerintah Indonesia di Marakesh tanggal 15 April 1994 dengan negara Eropa dan Amerika dan saat ini sudah masuk kedalam system hukum nasional yang menyatakan bahwa substansi UU ini merupakan hasil konkret perundingan putaran Uruguay yang dimulai pada tahun 1986 dengan deklarasi Punta Del Este untuk meluncurkan putaran perundingan perdagangan multilateral yang dikenal dengan putaran Uruguay. Keterlibatan dan posisi Indonesia dalam proses perundingan *Doha Development Agenda (DDA)* didasarkan pada kepentingan nasional dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Dalam kaitan ini, untuk memperkuat posisi runding Indonesia bergabung dengan beberapa koalisi. Koalisi-koalisi tersebut antara lain G-33, G-20, NAMA-11, yang kurang lebih memiliki kepentingan yang sama. Indonesia terlibat aktif dalam kelompok-kelompok tersebut

dalam merumuskan posisi bersama yang mengedepankan pencapaian development objectives dari DDA. Indonesia juga senantiasa terlibat aktif di isu-isu yang menjadi kepentingan utama Indonesia, seperti pembangunan, kekayaan intelektual, lingkungan hidup, dan pembentukan aturan WTO yang mengatur perdagangan multilateral.

Indonesia menilai bahwa apa yang sudah disepakati sampai saat ini (draft modalitas pertanian dan NAMA) merupakan basis yang kuat bagi perundingan selanjutnya yang sudah mencapai tahap akhir. Dalam kaitan ini, adanya upaya untuk meninjau kembali kesepakatan umum yang sudah dicapai diharapkan tidak akan mengubah keseimbangan yang ada dan backtracking kemajuan yang sudah berhasil dicapai. Negara-negara anggota diharapkan bersikap pragmatis dan secepatnya menyelesaikan Putaran Doha berdasarkan tingkat ambisi dan balance yang ada saat ini. Selanjutnya, diharapkan negara-negara anggota ini membicarakan ambisi baru pasca-Doha, walaupun adanya dorongan dari negara maju untuk meningkatkan *level of ambition*-nya. Indonesia memiliki kepentingan untuk tetap aktif mendorong komitmen WTO untuk melanjutkan perundingan Doha. Indonesia terbuka atas cara-cara baru untuk menyelesaikan perundingan dengan tetap mengedepankan prinsip single undertaking dan mengutamakan pembangunan bagi negara berkembang dan LDCs. Adapun implementasi aturan WTO di Indonesia belum sepenuhnya berjalan dengan baik. Kurangnya pengetahuan dan sosialisasi aturan kepada para pembuat kebijakan di Indonesia, menyebabkan banyak kebijakan Indonesia yang diperkarakan di WTO. Berikut beberapa sengketa dagang yang melibatkan Indonesia di WTO, diantaranya adalah:

1. Sengketa impor produk ayam dengan Brazil;
  2. Sengketa produk hortikultura, hewan dan produk hewan dengan Amerika Serikat dan Selandia Baru;
  3. Sengketa impor produk canai lantainya dari besi atau baja bukan paduan dengan Vietnam dan Taiwan
- b. Kebijakan UMKM dan Implementasinya di Indonesia.

Dalam konteks perkembangan kondisi perekonomian global dan nasional yang dinamis, pemerintah merasa Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil yang sebelumnya mengatur pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah tidak lagi memadai. Pemerintah menimbang perlunya pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya. Dalam konteks itulah, UU Nomor 20 Tahun 2008 ini ditetapkan oleh Presiden bersama DPR. Dukungan pemerintah untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah sejalan dengan amanat UUD 1945 dan Tap MPR tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi. Usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disahkan oleh Presiden Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 4 Juli 2008 di Jakarta. Penjelasan umum dalam UU UMKM ini antara lain bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu,

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki asas dan tujuan yaitu kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Dalam implementasinya, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terutama dari segi pembiayaan dan pengembangan kepada UMKM sering kali belum berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu perlu adanya suatu mekanisme kebijakan dan program yang lebih komprehensif dalam mengimplementasikan ketentuan Undang-Undang berkaitan dengan pengembangan, pemberdayaan serta pemberian pembiayaan kepada para pelaku usaha UMKM secara berkelanjutan di Indonesia.

### **c. Kebijakan *E-commerce* dan Implementasinya di Indonesia.**

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangatlah pesat, hal ini terlihat pada tahun 2018 dimana terdapat kenaikan signifikan pengguna *e-commerce* sebesar 78 persen. Faktor efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi menjadi faktor pendukung meningkatnya pengguna *e-commerce* di Indonesia, yang didukung oleh beberapa sektor penarik seperti tiket pesawat, hotel, pakaian, dan produk elektronika. Kebijakan terkait dengan *e-commerce* atau dikenal juga dengan istilah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 tahun 2019. Dalam PP tersebut ruang lingkup pengaturannya dapat dikatakan cukup luas, karena tidak hanya terfokus pada kegiatan transaksi *e-commerce* saja, tetapi juga sampai pada ranah perlindungan data pribadi konsumen, mekanisme pengiriman barang, payment, iklan, kontrak elektronik, penyelesaian sengketa, serta pembinaan dan pengawasan. Adapun sebelum dikeluarkannya PP No. 80 Tahun 2019, peraturan *e-commerce* di Indonesia berpedoman kepada Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang penyelenggaraan perdagangan secara konvensional dan elektronik, dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 terkait dengan perlindungan konsumen. Kebijakan lain yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk menunjang ekonomi digital antara lain seperti pembangunan jaringan Palapa Ring, keterbukaan relatif pemerintah Indonesia terhadap investasi asing, peluncuran Perpres mengenai roadmap *e-commerce* pada 2017, serta hadirnya inkubator buatan instansi negara seperti IDX Incubator dari Bursa Efek Indonesia. Setidaknya terdapat dua hal yang menjadi tantangan utama industri *e-commerce* kedepan, yaitu terkait dengan keamanan data dan pajak untuk layanan transaksi elektronik. Kedua topik tersebut ramai menjadi pembahasan diberbagai forum internasional karena berhubungan dengan data pelanggan dan keamanan negara, serta pendapatan dan risiko kerugian negara. Dalam hal keamanan data, baru-baru ini terjadi kasus dimana pada tanggal 24 November 2020, pemerintah India menambah kembali 43 aplikasi asal Tiongkok yang diblokir, sehingga totalnya 220 aplikasi. Pemblokiran tersebut dilakukan berdasarkan rekomendasi dan laporan komprehensif dari Pusat Koordinasi Kejahatan Cyber, Kementerian Dalam Negeri India. Dan menurut Kementerian Teknologi India aplikasi-aplikasi tersebut diduga dapat mengancam kedaulatan dan integritas India (Reuters, 2020).

Pemblokiran aplikasi asal China di India pertama kali terjadi pada 28 Juni 2020, dimana saat itu setidaknya terdapat 59 aplikasi asal China yang diblokir oleh

Pemerintah India. Kebijakan ini diambil setelah insiden bentrokan antara pasukan kedua negara di perbatasan Himalaya. Kemudian aksi pemblokiran berlanjut pada 2 September 2020, dimana terdapat 118 aplikasi diblokir antara lain seperti Baidu, Baidu Express Edition, Tencent Watchlist, FaceU, WeChat Reading, Ludo All Star, Tencent Weiyun, hingga game mobile PUBG. Juru bicara Kementerian Perdagangan Tiongkok Gao mengatakan bahwa India menyalahgunakan konsep keamanan nasional dan mengadopsi langkah-langkah pembatasan diskriminatif terhadap perusahaan Tiongkok, dan mendesak India untuk mencabut kebijakannya.

Dalam kasus keamanan data di Indonesia, melonjaknya transaksi pembayaran menggunakan platform digital selama pandemi corona sebesar 37,8% dibandingkan sebelum adanya pandemi Covid-19, menimbulkan perhatian khusus dari BI sebagai regulator dari sisi keamanannya. Hal ini dikarenakan literasi digital masyarakat Indonesia masih rendah dan rawan terjadi penipuan. Berdasarkan *Global World Digital Competitiveness Index yang dirilis oleh Institute for Management Development (IMD)*, literasi digital Indonesia menempati urutan 56 dari 63 negara. Rentannya penipuan dengan memanfaatkan rekayasa sosial (*social engineering*) membuat masyarakat Indonesia rawan masuk dalam jebakan. Meningkatnya transaksi digital selama pandemi virus corona berbanding lurus dengan peningkatan kejahatan. Pusat Operasi Keamanan Siber Nasional (Pusopskamsinas) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) mencatat, ada 88,4 juta serangan siber selama Januari hingga medio April. Bahkan, kasusnya mencapai 3,34 juta per hari pada 12 Maret 2020. Data Direktorat Tindak Pidana Siber (Ditpid Siber) Bareskrim Polri juga menerima 649 laporan terkait penipuan online per September. Kemudian, ada laporan terkait akses ilegal (138 laporan), manipulasi data (71), dan pencurian data pribadi (39). Berdasarkan laporan *The International Criminal Police Organization (Interpol) 2020*, Asia Tenggara menjadi sasaran penjahat siber yang beroperasi dengan cara menipu dan mengelabui korban, atau phishing. Dan Indonesia menjadi target utama pelaku penipuan. Dalam upaya meningkatkan keamanan konsumen dalam melakukan kegiatan *e-commerce*, DPR dan pemerintah yang diwakili Kominfo telah melakukan pembahasan daftar inventarisasi masalah (DIM) Rancangan Undang-undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) pada 30 November 2020. Salah satu point yang disepakati yakni pengguna bisa menggugat perusahaan, jika terjadi pelanggaran pemrosesan data pribadi. Hal tersebut diatur dalam pasal 13 RUU PDP yang berbunyi, “subjek data pribadi berhak menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadi tentang dirinya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.” Hal ini memungkinkan perusahaan yang mengelola data pengguna seperti *e-commerce* Tokopedia hingga Shopee, maupun financial technology (fintech) seperti Kredivo hingga Investree dapat digugat jika terjadi kebocoran data pelanggan.

Kebocoran data *e-commerce* pernah terjadi di Indonesia pada Mei 2020, dimana sebanyak 91 juta data pengguna Tokopedia dikabarkan bocor oleh pihak ketiga. Kemudian hal yang hampir serupa juga terjadi di bulan yang sama, Ketika ada klaim oleh salah seorang hacker yang mengklaim telah mendapatkan 1,2 juta data pengguna Bhinneka. Kemudian pada bulan juli 2020, lebih dari 800 ribu data nasabah fintech Kredit Plus bocor di forum internet. Informasi yang bocor berupa nama, KTP, alamat e-mail, status pekerjaan dan lainnya. Hal yang sama juga terjadi pada fintech aggregator, Cermati, yang 2,9 juta data penggunanya bocor. Adapun informasi yang diretas dari fintech aggregator ini berupa nama lengkap, e-mail, alamat, nomor ponsel, rekening, pekerjaan, nomor induk kependudukan (NIK), nomor pokok wajib pajak

(NPWP) hingga nama ibu kandung pengguna. Data tersebut dijual secara ilegal senilai US\$ 2.200. Pakar informasi dan teknologi (IT) menilai, RUU PDP juga perlu memuat perihal hukuman. Tanpa aturan terkait sanksi, UU PDP sama seperti Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE). UU ITE tidak bisa digunakan untuk menindak PSTE yang lalai. Pada Pasal 30 UU ITE ayat 1 hingga 3 misalnya, melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengakses komputer dan/atau sistem elektronik orang lain, untuk memperoleh informasi maupun menjebol sistem pengamanan. Bagi yang melanggar Pasal 30 ayat 1, akan didenda Rp 600 juta. Sedangkan yang melanggar Pasal 30 ayat 2 dan 3 didenda Rp 700 juta dan Rp 800 juta. Ini diatur dalam Pasal 46. Jika pelanggaran itu merugikan orang lain, maka pelaku bisa dipidana penjara paling lama 12 tahun dan/atau denda maksimal Rp 12 miliar.

Pajak merupakan isu yang ramai diperbincangkan dalam forum perdagangan elektronik saat ini. Hal ini menjadi ramai karena aturan pajak internasional yang ada saat ini dianggap belum mampu mengkomodasi transaksi ekonomi digital dengan baik dan menuntungkan Sebagian pihak saja. Pengenaan pajak untuk layanan elektronik atau disebut juga Digital Service Tax (DST), khususnya bagi platform yang berasal dari luar negeri bagi sebagian dapat melanggar prinsip national treatment yang diterapkan oleh WTO dalam perdagangan internasional. Menurut prinsip national treatment, produk suatu negara yang diimpor ke dalam negara lainnya harus diperlakukan sama dengan produk dalam negeri. Prinsip ini berlaku luas, meliputi juga atas pemajakan dan pungutan-pungutan lainnya. Terkait dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*), prinsip national treatment telah diadopsi oleh Council for Trade in Services pada tanggal 19 Juli 1999. Uni Eropa dalam schedule of commitment to GATS telah menjanjikan untuk membuka akses pasar dan menerapkan national treatment atas kegiatan jasa yang berhubungan dengan komputer (*computer-related services*). Kasus internasional terkait dengan penerapan DST baru-baru ini dilakukan oleh Perancis kepada perusahaan Amerika seperti Facebook dan Amazon. Otoritas pajak Perancis telah membuka saluran komunikasi terhadap perusahaan digital multinasional asal Amerika Serikat untuk mulai membayar pajak layanan digital (*digital services tax/DST*) dengan tarif 3 persen untuk operasional pasar domestik pada tahun fiskal 2020. Penerapan DST yang dilakukan oleh Perancis tersebut otomatis langsung mendapatkan tanggapan dari Amerika Serikat berupa aksi balasan dengan memberlakukan bea masuk untuk komoditas perhiasan dan produk tas asal Perancis sebesar 25 persen ke Amerika Serikat.

Untuk penerapan DST di Indonesia sendiri diatur melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) No.1 Tahun 2020. Dimana pada pasal 6 ayat (8) Perpu ini menyebut pedagang luar negeri, penyedia jasa luar negeri, dan/atau Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) luar negeri yang memenuhi ketentuan kehadiran ekonomi signifikan tetapi tidak dapat ditetapkan sebagai bentuk usaha tetap (BUT) karena adanya tax treaty akan dikenakan pajak transaksi elektronik. Dalam perpu itu pemerintah menetapkan tiga ketentuan kehadiran ekonomi signifikan yaitu, (i) peredaran bruto konsolidasi grup usaha sampai dengan jumlah tertentu; (ii) penjualan di Indonesia sampai dengan jumlah tertentu; dan/atau (iii) pengguna aktif media digital di Indonesia sampai jumlah tertentu. Selain itu pembahasan ebih lanjut lagi terkait batasan mengenai pemungutan pajak ini dijelaskan dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. PER-12/PJ/2020. Disebutkan jumlah PPN yang wajib dipungut sebesar 10% dari Dasar Pengenaan Pajak. Seperti yang

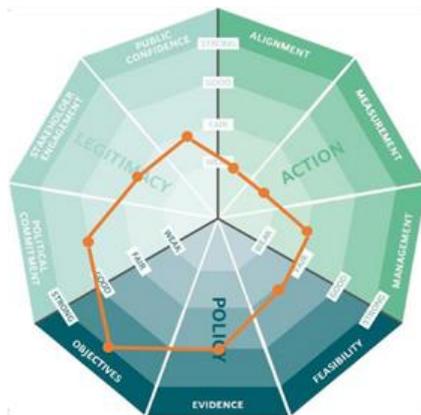
disampaikan diatas, disebutkan batasan kriteria bagi pelaku usaha PMSE untuk pemungutan PPN adalah:

1. Nilai transaksi dengan pembeli di Indonesia melebihi Rp 600 juta dalam 1 tahun atau Rp50 juta dalam 1 bulan; dan/atau
2. Jumlah traffic atau pengakses di Indonesia melebihi 12.000 dalam 1 tahun atau 1.000 dalam 1 bulan.

Saat ini ada sekitar 6 pelaku usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik luar negeri yang telah dikenakan pungutan PPN, di antaranya Netflix International B.V., Amazon Web Service Inc., Spotify AB., Google Asia Pacific Pte. Ltd., Google Ireland Ltd., dan Google LLC. Penerapan DTS oleh beberapa negara anggota WTO harus diperhatikan secara serius sebagai suatu isu penting perdagangan internasional. Setidaknya terdapat dua hal yang perlu dijadikan perhatian utama. Pertama adalah mengenai design penetapan DTS agar tidak melanggar prinsip national treatment. Kedua adalah terkait dengan kemungkinan terjadinya trade war diantara anggota WTO imbas dari penerapan DTS seperti yang terjadi antara Perancis dan Amerika Serikat, serta sejauh mana kesiapan negara anggota WTO dalam menghadapi hal tersebut.

### **Analisis Public Impact Fundamental**

#### **a. WTO**



#### **1) Policy**

##### **a) Clear Objectives: Strong**

Berdasarkan tujuan yang tertuang dalam UU No. 7 Tahun 1994, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pembentukan WTO di Indonesia sudah dijabarkan dengan jelas. Oleh karena itu, penilaian “*clear objective*” pada pembentukan WTO di Indonesia adalah strong.

##### **b) Evidence: Good**

Penilaian “*Evidence*” pada pembentukan WTO di Indonesia dapat disimpulkan adalah good karena keikutsertaan Indonesia dalam keanggotaan WTO sudah memperhatikan kepentingan dasar nasional pada saat itu.

#### **2) Feasibility: Fair**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*feasibility*” WTO di Indonesia maupun di dunia adalah fair. Hal ini karena terlalu luasnya cakupan kesepakatan yang hampir melibatkan semua negara di dunia, memaksa beberapa negara lebih efektif untuk melakukan perundingan secara bilateral atau plurilateral.

#### **3) Legitimacy**

**a) *Public Confidence: Fair***

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*public confidence*” penerapan WTO di Indonesia maupun di dunia adalah *fair*. Hal ini karena masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya percaya terhadap organisasi perdagangan dunia, dan cenderung menilai bahwa keanggotaan Indonesia dalam WTO lebih banyak merugikan ketimbang keuntungan yang diperoleh. Akan tetapi, tidak semua masyarakat skeptis terhadap keanggotaan Indonesia dalam WTO, dimana tidak sedikit juga yang menilai bahwa bergabungnya Indonesia dalam WTO justru memberikan keuntungan dalam perdagangan.

**b) *Stakeholder engagement: Fair***

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*stakeholder engagement*” dalam kebijakan WTO di Indonesia adalah *fair*. Meskipun saat proses perundingan dalam rangka pembentukan WTO sudah melibatkan berbagai stakeholder, namun masih perlu upaya lanjut untuk mensosialisasikan dan melibatkan para stakeholder terkait lainnya, khususnya sosialisasi terkait implementasi kebijakan WTO yang sudah berjalan 20 tahun di Indonesia.

**c) *Political Commitment: Good***

Penilaian “*political commitment*” pada kebijakan WTO di Indonesia adalah *good*.

**4) *Action***

**a) *Management: Fair***

Penilaian terhadap kriteria “*management*” mengacu pada tata kelola implementasi kebijakan WTO di Indonesia. Kriteria tersebut juga terkait pada bagaimana sistem yang dilakukan agar implementasi kebijakan WTO di Indonesia dapat diukur perkembangannya, dan tata kelola SDM yang menangani isu tersebut. Dapat disimpulkan bahwa penilaian kriteria “*management*” terhadap kebijakan WTO di Indonesia adalah *fair*.

**b) *Measurement: Weak***

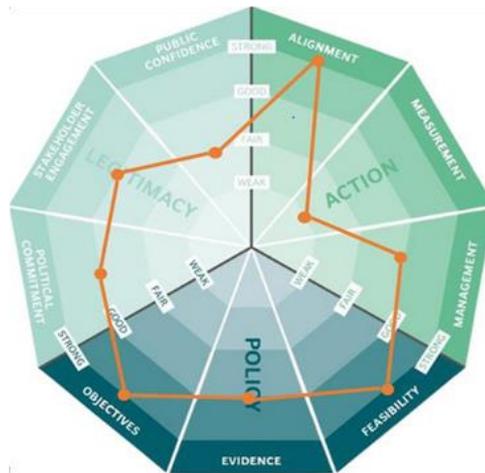
Kriteria “*Measurement*” merupakan kriteria yang menilai bagaimana indikator yang diterapkan oleh Indonesia dalam menilai implementasi kebijakan WTO. Indikator tersebut digunakan untuk mengevaluasi perkembangan kebijakan dan bagaimana hasil dari implementasi kebijakan dimaksud. Dapat disimpulkan bahwa penilaian kriteria “*Measurement*” terhadap kebijakan WTO di Indonesia adalah *weak*. Hal ini karena selain pemanfaatan sistem perdagangan WTO oleh Indonesia yang semakin menurun dari tahun ke tahun, tetapi juga belum ada indikator khusus yang dapat menyatakan keberhasilan atau kegagalan Indonesia dalam partisipasinya sebagai salah satu negara anggota WTO.

**c) *Alignment: Weak***

Indikator penilaian terakhir adalah “*alignment*”, yaitu penilaian terhadap keselaran dan kekompakan para pembuat kebijakan terkait kebijakan WTO di Indonesia. Kriteria tersebut menilai apakah terdapat persamaan atau perbedaan persepsi antara para pemangku kepentingan dalam memandang berbagai isu dalam WTO.

Berdasarkan contoh kasus nyata diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penilaian “*alignment*” terkait kebijakan WTO di Indonesia adalah *weak*. Hal ini karena masih banyak ditemukan ketidakkompakan antara kementerian dalam merumuskan kebijakan perdagangan nasional yang sejalan dengan ketentuan WTO.

**b. UMKM**



**1) Policy**

**a) Clear Objectives: Strong**

Berdasarkan tujuan yang tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008, maka dapat disimpulkan bahwa prinsip dan tujuan dari pemberdayaan UMKM Indonesia sudah dijabarkan dengan jelas. Oleh karena itu, penilaian “*clear objective*” pada tujuan dan prinsip pemberdayaan UMKM di Indonesia adalah *strong*.

**b) Evidence: Good**

Penilaian “*Evidence*” pada pemberdayaan UMKM di Indonesia dapat disimpulkan adalah *good* karena kesesuaian program pemerintah dengan isi dari UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM

**c) Feasibility: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*feasibility*” dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 di Indonesia adalah *strong*. Hal ini karena Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 selalu menjadi dasar dalam setiap pembuatan peraturan, kebijakan maupun program yang dibuat pemerintah terkait pemberdayaan bagi UMKM.

**2) Legitimacy**

**a) Public Confidence: Fair**

Penilaian berikutnya adalah “*public confidence*”, yaitu sejauh mana kepercayaan publik terhadap kebijakan dari pemberdayaan UMKM di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*public confidence*” penerapan program pemberdayaan UMKM di Indonesia adalah *fair*. Hal ini karena masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya percaya terhadap program dan kebijakan yang dibuat pemerintah yang bertujuan untuk memajukan para UMKM.

**b) Stakeholder engagement: Good**

Kriteria *stakeholder engagement* merupakan penilaian terhadap tingkat keterlibatan publik terhadap perumusan kebijakan maupun program dalam upaya pemberdayaan UMKM di Indonesia maupun saat kebijakan tersebut diimplementasikan. Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*stakeholder engagement*” dalam pembuatan dan pengimplementasian kebijakan atau program pemberdayaan UMKM di Indonesia adalah *good* karena sudah melibatkan berbagai stakeholder.

**c) Political Commitment: Good**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian kriteria “*management*” terhadap kebijakan UMKM di Indonesia adalah *good*. Hal ini karena adanya birokrasi dalam pemberian bantuan kepada para pelaku usaha dan hal tersebut jelas tertera dalam undang-undang.

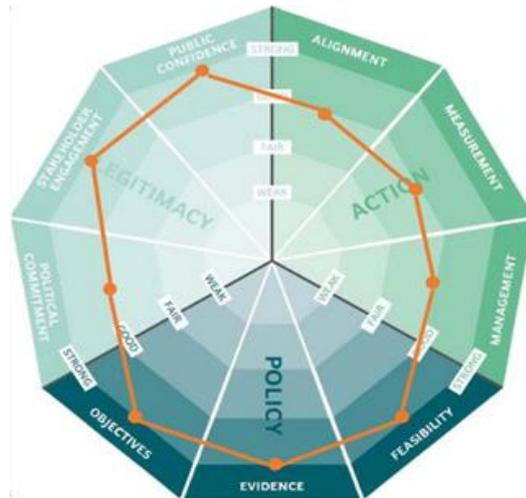
**d) Measurement: Weak**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian kriteria “*Measurement*” terhadap kebijakan UMKM di Indonesia adalah *weak*. Hal ini karena selama ini belum adanya indikator yang baku yang dapat menilai berhasil atau tidaknya pengimplementasian dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai UMKM.

**e) Alignment: Strong**

Indikator penilaian terakhir adalah “*alignment*”, yaitu penilaian terhadap keselarasan dan kekompakan para pembuat kebijakan terkait kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa penilaian “*alignment*” terkait kebijakan pemberdayaan UMKM di Indonesia adalah *strong*. Hal ini karena keselarasan dan kerjasama yang tinggi antar kementerian maupun lembaga dalam membuat kebijakan maupun program demi memberdayakan UMKM.

**c. E-Commerce**



**1) Policy**

**a) Clear Objectives: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*clear objectives*” peraturan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini dikarenakan payung hukum *e-commerce* di Indonesia, PP Nomor 80 Tahun 2019, sudah cukup komprehensif dalam menjangkau seluruh persoalan *e-commerce*.

**b) Evidence: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*Evidence*” peraturan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini dikarenakan terdapatnya peraturan turunan pemerintah yang ada dalam menunjang kerangka hukum utama *e-commerce* di Indonesia, PP Nomor 80 Tahun 2019.

**c) Feasibility: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*Feasibility*” peraturan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini dikarenakan adanya dukungan yang kuat oleh pemerintah dalam menyiapkan seperangkat payung hukum terkait dengan *e-commerce* di Indonesia.

2) **Legitimacy**

a) **Public Confidence: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*public confidence*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap *e-commerce* Indonesia.

b) **Stakeholder engagement: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*stakeholder engagement*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini dikarenakan dilibatkannya seluruh pihak yang terkait dengan kegiatan *e-commerce* dalam setiap perumusan kebijakan pemerintah.

c) **Political Commitment: Strong**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*political commitment*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah *strong*. Hal ini terlihat dari dukungan pemerintah berupa perangkat hukum yang ada.

3) **Action**

a) **Management: Good**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*management*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah *good*. Hal ini dilihat dari adanya koordinasi antar kementerian dan lembaga terkait yang terlibat dalam kegiatan *e-commerce* di Indonesia.

b) **Measurement: Good**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*Measurement*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah *good*.

c) **Alignment: Good**

Dapat disimpulkan bahwa penilaian terhadap “*alignment*” kegiatan *e-commerce* di Indonesia adalah “*good*”. Hal ini dikarenakan adanya dukungan kebijakan bagi para pelaku UMKM dalam *e-commerce*.

**Kaitan G20**

**a. Usulan Topik dalam Presidensi G20 WTO**

Berdasarkan hasil analisis *Public Impact Fundamental*, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan WTO di Indonesia masih lemah pada kriteria “*action*”. Terdapat dua kriteria “*action*” yang dinilai lemah/*weak*, yaitu terutama kriteria “*Measurement*” dan “*alignment*”. Kriteria “*Measurement*” dinilai *weak* karena pemanfaatan sistem perdagangan multilateral WTO oleh Indonesia memperlihatkan kecenderungan terus menurun. Sementara kriteria “*alignment*” dinilai masih *weak* karena masih adanya kekurangharmonisan di semua sektor dalam penyusunan kebijakan nasional terkait perdagangan.

Melihat kondisi implementasi kebijakan WTO yang masih lemah pada kriteria “*action*”, maka diperlukan suatu upaya untuk memperbaiki *existing condition* yang masih lemah menjadi kondisi yang lebih baik di masa yang akan datang.

Dalam rangka memperbaiki kriteria “*Measurement*” dan “*alignment*” pada implementasi kebijakan WTO di Indonesia, maka pada presidensi G20 tahun 2023 dapat diusulkan beberapa topik bahasan terkait WTO sebagai berikut:

1. Mengembalikan Peran WTO sebagai Pilar Perdagangan Dunia
2. Transparansi dan Monitoring Kebijakan Perdagangan
3. Melindungi dan Menjawab Tantangan Negara Berkembang.

**b. Usulan Topik dalam Presidensi G20 UMKM**

Berdasarkan hasil analisis *Public Impact Fundamental*, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan pemberdayaan UMKM di Indonesia masih lemah pada

kriteria “*action*” karena terdapat kriteria “*Measurement*” yang dinilai lemah/*weak*. Dalam rangka memperbaiki kriteria “*Measurement*” implementasi kebijakan pemberdayaan UMKM di Indonesia, maka pada presidensi G20 tahun 2023 dapat diusulkan beberapa topik bahasan terkait UMKM sebagai berikut:

1. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi melalui Kebijakan Stimulus Fiskal untuk UMKM
2. Evaluasi terhadap Kebijakan UMKM

### c. **Usulan Topik dalam Presidensi G20 E-Commerce**

Berdasarkan hasil analisis *Public Impact Fundamental*, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi penyelenggaraan *e-commerce* di Indonesia sudah cukup baik. Hal ini ditandai dengan penilaian berupa kriteria “*Strong*” dan “*Good*” pada setiap kriteria yang ada.

Adapun hal menarik yang masih menjadi perbincangan diberbagai forum dunia saat ini dalam bidang *e-commerce* adalah terkait dengan keamanan data dan kebijakan pengenaan pajak untuk layanan digital. Data menjadi sebuah harta yang tidak ternilai harganya di era digital saat ini. Kebocoran dan penyalahgunaan data oleh oknum tertentu khususnya pelaku *e-commerce* dapat berakibat fatal pada keamanan pribadi bahkan keamanan negara. Sedangkan dalam hal pajak layanan digital hingga saat ini masih menjadi perbincangan panjang dalam forum OECD. Pengenaan pajak untuk penyedia layanan digital dari luar negeri oleh Sebagian pihak dianggap sebagai pelanggaran dari asas national treatment. Dalam rangka meningkatkan kualitas kebijakan dan penyelenggaraan *e-commerce* di Indonesia, maka pada presidensi G-20 tahun 2023 dapat diusulkan topik bahasan terkait *e-commerce* sebagai berikut:

1. Peningkatan Keamanan Data Digital dalam *E-Commerce*
2. Evaluasi Penerapan *Digital Services Tax* dalam *E-Commerce*

## **DESKRIPSI HASIL PEMBAHASAN**

### **1. Aktualisasi perekonomian indonesia dalam perdagangan *e-commers* apakah merupakan peluang?**

Aktualisasi perekonomian Indonesia dalam perdagangan *e-commers* adalah merupakan PELUANG berdasarkan hasil analisis *Public Impact Fundamental*, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi penyelenggaraan *e-commerce* di Indonesia sudah cukup baik. Hal ini ditandai dengan penilaian berupa kriteria “*Strong*” dan “*Good*” pada setiap kriteria yang ada. Adapun hal menarik yang masih menjadi perbincangan diberbagai forum dunia saat ini dalam bidang *e-commerce* adalah terkait dengan keamanan data dan kebijakan pengenaan pajak untuk layanan digital. Data menjadi sebuah harta yang tidak ternilai harganya di era digital saat ini. Kebocoran dan penyalahgunaan data oleh oknum tertentu khususnya pelaku *e-commerce* dapat berakibat fatal pada keamanan pribadi bahkan keamanan negara. Sedangkan dalam hal pajak layanan digital hingga saat ini masih menjadi perbincangan panjang dalam forum OECD. Pengenaan pajak untuk penyedia layanan digital dari luar negeri oleh Sebagian pihak dianggap sebagai pelanggaran dari asas national treatment.

Dalam rangka meningkatkan kualitas kebijakan dan penyelenggaraan *e-commerce* di Indonesia, maka pada presidensi G-20 tahun 2023 dapat diusulkan topik bahasan terkait *e-commerce* sebagai berikut:

1. Peningkatan Keamanan Data Digital dalam *E-Commerce*

Topik ini berkaitan dengan hal-hal apa saja yang perlu dilakukan oleh suatu negara dalam membuat regulasi yang mampu memaksimalkan tingkat kemanan data digital

masyarakat dan kepentingan nasionalnya. Maraknya peretasan dan risiko yang besar terkait dengan hal tersebut perlu untuk dilakukan diskusi lebih lanjut dan dicarikan solusi bersama.

## 2. Evaluasi Penerapan *Digital Services Tax* dalam *E-Commerce*

Topik ini menjadi sangat penting dibahas mengingat setiap negara memiliki kepentingan ekonomi dari setiap transaksi digital lintas negara. Selain itu penting juga bagi setiap negara dalam mengantisipasi terjadinya perang dagang akibat adanya perbedaan sikap mengenai pengenaan DST sebelum terciptanya konsensus internasional oleh OECD.

## 2. Aktualisasi perekonomian Indonesia dan G20 apakah merupakan tren?

Aktualisasi perekonomian Indonesia dan G20 adalah juga merupakan TREN. Bisa dikatakan demikian karena hasil dari survei yang dilaksanakan di kota Denpasar. Kegiatan survei dilakukan pada satu lokasi, yakni kota Denpasar. Kota Denpasar dipilih karena mewakili sampel pelaku usaha dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Kota Denpasar merupakan destinasi yang dilakukan pengambilan sampel karena di kota-kota tersebut memiliki banyak pelaku usaha, terutama UMKM yang menjadi salah satu topik usulan pembahasan dalam presidensi G20 Indonesia di tahun 2023 mendatang. Selain itu, pembahasan mengenai topik WTO dan *e-commerce* juga ditanyakan kepada pelaku usaha untuk melengkapi penelitian ini.

Secara garis besar, pelaku UMKM di kota Denpasar menyatakan pentingnya pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan bagi UMKM agar UMKM dapat selalu maju dan berkembang sehingga siap memasuki pasar luar negeri. Pelaku UMKM juga mengharapkan adanya bantuan pinjaman modal, mengingat ada juga UMKM yang tidak diuntungkan dan mengalami penurunan penjualan yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Pelaku UMKM menginginkan dengan adanya forum Presidensi G20 Indonesia pada tahun 2023 mendatang dapat menghasilkan kebijakan-kebijakan yang dapat membantu kemajuan UMKM. Sementara, para pelaku usaha baik UMKM atau menyatakan pentingnya pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan bagi UMKM dan pelaku usaha lainnya agar dapat selalu maju dan berkembang sehingga siap memasuki pasar luar negeri. Pelaku usaha baik UMKM atau perusahaan juga mengharapkan adanya bantuan pinjaman modal di tengah pandemi Covid-19 ini. Selain itu, perlu adanya regulasi yang memberikan peluang bagi perbaikan ekonomi sekaligus solusi cepat atas ancaman Covid-19. Pelaku usaha baik UMKM atau perusahaan menginginkan dengan adanya forum Presidensi G20 Indonesia pada tahun 2023 mendatang Indonesia dapat mempertahankan statusnya sebagai negara berkembang supaya Indonesia tidak dikenakan tarif yang besar, yang kemudian akan memberatkan pelaku usaha untuk ekspor ke negara lain

## KESIMPULAN

### 1. Aktualisasi perekonomian Indonesia dalam perdagangan *e-commers* apakah merupakan peluang?

Aktualisasi perekonomian Indonesia dalam perdagangan *e-commers* adalah merupakan PELUANG. Terdapat 3 (tiga) tema besar yang dapat dijadikan pembahasan dalam presidensi G20 Indonesia pada tahun 2023, yaitu WTO, UMKM, dan *e-commerce*. Evaluasi terhadap kebijakan WTO, UMKM, dan *e-commerce* di Indonesia dilakukan dengan menggunakan metode *Public Impact Fundamental*, yaitu metodologi yang menganalisis keberhasilan atau kegagalan dari kebijakan publik. Asesmen terhadap kebijakan yang masih dinilai lemah dapat dipertimbangkan untuk dijadikan



topik/agenda pembahasan dalam presidensi G20 Indonesia untuk memperbaiki kebijakan nasional, yang juga sekaligus dapat menjadi kepentingan negara anggota G20.

## 2. Aktualisasi perekonomian Indonesia dan G20 apakah merupakan tren?

Aktualisasi perekonomian Indonesia dan G20 adalah merupakan tren. Bisa dikatakan demikian karena hasil dari survei yang dilaksanakan di kota Denpasar. Secara garis besar, pelaku usaha baik UMKM atau perusahaan menginginkan dengan adanya forum Presidensi G20 Indonesia pada tahun 2023 mendatang Indonesia dapat mempertahankan statusnya sebagai negara berkembang supaya Indonesia tidak dikenakan tarif yang besar, yang kemudian akan memberatkan pelaku usaha untuk ekspor ke negara lain.

### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2020. Usaha Mikro Kecil Menengah-BPS. Diakses dari <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>
- Bank Indonesia. 2017. Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008. Diakses dari: [www.bi.go.id/Documents/UU20Tahun2008UMKM](http://www.bi.go.id/Documents/UU20Tahun2008UMKM)
- Bisnis.com. 2018. Ini Alasan Kebijakan Indonesia Sering Diperkarakan di WTO. Diakses dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20181021/12/851547/ini-alasan-kebijakan-indonesia-sering-diperkarakan-di-wto>
- Centre for Public Impact. 2018. The Public Impact Fundamentals: Diagnostic Tool. Boston Consulting Group Foundation. December 2018.
- Centre for Public Impact. 2018. The Public Impact Fundamentals: Helping Government Progress from Idea to Impact. Boston Consulting Group Foundation. July 2018.
- Chin, T., and Dobson, H. 2015. China's Presidency of the G20 Hangzhou: On Global Leadership and Strategy. Oxford University Press. Global Summitry. Volume 1, Nomor 2, 2015.
- Colakoglu, S., and Hecan, M. 2016. Turkey in Global Governance: An Evaluation of Turkey's G20 Presidency and the Antalya Summit 2015. Oxford University Press. Global Summitry. Volume 2, Nomor 2, 2016.
- Fajri, H., Marisa, H., dan Alfajri. 2017. Proyeksi Perdagangan Internasional Indonesia dalam Kerangka Gagasan Poros Maritim Dunia. Prosiding. 2th Celscitech-UMRI. Volume 2, September 2017.
- Hukumonline.com. 2020. 9 Hal yang akan Diatur dalam Permendag E-Commerce. Diakses dari: <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5e30fd1f8a8bd/9-hal-yang-akan-diatur-dalam-permendag-e-commerce/>
- Jamilus. 2017. Analisis Fungsi dan Manfaat WTO bagi Negara Berkembang (Khususnya Indonesia). Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum. Volume 11, Nomor 2, Halaman 205-225, Juli 2017.
- Jatmika, Rahmat Taufi Dwi. 2017. Masalah yang dihadapi UMKM di Indonesia. Jurnal Studi Ekonomi Syariah. Vol. II, Edisi 6.
- Jawapos. 2020. Mewujudkan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian. Diunduh dari: <https://www.jawapos.com/opini/02/11/2020/mewujudkan-umkm-sebagai-fondasi-perekonomian/>
- Kadarukmi, Retno. 2013. Dampak Implementasi GATT/WTO terhadap Ekspor Impor Indonesia. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume 9, Nomor 1, Halaman 79-90, Maret 2013.
- Katadata.co.id. 2020. India Tambah 43 Aplikasi Tiongkok yang Diblokir Salah Satunya



- Katadata.co.id. 2020. RUU Perlindungan Data Pengguna Bisa Gugat E-commercedan Fintech. Diakses dari: <https://katadata.co.id/desysetyowati/berita/5fc540b0ebc3d/ruu-perlindungan-data-pengguna-bisa-gugat-e-commerce-dan-fintech>
- Katadata.co.id. 2020. Tiga Sisi Penangkal Risiko Keamanan Transaksi Digital saat Pandemi. Diakses dari: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f902c8ad3c3c/tiga-sisi-penangkal-risiko-keamanan-transaksi-digital-saat-pandemi>
- Kementerian Keuangan. 2020. Kebijakan Penyertaan Modal Negara untuk PemulihanUMKM. Diunduh dari: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13216/Kebijakan-Penyertaan-Modal-Negara-untuk-Pemulihan-UMKM.html>
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2020. Kemenkopukm dan Kemendagri Bersinergi Dalam Berdayakan UMKM. Diunduh dari: <http://www.depkop.go.id/read/kemenkopukm-dan-kemendagri-bersinergi-dalam-berdayakan-umkm>
- Kementerian Luar Negeri. 2014. World Trade Organization (WTO). Diakses dari: [https://kemlu.go.id/portal/id/read/133/halaman\\_list\\_lainnya/world-trade-organization-wto](https://kemlu.go.id/portal/id/read/133/halaman_list_lainnya/world-trade-organization-wto)
- Kementerian Perdagangan. 2017. SejarahWorld Trade Organization. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan. Diakses dari: <http://pusdiklat.kemendag.go.id/v2019/article/world-trade-organization-wto>
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. 2020. Metadata Indikator: Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) / Sustainable Development Goals (SDGs) Indonesia. Kedeputian Bidang Kemaritiman dan Sumber Daya Alam. Edisi II, 2020.
- Kompas. 2020. Banyak Pelaku UMKM Belum Tahu Cara Mendapatkan BLT Rp 2,4 Juta. Diunduh dari: <https://money.kompas.com/read/2020/10/26/131638626/banyak-pelaku-umkm-belum-tahu-cara-mendapatkan-blt-rp-24-juta>
- Korah, Revy. 2016. Prinsip-Prinsip Eksistensi General Agreement on Tariff and Trade (GATT) dan World Trade Organization (WTO) dalam Era Pasar Bebas. Jurnal Hukum Unsrat. Volume 22, Nomor 7, Halaman 44-52, 2016.
- Liputan6.com. 2013. 18 Tahun Gabung WTO, Indonesia Cuma Dapat Pengalaman Pahit. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/583136/18-tahun-gabung-wto-indonesia-cuma-dapat-pengalaman-pahit>
- Medcom.id. 2019. Aturan WTO Dinilai Tidak Memadai. Diakses dari: <https://www.medcom.id/ekonomi/globals/zNAV1Dzb-aturan-wto-dinilai-tidak-memadai>
- Medcom.id. 2020. Dorong Pemulihan Ekonomi, Kemenperin Beri Bantuan Mesin Produksi ke IKM. Diakses dari: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/ZkeBqRqK-dorong-pemulihan-ekonomi-kemenperin-beri-bantuan-mesin-produksi-ke-ikm>
- Media Indonesia. 2017. SPI: Indonesia Harus Keluar dari WTO, Tegakkan Kedaulatan Pangan. Diakses dari: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/135566/spi-indonesia-harus-keluar-dari-wto-tegakkan-kedaulatan-pangan>



- Modal Rakyat. 2019. Ini Nih Bukti Kepedulian Pemerintah Terhadap UMKM. Diakses dari: <https://www.modalrakyat.id/blog/ini-nih-bukti-kepedulian-pemerintah-terhadap-umkm>
- Moleong, Lexy J. 2017, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- News.ddtc.co.id. 2020. Apa itu Pajak Transaksi Elektronik. Diakses dari: [https://news.ddtc.co.id/apa-itu-pajak-transaksi-elektronik-20076?page\\_y=1256](https://news.ddtc.co.id/apa-itu-pajak-transaksi-elektronik-20076?page_y=1256)
- News.ddtc.co.id. 2020. Bahas Pajak Digital OECD Partisipasi Negara Berkembang Masih Minim. Diakses dari: <https://news.ddtc.co.id/bahas-pajak-digital-oecd-partisipasi-negara-berkembang-masih-minim-25799>
- News.ddtc.co.id. 2020. Pemerintah Optimis Konsensus Pajak Digital akan Terwujud Sesuai Target. Diakses dari: <https://news.ddtc.co.id/pemerintah-optimis-konsensus-pajak-digital-akan-terwujud-sesuai-target-25720>
- Scholz, I., and Brandi, C. 2017. Implementing the 2030 Agenda for Sustainable Development: Achievements and Limitations of the G20 Presidency in 2017. Oxford University Press. Global Summitry. Volume 3, Nomor 2, 2017.
- Setyobudi, Andang. 2007. Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan. Volume 5, Nomor 2, Halaman 29-35, Agustus 2007.
- Sugyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Techinasia.com. 2020. Prediksi E-Commerce Indonesia. Diakses dari: <https://id.techinasia.com/prediksi-ecommerce-Indonesia>
- Viva.co.id. 2014. Diplomasi Jadi Alasan Indonesia Masuk WTO. Diakses dari: <https://www.viva.co.id/arsip/515120-diplomasi-jadi-alasan-indonesia-masuk-wto>
- Wartaekonomi.co.id. 2015. Kemendag Dukung WTO Prioritaskan Kepentingan Negara Berkembang. Diakses dari: [https://www.wartaekonomi.co.id/read79626/news\\_post.php](https://www.wartaekonomi.co.id/read79626/news_post.php)
- Widayanto, Sulistyono. 2016. WTO Melindungi Kepentingan Domestik Negara Anggotanya Secara Optimal. Jurnal Tinjauan Perdagangan Indonesia. Kementerian Perdagangan. Edisi Nomor 35, 2016.
- World Trade Organization. 2020. World Trade Report 2020 Explores Increasing Use of Policies to Foster Digital Innovation Diakses dari: [https://www.wto.org/english/news\\_e/news20\\_e/wtr\\_23nov20\\_e.htm](https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/wtr_23nov20_e.htm)