



## SIARAN PERS

### **Rapat Koordinasi Nasional Kadin Bidang Telematika, Perposan dan Media Massa Hotel Aryaduta, Jakarta – 13 Februari 2002**

Sejalan dengan amanat AD/ART yang dituangkan di dalam UU No. 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri Indonesia, khususnya Pasal 21 dan 26, pada hari ini Kadin Indonesia Bidang Telematika, Perposan dan Media Massa (TPM) melaksanakan Rapat Koordinasi Nasional Bidang TPM dengan tema, “ Peran Telematika, Perposan dan Media Massa Dalam Mengembangkan Pasar Domestik”. Tema tersebut juga sejalan dengan tema Rapat Pimpinan Nasional Kadin Indonesia (Rapimnas) yang juga akan berlangsung mulai tanggal 26 hingga 28 Februari 2002, yaitu “Memulihkan Ekonomi Nasional Dengan Memenangkan Pasar Domestik”.

Peran Telematika, Perposan dan Media Massa di dalam pembangunan nasional dan dalam rangka strategi pemulihan ekonomi, akan menempati kedudukan yang sangat penting dan strategis mengingat sinergi yang terjadi diantara ketiga bidang tersebut kini terlihat sangat intens, bahkan satu sama lain kerap kali saling mendukung. Mengingat bahwa bidang TPM juga adalah kegiatan usaha yang juga digeluti oleh para pengusaha, besar dan kecil, maka dengan melihat intensitas dari sinergi tersebut, hendaknya perlu diciptakan suatu iklim usaha yang kondusif dan konsisten.

Namun untuk dapat menuju kondisi tersebut diatas hendaknya beberapa permasalahan yang kini masih belum terselesaikan agar segera dapat dicarikan penyelesaiannya agar kegiatan usaha di bidang TPM dapat berputar secara adil dan transparan. Adapun inventarisasi permasalahan yang masih menyisakan persoalan yang memiliki potensi untuk menghambat dunia usaha, khususnya bidang TPM dapat kami rinci sebagai berikut :



## **1. BIDANG TELEMATIKA**

- Secara konseptual permasalahan utama pengembangan telematika di Indonesia adalah belum tercapainya keseimbangan antara permintaan akan jasa telematika yang meningkat cepat dan keterbatasan faktor-faktor produksi yang antara lain bersumber dari keterbatasan dana investasi, infrastruktur jaringan dan regulasi pendukung.
- Masalah penggunaan teknologi suara dengan mempergunakan jaringan Internet yang dikenal dengan VOIP, hingga kini masih saja dibatasi penggunaannya, bahkan mengenai perijinan usahanya-pun juga kini menjadi persoalan, hal mana memiliki potensi yang dapat merugikan, baik pihak operator maupun para penggunanya (konsumen). Dengan membatasi ketersediaan teknologi tersebut, akan juga dapat menghambat potensi pasar atas teknologi alternatif tersebut.
- Masalah yang menyangkut proses perijinan dan penentuan tarif telekomunikasi, yang hingga kini juga masih dikelola oleh instansi teknis Pemerintah, hal mana tidak sesuai dengan semangat globalisasi dan iklim persaingan bebas.
- Masalah yang menyangkut keabsahan dan keamanan transaksi elektronik yang hingga kini masih belum terlihat jelas mengenai aspek kepastian hukumnya, sehingga kerap menimbulkan keraguan, baik dari masyarakat maupun para pengusaha di dalam melakukan transaksi secara elektronik.
- Masalah yang menyangkut keberadaan Tim Koordinasi Telematika Indonesia (TKTI) dikaitkan dengan telah terbentuknya Kantor Menteri Negara Komunikasi & Informasi (Kominfo), hal mana juga telah menimbulkan keraguan di dalam pengembangan telematika di masa yang akan datang.

## **2. BIDANG MEDIA MASSA**

- Masalah yang menyangkut berlarutnya pembahasan RUU Penyiaran, sehingga kerap menimbulkan keraguan bagi para pengusaha dan investor dalam melakukan investasi di sektor Media Massa.



- Masalah yang menyangkut Kode Etik Pers yang bertanggung-jawab, yang akhir-akhir ini terlihat sudah tidak lagi menganut kaedah-kaedah pers yang bertanggung-jawab, sehingga persepsi terhadap pers secara umum akan terlihat tidak konsisten dan kontra-produktif.
- Masalah pajak impor atas peralatan dan bahan baku film yang hingga kini masih sangat tinggi, sehingga dapat menghambat kebangkitan dan pengembangan industri film nasional di masa yang akan datang.
- Masalah yang menyangkut pajak impor atas bahan baku kertas untuk penerbitan, yang juga hingga kini masih cukup tinggi, sehingga dikhawatirkan dapat menghambat upaya-upaya mencerdaskan bangsa, karena harga-jual bahan-bahan bacaan akan semakin tinggi dan tidak dapat terjangkau oleh masyarakat.

### 3. BIDANG PERPOSAN

- Masalah yang menyangkut peran swasta dan BUMN (PT Pos Indonesia) di dalam usaha perposan nasional, yang hingga kini masih dalam proses penyesuaian dan pembaharuan, khususnya yang terkait dengan UU Pos No. 6/1984. Tujuan dari penyesuaian dan pembaharuan tersebut adalah untuk tercapainya keseimbangan peran masing-masing di dalam memberikan layanan jasa kepada masyarakat, dan tercapainya iklim kompetisi yang sehat.

Dengan inventarisasi permasalahan yang ada tersebut, maka diharapkan bahwa hasil Rakornas Kadin Bidang TPM 2002 dapat memberikan masukan yang bermanfaat dan konstruktif bagi dunia usaha, khususnya bidang TPM, agar dapat mengatasi berbagai permasalahan –permasalahan tersebut diatas.

ooOOoo

*Untuk keterangan lebih lanjut, silahkan hubungi Ardi Sutedja K., Panitia Rakornas Kadin Bidang TPM 2002 di (021) 527 4485; 919 8529 atau e-mail : ardisk @ idola.net.id*



## **RANGKUMAN LAPORAN DAN PRESENTASI DALAM RAKORNAS KADIN BIDANG TPM 2002**

### **POSISI TPM KINI & LAPORAN KADIN BIDANG TPM**

#### **1. Bidang Telematika**

- 1a. Secara konseptual permasalahan utama pengembangan telematika di Indonesia adalah belum tercapainya keseimbangan antara permintaan akan jasa telematika yang meningkat cepat dan keterbatasan faktor-faktor produksi yang antara lain bersumber dari keterbatasan dana investasi, infrastruktur jaringan dan regulasi pendukung.
- 1b. Kegiatan di bidang telematika dalam tahun 2001 secara garis besar bersifat sosialisasi dalam upaya ekstensifikasi masyarakat telematika Indonesia. Ini ditandai dengan pencanangan Gerakan Nasional Telematika (Genetika) beserta pelaksanaan berbagai program pendukungnya.
- 1c. Secara esensial, arah kegiatan sosialisasi telematika menuju kepada terwujudnya e-procurement, e-government, e-commerce, dan e-community.
- 1d. Permasalahan yang masih harus diselesaikan adalah, antara lain:
  - *Voice over Internet Protocol (VOIP)* yang masih dibatasi penggunaannya
  - Perizinan dan penentuan tarif telekomunikasi yang belum ditangani oleh institusi yang jelas (saat ini terasa masih ada dualisme lembaga yang berwenang).
  - Keamanan dan keabsahan transaksi elektronik di internet.

#### **2. Bidang Perposan**

- 2a. Bidang jasa perposan merupakan bidang baru dalam keorganisasian Kadin. Pada tingkat nasional, bidang ini baru dibentuk dalam periode kepengurusan 1999-2004. Karena itu kegiatan bidang perposan dalam tahun 2001 lebih mengarah pada pengembangan struktur organisasi di jajaran Kadinda.
- 2b. Secara simultan dilakukan berbagai lobi dengan berbagai pihak terkait dalam rangka penyusunan masukan untuk RUU Pos pengganti UU 6/1984. Masukan yang diharapkan adalah yang mengarah kepada perumusan regulasi yang lebih kondusif bagi pengembangan jasa perposan.
- 2c. Permasalahan yang perlu dicermati adalah mengenai peran swasta dalam perposan nasional agar dapat lebih berperan.

#### **3. Bidang Media Massa**



- 3a. Masalah yang berkaitan dengan berlarut-larutnya pembahasan RUU Penyiaran sehingga menimbulkan keragu-raguan pada para pengusaha dan investor untuk melakukan penanaman modal di sektor media massa, khususnya bidang penyiaran. Termasuk adanya kemungkinan crossownership. Diharapkan RUU tersebut yang proses pembahasannya akan dilanjutkan kembali antara DPR dan pemerintah mulai bulan Maret yang akan datang lebih mendukung perkembangan industri media massa namun mencegah terjadinya monopoli pembentukan pendapat umum (*public opinion*).
- 3b. Masalah penerapan Kode Etik Pers yang dirasakan kini tidak lagi mengacu pada kaidah-kaidah pers yang bertanggung jawab, sehingga masyarakat memiliki persepsi bahwa pers tidak konsisten dan tidak membangun.
- 3c. Pemerintah pada prinsipnya memprioritaskan pengembangan kebijaksanaan yang berkaitan dengan pemerataan kesempatan memperoleh informasi.
- 3d. Masalah pajak impor bahan baku industri perfilman dan bahan baku kerta untuk media cetak yang masih tinggi sehingga potensial menghambat pertumbuhan kedua subsektor ini. Pajak impor bahan baku kertas yang tinggi akan menyebabkan buku-buku sebagai sarana pencerdayakan bangsa akan menjadi mahal.

## **DISKUSI PANEL: PERANAN TPM DALAM PENGEMBANGAN PASAR DOMESTIK**

### **1. Aspek Telekomunikasi**

- 1a. Pasar jasa telekomunikasi Indonesia adalah pasar relatif masih kecil, namun akan tumbuh pesat. Pasar berkembang di antara business to consumer (B2C) dan antara business to business (B2B). Pasar ini akan mengarah ke terbentuknya masyarakat serba elektronik, yakni eLife style. Konsumen pasar ini adalah golongan menengah yang terbentuk semakin luas sesuai tingkat perkembangan setiap negara/kawasan.
- 1b. Peta industri IT yang potensial dikembangkan mencakup sektor jasa layanan telekom, subsektor perangkat keras, subsektor piranti lunak dan jasa komputer, dan e-business beserta seluruh aspeknya yang secara keseluruhan merupakan industri yang sangat luas dan saling terkait.
- 1c. Peluang pasar telematika internasional dan domestik serta posisi Indonesia dewasa ini menunjukkan bahwa Indonesia harus berupaya lebih intensif untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar.
- 1d. Secara keseluruhan, pasar yang potensial berkembang adalah pasar informasi dengan menggunakan prasarana dan sarana telekomunikasi. Dengan kata yang lebih populer, pasar yang prospektif adalah warung informasi yang menggunakan fasilitas internet.



## 2. Aspek Informatika

Panelis lebih memfokuskan uraiannya pada proses perkembangan prasarana internet di Indonesia yang tumbuh dari bawah dan upaya perkuatannya.

- 2a. Perkembangan internet di Indonesia secara jelas memperlihatkan peranan utama faktor sumber daya manusia (SDM), bukan dana, teknologi, dan juga bukan uluran tangan pemerintah, dan pendidikan masyarakat adalah faktor kunci utama dalam perkuatan prasarana internet di Indonesia dengan pendanaan swadaya.
- 2b. Proses pendidikan masyarakat lebih banyak dilakukan oleh para sukarelawan Indonesia. Konsekuensinya, sedikit sekali, untuk mengatakan tidak sama sekali, dana bantuan dari Bank Dunia, IMF dan Bank Pembangunan Asia yang sampai ke masyarakat. Dalam beberapa kasus, berbagai organisasi menyatakan bahwa perkembangan internet di Indonesia mendapatkan dananya dari lembaga-lembaga donor.
- 2c. Upaya pengembangan penggunaan internet berkembang pesat dengan adanya upaya swadaya masyarakat menyediakan informasi teknologi dan proposal usaha untuk warung internet, sehingga akses internet cukup dengan Rp5000 per jam. Bahkan untuk seorang pelajar/mahasiswa pelanggan dapat ditekan sampai Rp5000 per bulan. Sementara itu data statistik menunjukkan bahwa penggunaan internet lebih banyak untuk kepentingan sosial, kemudian diikuti untuk keperluan ilmu pengetahuan dan ketiga untuk bisnis. Namun dilihat dari jumlah waktu yang digunakan, maka pangsa terbesar adalah untuk pornografi. Karena itu sebetulnya subsidi yang diberikan untuk biaya akses internet terbesar adalah untuk pornografi.
- 2d. Gagasan Depdikbud (Dr Gatot HP) menginternetkan sekolah akan sangat berarti dalam pertumbuhan penggunaan internet yang diperkirakan akan mencapai lebih 20 juta orang dalam jangka waktu 4-5 tahun ke depan.

## 3. Aspek Perposan

- 3a. Dalam satu dasawarsa terakhir PT Pos Indonesia sudah melakukan proses redefinisi bisnis intinya dan menyempurnakan visi dan misi perusahaan sesuai dengan perubahan lingkungan strategis perusahaan serta berubahnya pasar.
- 3b. Dengan perumusan kembali visi dan misi perusahaan, kini PT Pos Indonesia siap memasuki era bisnis informasi dan era digital. Redefinisi bisnis tersebut mencakup:
  - Layanan surat pos menjadi bisnis komunikasi
  - Layanan paket pos menjadi bisnis logistik
  - Layanan giro dan wesepos menjadi bisnis transaksi keuangan, dan
  - Layanan keagenan menjadi bisnis ritel (yang dikembangkan juga dengan sistem franchise).



3c. Dengan adanya redefinisi bisnis tersebut, pada hakekatnya antara PT Pos Indonesia dengan usaha jasa antaran ekspres swasta tidak terjadi benturan bisnis.

#### 4. Aspek Media Cetak

4a. Dalam bisnis media cetak telah dan akan banyak muncul pemain-pemain baru yang sebagian tentu potensial dimanfaatkan sebagai katalisator pengembangan pasar domestik, selain untuk pengembangan bisnis media itu sendiri.

4b. Kendala pengembangannya dewasa ini adalah belum adanya cetak biru kebijaksanaan (blueprint of policy) masyarakat informasi yang jelas.

#### 5. Aspek Media Elektronik

5a. Media televisi adalah media yang efektif sebagai sarana promosi produk barang dan jasa. Namun perlu dicari konsepsi pemanfaatan media televisi untuk mengembangkan konsumerisme yang mau menggunakan produk dalam negeri.

5b. Pada tingkat regional Asean, perlu dipikirkan upaya bersama untuk mengembangkan pasar Asia bagi produk Asia sendiri.

#### 6. Aspek Perfilman

6a. Secara teknis dan kreativitas, Indonesia mampu dan telah pernah membuat film-film yang diminati masyarakat, misalnya film Sherina dan Jailangkung. Namun kendalanya adalah masalah pajak impor bahan baku industri perfilman yang masih tinggi sehingga potensial menghambat pertumbuhannya.

### HARAPAN KEPADA KADIN

Forum Rakornas juga mencatat beberapa harapan yang perlu dilakukan oleh jajaran Kadin dalam hal yang berkaitan dengan penentuan kebijaksanaan dan regulasi yang kondusif, beberapa yang pokok antara lain:

1. Masukan Kadin kepada pemerintah harus diformulasikan secara jelas, kongkret dan strategis. Misalnya dalam masalah kebijaksanaan kebebasan atau kemudahan daerah pedesaan atau daerah terpencil untuk memiliki sarana komunikasi.
2. Agar program kerja kadin tahun 2002 difokuskan kepada aspek-aspek yang berkaitan dengan AFTA, WTO dan kesepakatan internasional lainnya.
3. Kadin Indonesia perlu lebih proaktif menyelesaikan masalah regulasi yang berkaitan dengan layanan jasa perposan yang kini seakan-akan terjadi hubungan perbenturan antara PT Pos Indonesia dengan kalangan Asperindo.
4. Kadin Indonesia perlu segera menyusun standar kompetensi usaha jasa IT.