

Road Map ICT Bab VIII / F - Acceleration Programs

1. USO and PSO
2. Community Access Point (CAP)
3. Multi Operator & Multi Sector Collaboration
4. Foreign & domestic Investment
5. Strategic Institutional links

1. USO dan PSO

LATAR BELAKANG

USO (Universal Service Obligation) dan PSO (Public Service Obligation) pada dasarnya merupakan kewajiban Negara dalam melayani masyarakat, namun dapat juga dilakukan oleh penyelenggara bukan-pemerintah atas perintahnya. Pemerintah dapat memberikan fasilitas dan atau subsidi dalam pelaksanaan USO / PSO.

Istilah USO digunakan untuk sektor telekomunikasi dan dapat dinyatakan sebagai “**Basic telecommunications bagi semua penduduk dengan biaya yang wajar/terjangkau**”, serta (umumnya) mencakup telepon umum, jasa telepon untuk daerah pedesaan, jasa bagi orang cacat fisik (*handicapped*). Seringkali tercakup pula jasa informasi nomor telepon, pemanggilan nomor darurat (seperti 911) dan bantuan operator. [dari survei ITU]. Setiap negara menentukan sendiri cakupan PSO/USO. Dibeberapa negara akses Internet mulai dicakup dalam USO negara tersebut.

Pada USO tahun 2003 dan 2004 di bidang telekomunikasi, target yang akan diberikan subsidi belum sepenuhnya terdefiniskan dengan baik sehingga seringkali pemilihan target wilayah tidak dapat dilakukan secara tepat; pemanfaatan fasilitas USO sangat rendah.

Istilah PSO digunakan untuk layanan Penyiaran. PSO untuk Penyiaran adalah “cakupan” seluruh wilayah Republik Indonesia dengan layanan penyiaran “free-to-air” oleh Lembaga-lembaga Penyiaran Publik, yaitu RRI dan TVRI.

Pelaksanaan PSO untuk penyiaran dihadapkan sangat sedikitnya dana dari APBN yang disediakan untuk mendukung penyelenggaraan Penyiaran Publik di Indonesia. Keperluan dana tersebut adalah karena ada pembatasan terhadap penyiaran iklan oleh Lembaga Penyiaran Publik, serta beban melakukan operasi di daerah-daerah yang relatif terpencil

SASARAN DAN STRATEGI

Sasaran jangka pendek, tahun 2010 adalah terhubungnya semua desa di Indonesia dengan sedikitnya satu saluran telepon yang berfungsi baik, melalui fasilitas Umum dengan tarif standar yang relatif tidak memberatkan masyarakat. Dengan demikian “seluruh masyarakat Indonesia telah mendapat akses terhadap layanan telekomunikasi dasar”

Sasaran USO tahun 2015: Sebagian atau seluruh desa di Indonesia hendaknya terhubung dengan Internet kecepatan rendah. Perlu ditetapkan sasaran USO 2015, bahwa sebagian besar (lebih dari 60%) dari desa di Indonesia telah memiliki sedikitnya satu CAP untuk Internet, tanpa menyatakan apakah merupakan akses kecepatan tinggi atau rendah.

Sasaran USO berupa Telepon Umum yang disediakan oleh Penyelenggara Layanan Komunikasi Seluler sebesar 3% dari jumlah pelanggannya harus selesai dalam waktu singkat, sebaiknya dalam waktu 5 tahun (selesai 2012), selanjutnya setiap tahun sesuai dengan bertambahnya pelanggan..

Sasaran dan Strategi pelaksanaan PSO untuk penyiaran adalah agar semua wilayah di Indonesia, termasuk wilayah tertinggal dan di perbatasan dengan negara tetangga dapat memperoleh akses atas siaran publik (TVRI/RRI), bila perlu melalui fasilitas penerimaan umum yang ditempatkan di kantor desa. Strategi untuk mencapai sasaran ini adalah peningkatan sumbangan dari APBN dan APBD serta menghidupkan kembali adanya “iuran penyiaran” yang dipungut dari setiap keluarga di Indonesia. Sumbangan APBD diarahkan untuk turut mengembangkan layanan penerimaan siaran publik di wilayahnya masing-masing.

Strategi tambahan adalah mengembangkan lembaga ombudsman untuk pemantauan khusus pelaksanaan USO/PSO di Indonesia, atau peningkatan fungsi lembaga Ombudsman yang telah ada di Indonesia agar mencakup pemantauan USO/PSO.

HASIL YANG DIHARAPKAN

Melalui USO di bidang telekomunikasi diharapkan adanya pengurangan jurang digital yang cukup menonjol di tahun 2015, sehingga mengikuti Geneva Plan of Action, utamanya ketentuan:

- to connect villages with ICTs and establish community access points;
- to ensure that more than half the world’s inhabitants have access to ICTs within their reach.

Sedangkan dengan penetapan dan pelaksanaan PSO untuk penyiaran diharapkan kohesi nasional lebih kokoh, serta aliran informasi telah merata sampai ke pedesaan.

2. COMMUNITY ACCESS POINTS (CAPs)

LATAR BELAKANG.

Salah satu persoalan yang dihadapi di Indonesia adalah informasi dan data statistik yang menyangkut ICT, termasuk tentang hal ikhwal CAPs. Data statistik diperlukan tentang “*supply*” berbentuk CAP serta juga data/informasi tentang permintaan dari/ penggunaan oleh konsumen (*user demand*).

Jumlah seluruh Warnet di Indonesia adalah 4700 buah (data 2006 ?). Indeks penetrasi rata-rata adalah: satu CAP melayani rata-rata 49.000 penduduk. Tetapi karena konsentrasinya diperkirakan adanya di kota-kota besar, maka angka ini menjadi jauh lebih besar di daerah luar kota besar/ di pedesaan.

Bilamana dalam jangka singkat disemua desa harus terdapat satu CAP, maka jumlah penduduk yang dilayani oleh satu CAP akan menjadi rata-rata sama dengan rata-rata jumlah penduduk per desa, katakan saja l.k. 4000 penduduk. Namun kecepatan pertumbuhan rata-rata l.k. 5000 bh CAP setahun nampaknya sukar dicapai, serta permintaan (*demand*) akan keberadaan Warnet di desa-desa terpencil tertentu masih sukar untuk dibuktikan.

SASARAN DAN STRATEGI

Sasaran 2015 ditetapkan agar pada tahun tersebut 60% (atau kurang) dari seluruh desa terlayani dengan sedikitnya satu Warnet, dengan memanfaatkan dana USO. Dengan syarat bahwa sasaran USO untuk teleponi dasar telah tercapai.

Strategi yang perlu dikembangkan adalah mengajak partisipasi pemerintah daerah, c.q daerah otonom (kabupaten) untuk ikut mengembangkan CAP, dengan memperoleh kemudahan ber komunikasi dengan masyarakat di kecamatan dan desa yang dilakukan melalui jalur Internet.

HASIL YANG DIHARAPKAN

Pemanfaatan Warnet/ Community Access Points oleh Pemerintah untuk melancarkan layanan publik (e-government), maupun memberdayakan sebagian dari penduduk yang kreatif / mampu memanfaatkan teknologi yang maju dalam meningkatkan kesejahteraannya.

3. MULTIOPERATOR & MULTISECTOR COLLABORATION

Saya belum menemukan butir-butir untuk topik ini. Mohon masukan-masukan. Apakah disini dapat/ perlu dikembangkan sasaran dan strategi tentang:

- a. Konsolidasi kerjasa dalam SKTT ? (Kliring Lalu Lintas)?
- b. Menghilangkan praktek "BLOCKING" antar operator ?

Atau ada pemikiran/ topik yang lain yang terfikirkan oleh Saudara-saudara? Sekaligus uraian singkat sasaran dan strategi yang anda usulkan.

4. FOREIGN AND DOMESTIC INVESTMENT

LATAR BELAKANG

Kepemilikan saham (asing) dalam perusahaan penyelenggara jasa dasar telekomunikasi, yang menjadi topik penting dalam putaran Uruguay, dikendalikan oleh “*commitment*” nasional yang diajukan oleh Pemerintah Republik Indonesia kepada WTO, dan juga dalam rangka kerjasama regional dalam hubungan ASEAN (dapat berbeda dengan komitmen WTO/global). Komitmen Indonesia (disebut 1997 commitments) dalam putaran Uruguay yang berakhir di Marakesh di tahun 1994 (era pra UU 36/1999) mengutarakan komitmen bahwa partisipasi asing dalam telekomunikasi dasar - layanan tidak bergerak hanya dibolehkan melalui pola KSO, dimana mitra KSO asing tidak memiliki lebih dari 35% saham. Komitmen mengenai Jasa bergerak/ seluler dinyatakan sebagai terbuka untuk penanaman modal asing dengan batas kepemilikan asing 35%.

Karena ketetapan pemerintah dalam kebijakan penanaman modal untuk jasa “non-dasar” sudah sangat longgar., maka dengan sendirinya komitmen WTO untuk segmen jasa “non-dasar” pada dasarnya mengutip dari dan selaras dengan ketentuan BKPM.

Dalam kenyataannya Pemerintah telah membenarkan PT Indosat dimiliki 42% sahamnya oleh satu perusahaan asing (15% oleh R.I.). Disamping itu terdapat pemegang saham melalui bursa yang non-resident Indonesia. Posisi PT Telkom berbeda dimana kepemilikan saham oleh negara masih berada pada taraf 51%, sedangkan sisanya diperdagangkan di bursa. Status legalnya masih BUMN.

Kepemilikan perusahaan seluler oleh pihak luar negeri/ asing telah menjadi sangat dominan, dalam kasus tertentu melebihi 35%, melampaui komitmen formal Indonesia dalam WTO .

Ketentuan perundangan di bidang penyiaran lebih tertutup untuk kehadiran modal asing (maksimum 20%, dimiliki oleh setidaknya-tidaknya 2 perusahaan/ rechtspersoon). Diduga bahwa disana-sini ada usaha menutupi adanya perubahan dalam kepemilikan lembaga penyiaran radio dan televisi oleh para pemegang sahamnya yang melanggar peraturan perundangan yang berlaku.

Penanaman modal dalam industri pendukung ICT, termasuk production houses, perfilman, industri manufaktur peralatan ICT dikendalikan oleh BKPM/ Kementerian Perindustrian. Nampak bahwa kebijakan investasi dalam bidang perfilman adalah ketat, tidak mengizinkan distributor asing beroperasi di Indonesia.

SASARAN DAN STRATEGI

Indonesia perlu mengambil sasaran dan strategi yang relatif “konservatif”. Di bidang telekomunikasi “dasar” baik fixed maupun mobile, Indonesia tidak perlu merubah komitmennya dalam hubungan WTO, yang pada dasarnya sudah cukup liberal dan karenanya dapat menjadi “sasaran” kita untuk tahun 2015.

Strategi yang perlu dianut adalah: Pemanfaatan minat penanam modal asing dalam sektor telekomunikasi untuk pembangunan sektor ICT secara integral/ menyeluruh serta mendorong adanya peningkatan investasi modal dalam negeri.

Dalam menjalankan strategi diatas, dalam hal dimana keberadaan saham asing dalam perusahaan penyelenggara telekomunikasi/ ICT di Indonesia tetap besar, perlu ditetapkan adanya “fitur” yang lebih menguntungkan ekonomi Indonesia dari investasi asing dalam pertelekomunikasian itu. Misalnya, bahwa sumbangan untuk USO diperbesar khusus untuk pelaku bisnis dalam jasa telekomunikasi fixed dan seluler (dimana partisipasi modal asing secara absolut besar adanya).

Kebijakan lain dalam implementasi strategi diatas, adalah merangsang penggunaan *resources* pada perusahaan-perusahaan dimaksud untuk “membangun kapasitas” (*capacity building*-pengembangan SDM Indonesia) dalam ICT, serta pula adanya dana untuk melakukan berbagai riset bidang ICT. Sebagai penghargaan adanya kegiatan *capacity building* maupun kegiatan riset, maka perlu diberikan perangsang pajak, seperti fasilitas “*tax-deductable*” .

Juga dapat ditetapkan tentang penggunaan produk industri dalam negeri (*content* lokal yang signifikan). Dapat dilakukan secara “paksa” seperti sekarang terjadi dalam implementasi lisensi 3G, ataupun dengan fasilitas pajak (untuk masa tertentu, 10 tahun kedepan) baik di sisi manufaktur maupun di sisi investor/ perusahaan penyelenggara ICT.

HASIL YANG DIHARAPKAN

Hasil yang diharapkan di tahun 2015 adalah investasi modal dalam dan luar negeri tumbuh subur secara seimbang serta mendukung pembanguna ICT Indonesia secara integral, serta gairah manufaktur dalam negeri telah lahir kembali.

5. STRATEGIC INSTITUTIONAL LINKS

Saya belum menemukan butir-butir untuk topik ini. Mohon masukan-masukan. Apakah disini dapat/ perlu dikembangkan sasaran dan strategi tentang:

- c. Hubungan Kerja antara KPI dan BRTI yang lebih intensif ?
- d. Kerjasama antara regulator ICT (KPI/BRTI) dengan KPPU ?
- e. Mengembangkan Indonesian Internet Governance dengan pola “Government-Private partnership”?

Atau ada pemikiran/ topik yang lain yang terfikirkan oleh Saudara-saudara? Sekaligus uraian singkat sasaran dan strategi yang anda usulkan.