

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

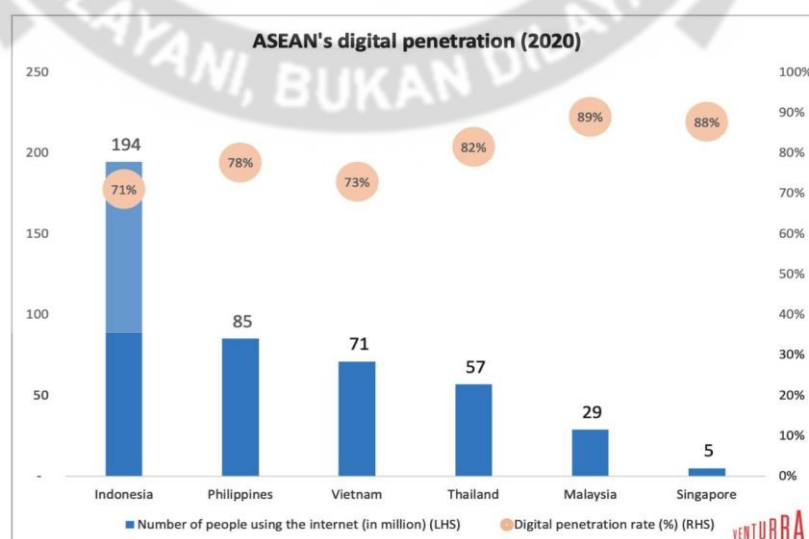
Ekonomi digital merupakan suatu transformasi aktivitas ekonomi tradisional yang kemudian menjadi berbasis teknologi digital. Proses produksi, pendistribusian, dan penggunaan saat ini telah melekat dengan teknologi. Dalam pola konsumsi, misalnya saat ingin membeli suatu barang atau jasa, masyarakat kini tidak lagi melihat barang itu secara langsung, melainkan dapat mencari informasi lengkap tentang produk tersebut secara daring atau *online*. Demikian juga dengan jasa layanan, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi testimoni yang disampaikan oleh pelanggan sebelumnya secara *online*. Karena konsumsi telah mencapai tahap itu, maka, baik perusahaan maupun produsen kecil kini harus mampu menggunakan teknologi untuk mendistribusikan barang atau jasa yang akan diperjualbelikan. Sektor transportasi juga telah dipengaruhi dengan adanya kemajuan teknologi. Kini, pelanggan dapat dengan mudah memesan layanan transportasi yang diinginkan secara *online* untuk berbagai kebutuhan seperti pengantaran ke lokasi lain, pengantaran makanan, hingga pengiriman barang.

Penelitian ini berupaya untuk menguraikan beberapa aspek penting tentang bagaimana kemajuan teknologi digital, khususnya internet dan ekonomi berbasis digital yang telah mempengaruhi dan mengubah dinamika identitas budaya di dua negara Asia Tenggara yang cukup populer, yakni Indonesia dan Vietnam. Tentu hal ini dianggap penting, dikarenakan beberapa alasan yang nantinya akan dikaji

bagaimana Indonesia dan Vietnam mengalami pertumbuhan ekonomi digital dan dampak yang terjadi pada entitas budaya.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia, telah sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2018, kawasan Asia Tenggara menyaksikan transformasi signifikan dalam bidang ekonomi digital, di mana Indonesia mencatatkan pertumbuhan tercepat dan terbesar, mencapai angka US\$27 miliar, diikuti oleh Vietnam yang memperoleh US\$9 miliar (Temasek 2018, 6-7). Pertumbuhan ini didorong oleh perdagangan elektronik, iklan, dan permainan daring serta oleh perusahaan layanan transportasi. Sebagai contoh *ride hailing*, Xanh SM adalah taksi listrik pertama di Vietnam. Di sisi lain, *Gojek* hadir sebagai *ride hailing* pertama di Indonesia. *World Bank* juga merilis riset mengenai penetrasi digital di kawasan Asia Tenggara. Berikut adalah gambaran tentang perkembangan penetrasi digital di kawasan ASEAN.

Grafik 1 1 Penetrasi Digital di Kawasan ASEAN Tahun 2020



Sumber: (Venturra 2021)

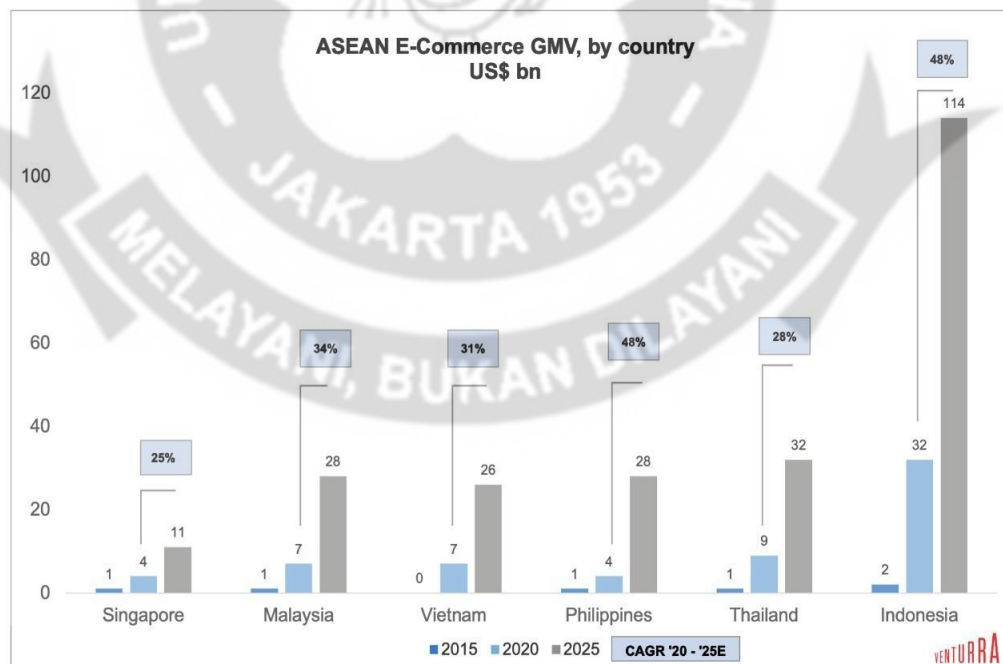
Melihat pada tabel grafik di atas, Indonesia berada pada tingkat penetrasi digital dengan angka 71%, akan tetapi pada kategori penggunaan internet Indonesia cukup mendominasi negara-negara lain di kawasan ASEAN dan di sisi lain, Vietnam terlihat masih tertinggal dari beberapa negara lain dengan angka 73%, begitu pula dengan pengguna internetnya masih tergolong kecil (Venturra 2021, 7). Akan tetapi, Vietnam diprediksi masih berpotensi bertumbuh pesat dikarenakan mayoritas di negara ini berpopulasi pada usia muda dengan konsumennya yang melek akan teknologi digital.

Menurut studi *Google Temasek, Bain dan Company* (2022), Indonesia dan Vietnam telah muncul sebagai pemimpin dalam pertumbuhan sektor digital, dengan Indonesia mendominasi sekitar 40% pasar ekonomi digital ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*), yang diperkirakan mencapai nilai US\$3 miliar pada triwulan pertama tahun 2022 (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2023). Tahun 2023, ekonomi digital di Indonesia mengalami pertumbuhan sekitar 8 hingga 10 persen, setara dengan US\$82 miliar dan Vietnam sebesar US\$30 miliar. Ekonomi digital di Indonesia tumbuh dengan cepat dan diprediksi akan mencapai nilai sebesar US\$360 miliar pada tahun 2030 (Annur, Indonesia Masih Rajai Ekonomi Digital di Asia Tenggara pada 2023 2023). Untuk menghadapi tantangan dan memaksimalkan potensi ekonomi digital, Indonesia memiliki rencana pengembangan ekonomi digital hingga tahun 2030 atau IDigital. IDigital menargetkan kontribusi nilai ekonomi digital dapat berkembang hingga 9 kali lipat atau memberikan kontribusi sekitar 20% terhadap PDB pada tahun 2045 (Kementerian

Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2023). Keberlanjutan ini dipicu oleh gambaran industri seperti perdagangan elektronik, *platform* media sosial, dan layanan aplikasi yang telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan berbelanja.

Dengan kehadiran ekonomi digital ini, tentu dapat memungkinkan transformasi baru yang lebih menciptakan nilai efisiensi, mobilitas dan menjadi pengalaman yang lebih unggul bagi para penggunanya. Berikut data mengenai ASEAN *E-Commerce* dalam melihat ekonomi digital Indonesia dan Vietnam.

Grafik 1 2 Akumulasi GMV/Nilai Bruto *E-Commerce* di Kawasan ASEAN tahun 2015, 2020 dan 2025



Sumber: (Venturra 2021)

Merujuk pada data, menurut laporan *Google*, Bain and Co. dan Temasek pada *e-Conomy SEA Report* pada 2020 menunjukkan bahwa nilai bruto *E-Commerce*

di Vietnam mencatat untuk tingkat angka pertumbuhannya sebesar 31%, akan tetapi pada tahun 2025 nilai GMV *E-Commerce* meningkat menjadi US\$ 26 miliar (Venturra 2021). Pertumbuhan ini bisa dilihat dari upaya pemerintah Vietnam melalui penyetujuan *National Master Plan for E-Commerce* di bulan Mei 2020 dengan berbagai tujuan untuk transformasi pertumbuhan dan peningkatan ekonomi digital pada tahun-tahun berikutnya. Lain hal pada negara Indonesia, nilai GMV *E-Commerce* tergolong cukup signifikan dibanding pesaing regional lain sebesar US\$ 114 miliar di tahun 2025 (Venturra 2021).

Perkembangan ekonomi digital membawa tantangan baru terhadap identitas budaya. Melalui perubahan ini, tidak hanya berdampak pada bidang ekonomi namun juga berdampak pada interaksi sosial masyarakat. Konsumen saat ini tidak hanya berperan sebagai penerima informasi tetapi juga terlibat langsung dalam proses penjualan melalui interaksi di *platform* media sosial. Ini menciptakan suasana berbelanja yang lebih terhubung, juga kolaboratif. Secara total, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan perubahan yang terlihat dari bagaimana cara orang bertransaksi dan berinteraksi dan mengarah kepada aspek sosial budaya. Dalam hal ini, identitas budaya pun mengalami dinamika yang semakin kompleks di era digital. Dengan hadirnya pemanfaatan *platform* digital khususnya penggunaan ekonomi digital memungkinkan seseorang untuk menjelajahi berbagai identitas budaya secara bersamaan. Selain itu, kedua negara menjadi bagian dari ASEAN yang menunjukkan nilai budaya dan sosial serupa, termasuk pada bagaimana cara kerja sama regional dan menghormati antar negara.

Di Indonesia ekonomi digital merupakan sesuatu yang positif dengan pertumbuhan yang mengikat, tetapi sebagaimana yang telah disampaikan di atas bahwa ekonomi digital Indonesia ini memiliki tantangan terkait dengan kemungkinan dampaknya terhadap identitas budaya di mana Indonesia merupakan masyarakat yang datang dari multikulturalisme atau dapat dikatakan beragam, juga majemuk. Selain di Indonesia, untuk perkembangan ekonomi digital di Vietnam memiliki pertumbuhan yang signifikan sebagaimana disampaikan di atas tetapi memiliki kendala yang dapat terlihat pada keterbatasan infrastruktur digital yang sekalipun terdapat kemajuannya akan tetapi, beberapa daerah di Vietnam masih kurang akses layanan digital yang memadai, begitu pula permasalahan yang terjadi di Indonesia. Selain itu pula, terdapat pilar permasalahan lain di Vietnam, di mana tergolong masih mengalami kekurangan sumber daya manusia dalam pengelolaan keterampilan kerja juga literasi di industri digital yang berkembang. Dengan demikian, nantinya akan dijelaskan lebih lanjut upaya pemerintah kedua negara dalam pelaksanaan penanganan, baik dalam bentuk kerja sama pemerintah, sektor swasta maupun masyarakat agar dapat menciptakan suatu ekosistem untuk pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan perekonomian digital serta kepastian keuntungan digitalisasi dapat terjangkau pada tiap daerah kedua negara.

Dari latar belakang di atas, peneliti melihat bahwa penting untuk mengkomparasikan bagaimana ekonomi digital memiliki dampaknya terhadap identitas budaya kedua negara di tahun 2010-2025. Menurut *World Bank* (2023), dilihat secara garis besar, Indonesia adalah negara ke-16 ekonomi

terbesar di dunia dan Vietnam adalah negara ke-34 di dunia dengan rata-rata dalam PDB (Produk Domestik Bruto) (World Bank 2023). Dalam hal memecahkan masalahnya dengan mengurangi kesenjangan sosial digital di kedua negara, inflasi pertumbuhan ekonomi dapat berkembang begitu cepat, ini tersebar luas bersama dengan investasi besar-besaran, sedangkan jika dilihat dari perspektif Vietnam, negara ini juga dipengaruhi oleh krisis global, meskipun dalam cara yang berbeda (World Bank 2023). Ini mencakup usaha untuk meningkatkan daya saing produk dalam negeri serta menarik investasi asing yang lebih banyak.

Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami secara lebih komprehensif bagaimana ekonomi digital — sebagai kekuatan ekonomi baru — membentuk struktur sosial-ekonomi, mendefinisikan ulang bentuk kerja dan konsumsi, serta berdampak terhadap dinamika identitas budaya di dua negara berkembang yang strategis di kawasan ASEAN: Indonesia dan Vietnam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang dapat terlihat adalah mengenai ekonomi digital yang diaplikasikan di negara Indonesia dan Vietnam di dalam aktivitas sehari-hari menyebabkan perubahan yang cukup drastis di dalam kehidupan masyarakat Vietnam dan Indonesia, khususnya di dalam aspek budaya. Oleh sebab itu, peneliti mengangkat rumusan masalah dalam pertanyaan “Bagaimana dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam periode 2010-2025?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam periode 2010-2025.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan pertanyaan dan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan oleh peneliti, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat. Peneliti berharap penelitian ini memberikan kontribusi secara akademis dan praktis antara lain:

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian akademis adalah mengembangkan studi Hubungan Internasional di dalam bidang ekonomi digital yang memiliki relevansinya dengan identitas budaya di kedua negara, Indonesia dan Vietnam. Penelitian ini akan semakin memperkaya literatur akademis untuk melihat keterhubungan antara ekonomi digital dengan identitas budaya sehingga dapat memberikan pemahaman terkait efek ekonomi digital terhadap identitas budaya, serta cara masyarakat dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut tanpa merusak identitasnya melalui hasil pengaruh negara, baik di Indonesia maupun Vietnam.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh secara praktis dari penelitian ini adalah melalui permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini diharapkan dapat

bermanfaat bagi pemerintah Indonesia dan pemerintah Vietnam sebagai sebuah rekomendasi untuk tetap menjaga identitas budaya di tengah arusnya ekonomi digital yang semakin masif. Penelitian ini juga bermanfaat bagi mahasiswa atau akademisi lainnya untuk menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dan bagi masyarakat sebagai saran dan masukan. Dengan demikian, Indonesia dan Vietnam dapat menangani dampak ekonomi digitalisasi dengan lebih baik dan memastikan identitas budaya dapat terpelihara di era digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Proposal skripsi ini terbagi menjadi 5 bab dalam membahas permasalahan dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam periode 2010-2025.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah/pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang menjelaskan tentang dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam periode 2010-2025.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka teoritik, kerangka pemikiran, dan hipotesis/argumen utama yang menjelaskan tentang bagaimana dampak dan upaya permasalahan ekonomi digital

terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam sesuai merujuk kepada teori Manuel Castells dan konsep Don Tapscott. Bab ini juga mencakup metode penelitian untuk menjelaskan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terkait isu yang diteliti.

BAB III PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA – VIETNAM

Pada bab ini peneliti menjelaskan perkembangan ekonomi digital Indonesia dan Vietnam di mana akan membahas lebih lanjut mengenai globalisasi dan perkembangan digitalisasi global, penetrasi digital di ASEAN mengarah sebagai perjalanan menuju wilayah digital global. Lalu, masuk kepada perkembangan ekonomi digital di ASEAN, Indonesia dan Vietnam serta kebijakan pemerintah Indonesia dan Vietnam dalam ekonomi digital periode 2010-2025.

BAB IV DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP IDENTITAS BUDAYA DI INDONESIA DAN VIETNAM PERIODE 2010-2025

Bab ini peneliti akan menjelaskan dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia dan Vietnam periode 2010-2025 di mana membahas lebih lanjut mengenai gambaran umum identitas budaya Indonesia dan Vietnam, ekonomi digital *Vis-à-Vis* budaya Indonesia dan Vietnam, serta dampak ekonomi digital terhadap

identitas budaya pada kedua negara tersebut. Lalu, pada sub bab terakhir membahas kebijakan Indonesia dan Vietnam dalam penguatan identitas budaya di tengah perkembangan ekonomi digital.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi sub-bab mengenai kesimpulan dan rekomendasi terkait dampak ekonomi digital terhadap identitas budaya, khususnya dalam konteks Indonesia dan Vietnam pada era 2010-2025.

