

Teknologi digital : Pendorong utama pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Alifia Nisa Maghfiroh

Program Studi Matematika, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

email: alifianisa052@gmail.com

Kata Kunci:

Teknologi digital, UMKM, Ekonomi Indonesia, Globalisasi, Transformasi

Keywords:

Digital technology, UMKM, Indonesian economy, Globalization, Transformation

ABSTRAK

Peran teknologi digital semakin penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penerapan teknologi digital telah merambah ke beberapa sektor ekonomi. Hal ini menghasilkan efisiensi dan produktivitas yang signifikan serta menciptakan lapangan kerja baru. Pertumbuhan e-commerce dan financial technology (Fintech) telah mengubah cara masyarakat berbelanja dan melakukan transaksi keuangan di Indonesia. Semakin banyak pelaku bisnis, khususnya UMKM, yang dapat menggunakan platform digital untuk memperluas jangkauan pasarnya, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Di sektor pertanian,

teknologi digital berperan penting dalam penggunaan sumber daya yang lebih efisien, seperti irigasi berbasis sensor dan pemantauan pertanian berbasis drone. Para pelaku industri kreatif dapat memanfaatkan internet dan teknologi digital lainnya untuk memasarkan karya kreatifnya ke seluruh dunia, sehingga menciptakan nilai tambah ekonomi bagi Indonesia. Sementara perkembangan teknologi digital menunjukkan potensi besar, tantangannya juga signifikan, termasuk implementasi infrastruktur teknologi Indonesia yang terdistribusi secara merata, perlindungan informasi pribadi, dan peningkatan keterampilan pekerja di bidang teknologi. Namun demikian, teknologi digital dapat terus berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan komitmen dan kerja sama dari semua pihak.

ABSTRACT

The role of digital technology as a driver of Indonesian's economic growth is increasingly important. The application of digital technology has penetrated several economic sectors. This leads to significant efficiency and productivity and creates new jobs. The growth of e-commerce and financial technology (fintech) has changed the way people shop and conduct financial transactions in Indonesian. More and more business people, especially UMKM's, can use digital platforms to expand their market reach, contributing to local economic growth. In the agricultural sector, digital technology plays an important role in more efficient use of resources, such as sensor-based irrigation and drone-based agricultural monitoring. Creative industry actors can use the Internet and other digital technologies to market their creations worldwide, creating added value for Indonesian. While the development of digital technology shows great potential, the challenges are also significant, such as implementing Indonesian's evenly distributed technology infrastructure, protecting personal information and improving the skills of technology workers. However, with the commitment and cooperation of all parties, digital technology can continue to be a key driver of Indonesian's economic growth.

Pendahuluan

Di era globalisasi dan digitalisasi ini, teknologi digital menjadi salah satu kekuatan yang paling berpengaruh bagi perubahan dan pertumbuhan ekonomi di berbagai



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

negara. Dengan jumlah penduduk yang besar, negara Indonesia yang dijuluki negara berkembang memiliki potensi ekonomi yang kuat dimana tidak dapat mengabaikan peran penting teknologi digital dalam mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Revolusi teknologi digital telah menciptakan peluang baru, melintasi batas geografis dan memperkuat sektor ekonomi Indonesia, membuka jalan bagi pertumbuhan inovasi dan produktivitas.

Dalam artikel ini, akan dieksplorasi peran teknologi digital sebagai faktor kunci dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia secara deskriptif (Harini & Kusumawati, 2007; Turmudi & Harini, 2008). Eksplorasi tersebut yaitu bagaimana teknologi digital telah menciptakan perubahan signifikan di berbagai sektor yang telah memasuki bisnis, industri, dan masyarakat pada umumnya. Selain itu, akan dipetakan peluang dan tantangan implementasi teknologi digital yang efektif untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Transformasi Digital: Perubahan Paradigma Dalam Perekonomian

Perkembangan teknologi digital telah mengguncang fondasi tradisional perekonomian Indonesia. Revolusi teknologi telah mengubah cara kita memproduksi, berkomunikasi, berbisnis, dan berinteraksi dalam masyarakat (Rozi, 2017). Perubahan ini membuka jalan bagi efisiensi dan efektivitas yang lebih baik ke pasar global. Bagian ini mengeksplorasi bagaimana transformasi digital telah mengubah lanskap ekonomi Indonesia.

Potensi Ekonomi Digital Indonesia: Peluang Menjanjikan

Indonesia sebagai negara jumlah pengguna internet yang besar, Indonesia memiliki peluang yang baik untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui ekonomi digital. Di bagian ini, akan dieksplorasi peluang dalam ekonomi digital, seperti e-commerce, fintech, startup, dan industri kreatif. Potensi tersebut merupakan asset berharga agar Indonesia dapat mencapai perkembangan ekonomi yang berkelanjutan.

Tantangan dalam Mengadopsi Teknologi Digital: Jalan Menuju Kedewasaan Digital

Meski peluangnya besar, mengadopsi teknologi digital di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan. Faktor-faktor seperti infrastruktur yang terbatas, akses teknologi yang tidak merata, keamanan dunia maya, dan keterampilan digital menghalangi terwujudnya potensi penuh teknologi digital. Bagian ini membahas tantangan-tantangan dan mengeksplorasi solusi untuk mengatasi hambatan penerapan teknologi digital secara efektif.

Meningkatnya Daya Saing Global: Membangun Ekosistem Digital yang Kompetitif

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan membutuhkan peningkatan daya saing di pasar dunia. Bagian ini membahas bagaimana teknologi digital dapat berperan penting dalam meningkatkan daya saing Indonesia di pasar internasional. Inisiatif seperti membangun smart city, pengembangan sumber daya manusia digital dan kolaborasi publik-swasta menjadi fokus utama dalam membentuk ekosistem digital yang kompetitif.

Pembahasan

Peran Transformasi Digital dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Transformasi digital telah menjadi kekuatan pendorong yang tak terbantahkan di belakang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Di tengah revolusi teknologi yang sedang berlangsung, Indonesia menjadi pionir dalam mengadopsi dan memanfaatkan inovasi digital untuk menjawab tantangan dan peluang pasar global. Di era yang semakin terhubung secara digital, peran transformasi digital dalam perekonomian Indonesia menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing, menciptakan lapangan kerja dan menciptakan lingkungan bisnis yang inovatif dan inklusif. Seiring percepatan transformasi digital, Indonesia siap untuk bergerak maju dan menjadi salah satu ekonomi digital terdepan di dunia.

I. Definisi dan Makna Transformasi Digital dalam Konteks Ekonomi

Transformasi digital dipandang sebagai solusi untuk meningkatkan perkembangan industri halal di Indonesia. Selama dua dekade terakhir, pertumbuhan ekonomi dunia telah meningkat secara signifikan. Sama dengan kondisi ekonomi dan keuangan Islam di Indonesia. Indonesia memiliki jumlah penduduk sebesar 237,6 juta jiwa, dan 207 orang beragama Islam atau sekitar 87 persen. Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dan memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk industri halal global.

Transformasi digital adalah penggunaan teknologi digital guna meningkatkan layanan dalam operasi bisnis dengan mengubah layanan dari proses manual ke digital atau dengan mengganti teknologi lama dengan teknologi yang lebih baru (Mulyanto, 2020). Solusi digital mengarah pada otomatisasi yang efisien serta inovasi dan kreativitas baru. Organisasi dituntut oleh transformasi digital untuk merubah banyak hal yang dirasa profesional (Yazid dkk., 2022).

Semua pengusaha setuju bahwa manajemen bisnis dan jaringan merupakan bagian penting dari kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis saat ini. Terkait kemampuan untuk berubah, sebagian besar pengusaha menekankan pentingnya jaringan yang luas untuk pertumbuhan bisnis. Usaha kecil memiliki keuntungan bergabung dengan bisnis lain atau lembaga terkait untuk menawarkan sesuatu yang baru. Kerjasama dengan pengusaha lain atau lembaga serupa merupakan ide yang unik di Indonesia dan pertanda baik bagi kewirausahaan (Nur Aisyah & Hermawan, 2022).

II. Dampak Transformasi Digital dan Dampak Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Kondisi ekonomi global penuh ketidakpastian mulai dari guncangan akibat pandemi covid-19 hingga pecahnya perang di Ukraina. Dalam situasi ekonomi yang tidak pasti, harus dihadapi dengan cerdas, yang mana hanya strategi standar saja tidak cukup, tetapi strategi cerdas untuk menghadapi situasi yang tidak normal. Tidak disarankan memakai yang biasa saja karena kondisinya yang tidak normal, perlu gaya seperti Abu Nawas atau kancil. Pemikiran ekonomi pada tingkat makro atau mikro diperlukan untuk menemukan solusi ekonomi saat ini. Instrumen seperti kebijakan fiskal dan moneter tidak dapat diintervensi karena keadaan yang tidak biasa. Karena geopolitik sangat tidak jelas.

Jika melihat peran dan potensi UKM pada tahun 2022 adalah kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Maka sangat mungkin untuk dibuat produk sumber daya alam yang penting untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Di era transformasi digital ini, banyak potensi bisnis yang bisa dikembangkan sesuai dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pelaku UMKM dapat memulihkan perekonomian negara.

Di sisi lain, pemerintah aktif dan menyatakan komitmennya untuk terus membantu meningkatkan UMKM yang berkelanjutan, berkembang, dan tumbuh untuk menghadapi perubahan ekonomi yang tidak menentu melalui Program Stimulus Ekonomi Nasional (PEN). Padahal, peran UMKM menunjukkan daya saing produk UMKM tinggi untuk memasuki rantai nilai global. Kapasitas UMKM memberdayakan perusahaan untuk berinovasi melalui program-program strategis. Beberapa langkah untuk menumbuhkan kategori ini antara lain peningkatan akses pasar baik di dalam negeri maupun luar negeri, peningkatan daya saing produk dan layanan melalui peningkatan kapasitas dan kualitas (Khasanah, 2023).

Dalam hal ini, meningkatkan jumlah pengusaha UMKM merupakan strategi yang efektif agar dapat menciptakan lapangan kerja baru, dan juga mengurangi kemiskinan, yang pada dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan.

III. Studi Kasus: Penggunaan Transformasi Digital Untuk Pertumbuhan Ekonomi

Transformasi digital tidak hanya memengaruhi tujuan profitabilitas organisasi di lingkungan yang terus berkembang kompetitif, tetapi juga mempengaruhi keberlanjutan bisnis, misalnya menyadari pemanasan global dan dampak bisnis terhadap polusi.

Studi kasus pertama dilakukan dengan PT Wardah, produsen kosmetik halal yang mencoba menerapkan digitalisasi di hampir semua unit bisnis atau ke industrinya. Transformasi digital juga diterapkan di semua tahapan mulai dari departemen R&D hingga pengiriman barang kepada pelanggan departemen pelayanan. Tidak hanya untuk industri besar agar kita bisa bertahan secara finansial dan memenuhi kebutuhan konsumen di level usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM mengubah cara digitalisasi tradisional. Beberapa UMKM telah beralih ke strategi pemasaran dan pembayaran digital seperti UKM Makanan (Nyablak), jasa reparasi (Tunggal Jaya Motor) dan toko fashion Islami (RienShop) (Yazid dkk., 2022).

Studi kasus lainnya adalah di Desa Tumpang, Kabupaten Blitar. Desa Tumpang adalah pusat peternakan sapi, perkebunan dan pendidikan pertanian di Indonesia. BUMDes Selo Angon selaku kepala Balai Latihan Perkebunan dan Peternakan Makmur mengajak inovasi dan pendampingan teknologi melalui media sosial untuk mensosialisasikan masyarakat secara luas. Masyarakat yang datang untuk belajar beternak bisa mendatangkan penghasilan bagi masyarakat desa Tumpang. Penduduk desa Tumpang menawarkan rumah untuk hidup, serta pusat makanan dan souvenir khusus. Pemetaan tersebut kemudian menimbulkan kendala dalam dunia usaha yaitu melimpahnya persediaan produksi. Jadi langkah yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut yaitu dengan pemasaran online. Pemasaran internet atau perdagangan elektronik (e-commerce) menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer atau

pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. E-commerce adalah jenis bisnis yang memproses transaksi jual beli secara online tanpa kehadiran penjual dan pembeli. Aturan untuk e-commerce adalah sebagai berikut (Padil dkk., 2021):

1. E-commerce melibatkan lebih dari satu bisnis dan dapat diterapkan pada hampir semua hubungan bisnis.
2. Perdagangan elektronik memungkinkan penjualan produk dan layanan di Internet.

Oleh karena itu, penggunaan e-commerce dalam pendistribusian produk yang timbul dari kegiatan usaha BUMDes Selo Angon Makmur tepat dilakukan.

Pemanfaatan e-commerce untuk mengembangkan dan memasarkan hasil usaha di BUMDes Selo Angon Makmur memerlukan pelatihan dan pendampingan agar mampu bersaing di berbagai bidang dan menembus pasar online. Perdagangan elektronik (e-commerce) digunakan sebagai istilah baru yang dapat digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa di World Wide Web Internet/www. Pelatihan pemasaran online dilakukan dengan tujuan agar pendistribusian hasil usaha BUMDes Selo Angon Makmur kepada konsumen menjadi lebih mudah, cepat dan aman serta sesuai dengan protokol Kesehatan.

Potensi Ekonomi Digital di Indonesia

Dengan jumlah penduduk yang besar, sumber daya alam yang melimpah dan letak yang strategis, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat menjanjikan. Negara kepulauan ini menjadi sorotan dunia sebagai salah satu pasar dengan pertumbuhan tercepat. Dukungan pemerintah yang berkelanjutan untuk perbaikan infrastruktur, stabilitas ekonomi yang relatif kuat, dan kewirausahaan warganya semakin memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu kekuatan ekonomi terpenting di Asia Tenggara. Dengan peluang ekonomi yang berkembang di berbagai sektor, Indonesia menawarkan prospek yang menarik bagi investor, pengusaha, dan inovator untuk berkontribusi pada potensi ekonomi yang lebih besar. Bab ini mengkaji lebih jauh potensi ekonomi Indonesia dan faktor-faktor yang menjadi daya tarik pembangunan ekonomi berkelanjutan di masa depan.

I. *Pertumbuhan Pengguna Internet dan Calon Konsumen Online*

Perkembangan teknologi informasi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat, salah satunya adalah teknologi handphone. Ponsel bukan lagi barang mewah tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok setiap orang saat ini. Teknologi ponsel mengalami perkembangan yang signifikan sejak ditemukan oleh Martin Cooper sekitar tahun 1973. Seperti yang dijelaskan dalam majalah time, 50 perangkat menjadi bagian dari gaya hidup yang mempengaruhi kehidupan manusia, khususnya teknologi pintar. Dalam kehidupan sehari-hari selalu ada hubungan timbal balik yang tidak dapat dipisahkan dari adanya suatu citra dan pandangan hidup. Citra kemudian menjadi bahasa komunikasi sosial dalam masyarakat konsumen di mana telah tercipta klasifikasi dan perbedaan sosial berdasarkan kelas, status dan selera. Pada saat yang sama, citra merek yang unik, kuat, dan diinginkan mengangkatnya ke posisi strategis dalam ingatan konsumen dan meningkatkan nilai merek tersebut. Saat ini, konsumen dihadapkan pada

merek ponsel yang berbeda. Merek mewakili karakteristik dari produk itu sendiri. Sebuah merek bekerja untuk mengidentifikasi produk dari konsumen dan membedakan produk serupa. Oleh karena itu, perusahaan berjuang untuk menciptakan merek karena percaya bahwa merek dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan mereka yang sebaliknya memiliki ekuitas merek.

Cara hidup modern adalah kumpulan kebiasaan, minat, pandangan dan tanggapan terhadap kehidupan yang menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka menghabiskan uang mereka dan bagaimana mereka menemukan waktu untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan orang lain sesuai dengan tuntutan zaman. Gaya hidup manusia modern memiliki delapan bentuk, yaitu (Fuadi & Slamet, 2016):

- a) Menjadikan “status” sebagai sesuatu yang penting.
- b) Mobilitas yang tinggi
- c) Bercengkrama di tempat-tempat tertentu.
- d) Lunch, Golf, Diner (LGD) untuk lobi.
- e) Pernikahan agung.
- f) Wisuda.
- g) Gaya hidup instan.
- h) Gaya hidup dengan teknologi dan komunikasi.

Pengembangan bisnis menggunakan aplikasi web kompatibel dengan manajemen teknologi. Berbagai event/bisnis yang menggunakan aplikasi web juga berkembang pesat. Persaingan perusahaan yang menggunakan layanan online sangat ketat. Setiap perusahaan memenangkan persaingan dengan menerapkan strategi sesuai dengan keahlian dan kemampuan intinya (core competence) sehingga memiliki daya saing terkuat yang dapat menempatkan perusahaan pada posisi keunggulan bersaing (market advantage). Seperti produk yang lebih baik, pengenalan merek yang kuat, teknologi yang lebih maju, dan layanan pelanggan yang lebih baik. Kekuatan ini bisa tumbuh perlahan dari dalam atau kerjasama dengan mitra berpengalaman untuk meningkatkan daya saing. Kompetisi inti dan perbandingan adalah strategi yang harus diterapkan agar bisnis dapat bertahan.

Ada lima kekuatan kompetitif yang mempengaruhi keberadaan perusahaan untuk tetap lebih baik. Ini adalah hambatan yang disebabkan oleh pendatang baru, hambatan substitusi, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok dan persaingan konstan. Untuk mengalahkan pesaing, seseorang harus menggunakan strategi kekuatan internal dan mengeksploitasi kelemahan pesaing. Strategi ini meliputi diferensiasi, efisiensi tinggi, respons cepat terhadap pasar, inovasi berkelanjutan, dan memberdayakan staf dengan teknologi untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan istimewa sehingga pembeli bersedia membayar lebih (Khusnudin & Alim, 2016).

II. Industri Kreatif dan Teknologi Digital: Pembatasan Ekspor Produk Lokal

Di sektor makanan halal, Indonesia berada di peringkat keempat, yang berarti naik sekitar delapan peringkat dibandingkan peringkat sebelumnya. Padahal sektor fashion Islami berada di urutan ketiga.

Halal dapat didefinisikan sebagai standar kualitas yang sesuai dengan hukum syariah Islam dan digunakan dalam semua kegiatan Islam. Muslim memilih produk dan layanan halal untuk mematuhi hukum syariah Islam. Meski halal sangat erat kaitannya dengan umat Islam, bukan berarti hanya umat Islam saja yang menjadi konsumen produk halal. Jumlah minoritas konsumen produk halal dari negara muslim telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satunya adalah Rusia yang menempati urutan ke-9 dunia sebagai konsumen makanan halal, mencapai 37 miliar dolar pada tahun 2015 (State of the Global Islamic Economy, 2016/2017). Kualitas produk halal atau yang biasa dikenal dengan Halalan Thoyyiban menjadi alasan mengapa non muslim menggunakan produk tersebut. Halal, karena kemurnian, keamanan dan kualitas produk terjamin sepanjang rantai produksi (dari peternakan hingga ke piring).

Industri halal berkembang pesat di beberapa sektor, yaitu: makanan halal, keuangan, pariwisata, fashion, kosmetik dan farmasi, media dan hiburan, serta sektor lain seperti Kesehatan dan pendidikan. Laporan Thomson Reuters State of the Global Islamic Economy 2016/2017 menunjukkan total pendapatan yang diperoleh masing-masing sektor pada tahun 2015. Salah satu agenda pemangku kepentingan ekonomi syariah Indonesia mendorong kemandirian dan menjadikan dunia sebagai pusat ekonomi syariah adalah penggunaan dan penguatan platform keuangan digital dalam bisnis (e-commerce, marketplace) dan keuangan (fintech). Digitalisasi dan platform juga dapat memperkuat beberapa tujuan atau strategi sekaligus, termasuk UMKM, rantai nilai halal, dan pencapaian produksi dan peringkat dalam laporan global (Yazid dkk., 2022).

Tantangan dan Hambatan dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Pertumbuhan Ekonomi

Di era teknologi digital saat ini, pemanfaatan teknologi ini sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan. Meski potensinya besar, namun tantangan dan kendala dalam mengoptimalkan teknologi digital tidak bisa diabaikan begitu saja. Dari infrastruktur yang terbatas hingga akses teknologi yang tidak merata hingga kompleksitas masalah keamanan dunia maya, ini semua merupakan tantangan bagi keberhasilan penggunaan teknologi digital untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam bab ini, akan dieksplorasi berbagai tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengadopsi teknologi digital dan menguraikan strategi untuk mengatasi hambatan tersebut guna menciptakan ekosistem digital yang kompetitif dan inklusif untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

I. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi dan Jaringan Internet

Teknologi Informasi (TI) dan komunikasi, atau ICT (Information Communication Technology), memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat dan organisasi di

abad ke-21 sebagai alat penggerak ekonomi digital. John Naisbett dan Abudene mermalkan situasi ini dalam buku mereka “Megatrends 2000” bahwa abad ke-21 adalah masyarakat ditandai dengan ekonomi dunia digital yang didukung oleh teknologi canggih. Situasi memaksa semua jenis organisasi untuk menggunakan TIK untuk mendukung operasi dan strategi. TI adalah teknologi yang terkait dengan entri elektronik, penyimpanan, pemrosesan, produksi, dan pengambilan informasi. TIK, di sisi lain, mengacu pada definisi TI dan teknologi komunikasi dan bidang komunikasi yang mencakup internet dan elektronik konsumen seperti ponsel dan asisten digital pribadi. Secara fundamental dan teknis implementasi TIK memiliki kemiripan dengan implementasi organisasi lain. Berdasarkan penilaian, ada beberapa pengamatan.

Pendekatan strategis teknik diperlukan karena, pertama, aplikasi sistem yang ada tidak terintegrasi antara satu sumber data dengan sumber data lainnya. Tidak ada sumber informasi dalam satu lembaga yang tidak berkaitan satu sama lain. Jika sumber data tidak terintegrasi maka timbul masalah yaitu adanya duplikasi arsip pada instansi yang sama. Sehingga hal ini menimbulkan banyak masalah dan pada gilirannya berdampak pada lambatnya proses pengambilan keputusan dan lambatnya pelayanan bagi para pemangku kepentingan (Slamet, 2009). Karena karakteristik TIK, setiap aplikasi harus terintegrasi dengan aplikasi lain ke dalam satu platform. Sehingga akan ada model layanan dengan sistem single window.

II. Ancaman Terkait Penggunaan Teknologi Digital

Ekosistem kewirausahaan telah memengaruhi banyak usaha kecil, terutama selama pandemi Covid-19, karena sulit bertahan di ekonomi baru. Namun pada masa krisis tersebut, digitalisasi tidak hanya menjadi ancaman namun juga sebagai peluang solusi (Minai dkk., 2021). Peran pengusaha dalam mendukung industri lokal dalam perekonomian di masa-masa sulit. Bukti terbaru menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis dapat menopang bisnis di lingkungan yang selalu berubah. Padahal, penyebaran kapabilitas dinamis merupakan strategi untuk pengembangan perusahaan yang berkelanjutan. Properti dinamis mengacu pada teori Tampilan Properti Dinamis (DCV). Kemampuan dinamis pengamatan Teece (2012) didasarkan pada pengetahuan dan kemampuan pengusaha untuk menghasilkan produk baru dan merespon dengan baik kondisi pasar yang berubah. Tidak ada penelitian sebelumnya yang meramalkan perubahan pasar dan kondisi kehidupan saat ini (Nur Aisyah & Hermawan, 2022).

Fondasi kapabilitas dinamis mengacu pada tiga bidang aktivitas penting: deteksi, penangkapan, dan transformasi. Kapabilitas dinamis berfokus pada perusahaan yang merespons keadaan yang berubah dan menyesuaikan sumber daya yang ada dalam lingkungan yang berubah. Ini membutuhkan kemampuan untuk mengantisipasi peluang dan mengatasinya dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Perusahaan telah membuka cara baru dalam berbisnis dengan bantuan teknologi digital. Agar perusahaan tetap bertahan, seseorang harus menyesuaikan sumber daya yang ada dan jika perlu, membuat sumber daya baru.

III. Keterampilan dan Kesiapan Sumber Daya Manusia Menghadapi Era Digital

Kebutuhan konsumen telah berubah dengan pembatasan global. Sebagian besar usaha kecil telah beralih ke jual beli online. Kekuatan teknologi digital dan bisnis online

telah tumbuh lebih cepat, dan para pengusaha memanfaatkan platform digital secara ekstensif sebagai strategi pemasaran. Ini adalah beberapa solusi yang telah dibuat oleh perusahaan untuk menghadapi konsekuensi dari pandemi ini. Perusahaan juga telah mempelajari pentingnya mengembalikan pelanggan. Pelanggan yang kembali setia adalah orang terbaik untuk mendapatkan informasi.

Ketangkasan bisnis membantu perusahaan merespons perubahan internal dan eksternal secara efektif. Persyaratan yang telah berubah membutuhkan kemampuan untuk mengelola perubahan tanpa mempengaruhi kualitas produk. Seperti yang telah ditunjukkan oleh banyak penelitian, banyak perusahaan dan industri mapan mendapat manfaat dari digitalisasi. Teknologi muncul sebagai sumber daya penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan. Ini karena tampaknya tidak pasti dan akan diperpanjang untuk jangka waktu yang lebih lama. Sejauh ini, pandemi kesehatan ini terbukti tidak menentu dan akan menimbulkan resesi panjang bagi sektor ekonomi.

Kemampuan dinamis yang diterapkan oleh UMKM membentuk bisnis dan menciptakan model bisnis yang efisien dengan adopsi teknologi. Kekuatan teknologi dan dampaknya terhadap dunia telah membuat bisnis tetap hidup di ruang fisik. UMKM membutuhkan kemampuan dinamis untuk bertahan dalam perubahan ekonomi (Khasanah, 2023). Perubahan itu penting, selain berbagai masa sulit, penting bagi UMKM untuk menekankan inovasi dan kreativitas. Seperti inovasi dan kreativitas dalam produk/layanan, pemasaran dan saluran distribusi.

Strategi dan Langkah Memaksimalkan Potensi Teknologi Digital Untuk Pertumbuhan Ekonomi

Di era digital yang terus berkembang, strategi dan langkah-langkah untuk memaksimalkan potensi teknologi digital sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Indonesia memiliki pasar ekonomi yang besar, dan sebagai negara dengan persaingan yang semakin ketat, terdapat peluang besar untuk menggunakan teknologi digital sebagai penggerak utama Pembangunan ekonomi. Mulai dari investasi infrastruktur teknologi hingga peningkatan literasi digital masyarakat, setiap langkah merupakan bagian dari fondasi kuat yang akan membantu kita sukses di era digital ini.

Pemberdayaan UMKM dapat dijadikan langkah strategis untuk meningkatkan produktivitas dan memajukan serta mengembangkan sektor UMKM itu sendiri. Selain peningkatan produksi, banyak upaya pemberdayaan UMKM juga perlu memperluas pemasaran produk, karena umumnya UMKM Indonesia sulit berkembang, salah satunya karena terbatasnya cakupan pemasaran. Digital marketing, salah satu bentuk strategi pemasaran bertujuan untuk mempromosikan suatu produk agar sampai kepada konsumen dengan cepat dan akurat. Saat ini, banyak UMKM di Indonesia yang tidak menggunakan digital marketing sebagai alat pemasaran. Faktanya di era sekarang ini banyak transaksi jual beli yang menggunakan digital marketing karena dirasa lebih memudahkan baik konsumen maupun penjualnya. Penjual dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan konsumen dapat membandingkan harga antar penjual. UMKM memiliki koneksi internet dengan media sosial dapat mengembangkan e-commerce

mereka dan memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan bisnis yang signifikan, kesempatan kerja, inovasi dan daya saing (Aslamatis Solekah dkk., 2023).

Keadaan globalisasi ekonomi telah menyebabkan banyak masalah dalam perekonomian negara. Krisis keuangan yang berujung pada krisis ekonomi, menjadi bagian dari perjalanan ekonomi berdasarkan pendekatan ekonomi neoklasik, yang situasinya menimbulkan masalah serius di negara berkembang, yaitu kemiskinan. Kemiskinan ini membuat sulit untuk mencapai kemakmuran finansial dalam hidup. Hal ini menunjukkan bahwa sarana kesejahteraan tradisional bukanlah satu-satunya sarana kesejahteraan ekonomi. Ekonomi kesejahteraan tradisional hanya menekankan kesejahteraan material, spiritual dan moral. Konsep ekonomi kesejahteraan syariah tidak hanya didasarkan pada perwujudan nilai ekonomi, tetapi juga nilai moral dan spiritual, nilai sosial dan nilai politik Islam. Dengan demikian, ekonomi kerakyatan syariah memiliki konsep yang lebih komprehensif (Anggraini & Lamies, 2016).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Artikel ini mengkaji peran teknologi digital sebagai faktor kunci dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, memungkinkan inovasi dan pertumbuhan produktivitas. Indonesia memiliki potensi ekonomi yang kuat, terutama di ekonomi digital seperti e-commerce, fintech, startup, dan industri kreatif. Namun, terdapat beberapa tantangan yang harus diatasi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, keamanan siber, dan kesiapan sumber daya manusia untuk menggunakan teknologi digital. Dengan mengatasi tantangan tersebut dan menggunakan strategi yang tepat, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama ekonomi digital global dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

Saran

1. Investasi infrastruktur teknologi: Pemerintah harus mengalokasikan dana untuk meningkatkan infrastruktur teknologi dan jaringan internet di seluruh negeri. Ini akan memperluas jangkauan teknologi digital ke daerah-daerah terpencil dan mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor.
2. Mendukung UMKM: UMKM adalah tulang punggung perekonomian Indonesia. Pemerintah harus memberikan dukungan dan intensif khusus untuk membantu UMKM menggunakan teknologi digital dan mengembangkan e-commerce mereka. Dengan cara ini, UMKM dapat memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya saing mereka.
3. Keamanan siber: Upaya peningkatan keamanan siber harus menjadi prioritas. Bisnis dan pemerintah harus bekerja sama untuk melindungi data pribadi dan mengamankan belanja online sehingga masyarakat merasa aman menggunakan teknologi digital.

Daftar Pustaka

- Anggraini, R., & Lamies, F. (2016). Ekonomi santri sebuah rekonstruksi kesejahteraan ekonomi. *International Conference on Islamic Economics and Business*, 403–404. <http://repository.uin-malang.ac.id/2160/>
- Aslamatis Solekah, N. S., Aunur Rofiq, M. H., Ag, M., Fatkhur Rozi, M., & Ditya Permatasari, M. (2023). Strategi pemasaran produk umkm melalui penerapan digital marketing rumah singgah UMKM BTKI sempulur. <http://repository.uin-malang.ac.id/15274/>
- Fuadi, M. F., & Slamet. (2016). Analisis pengaruh ekuitas merek handphone terhadap gaya hidup modern di kota malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/2160/>
- Harini, S., & Kusumawati, R. (2007). Metode Statistika. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Khasanah, U. (2023). UMKM Pasca Covid, Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 267–268. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4597>
- Khusnudin, & Alim, S. (2016). Bisnis Online dalam Kajian Maqashid al-Syari'ah. *International Conference On Islamic Economics and Business*, 422–423. <http://repository.uin-malang.ac.id/2160/>
- Minai, M. S., Raza, S., & Segaf, S. (2021). Post COVID-19: Strategic digital entrepreneurship in Malaysia. Dalam *Modeling economic growth in contemporary Malaysia* (hlm. 71–79). Emerald Publishing Limited. <http://repository.uin-malang.ac.id/11165/>
- Mulyanto, A. D. (2020). Pemanfaatan Bot Telegram Untuk Media Informasi Penelitian. *Jurnal MATICS Volume*, 12(1).
- Nur Aisyah, E., & Hermawan, A. (2022). Analisis Kemampuan Dinamis dalam Kelangsungan Hidup Usaha Kecil di Ekosistem Kewirausahaan selama Covid-19 (Vol. 18, Nomor 2). <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi>
- Padil, M., Miftahusyai, M., & Puji Mulyoto, G. (2021). Pendampingan Pemasaran Digital Hasil Usaha Badan Usaha Milik Desa “Selo Angon Makmur” dalam Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19. 05, 250–267. <http://repository.uin-malang.ac.id/10624/>
- Rozi, M. F. (2017). Penerapan electronic word of mouth (eWOM) dan prinsip komunikasi dalam Islam. *Iqtishoduna*, 13(1), 11–21. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4480>
- Slamet, M. (2009). Strategi mengembangkan teknologi informasi & komunikasi di perguruan. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI)*, 1–4. <http://repository.uin-malang.ac.id/437/>
- Turmudi, T., & Harini, S. (2008). Metode statistika: Pendekatan teoritis dan aplikatif. 298.
- Yazid, A. A., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Transformasi Digital Dan Industri Halal Pada UMKM Kabupaten Banyuwangi. <http://repository.uin-malang.ac.id/12794/>