

# Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital

Nina Rahayu<sup>1</sup>, Ign Agus Supriyono<sup>2</sup>, Eki Mulyawan<sup>3</sup>, Farhan Nurfadhillah<sup>4</sup>, Dasba Rio Yulianto<sup>5</sup>, Ahmad Zulikur Ramadhan<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia

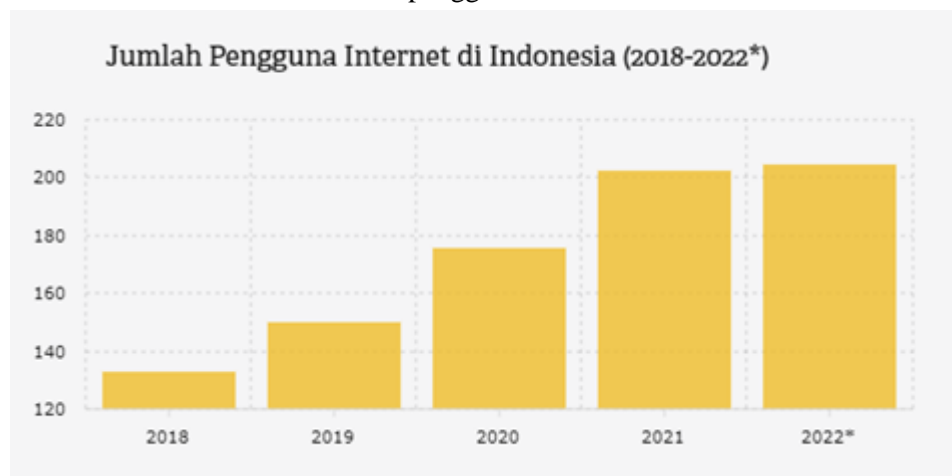
## Abstrak

Di era revolusioner kita saat ini, ekonomi digital merupakan proyeksi talenta baru yang dapat menginspirasi daya saing. Ekonomi digital saat ini sedang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Pada awal tahun 2021, pengguna internet di Indonesia akan mencapai 204,7 juta, meningkat 8 juta dibandingkan Januari 2020. Apalagi saat pandemi COVID-19 mengubah cara kerja layanan dan perilaku konsumen. Pelaku ekonomi harus berinovasi untuk menyelaraskan kebiasaan konsumen baru, dari model jual beli tradisional hingga e-commerce. Asosiasi E-Commerce Indonesia menemukan, hingga Maret 2021, jumlah UMKM yang terdaftar di berbagai pasar mencapai kisaran 5,8 juta. Jumlah itu meningkat menjadi 4,8 juta sejak akhir 2020. Namun, semakin jelas bahwa digitalisasi yang sedang berlangsung tidak hanya menguntungkan pelaku ekonomi yang dapat berkembang dengan kemajuan teknologi, tetapi juga menciptakan kesenjangan bagi mereka yang tidak dapat mengikutinya. Penelitian ini merupakan studi pustaka dan merupakan hasil pemikiran peneliti. Jenis data menggunakan data sekunder dengan pendekatan kualitatif. Manfaat yang diperoleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia antara lain peningkatan pangsa pasar, penyederhanaan transaksi, peningkatan produksi, penyederhanaan pembayaran, dan diversifikasi promosi.

**Kata Kunci:** Ekonomi Digital, Ekonomi Kreatif, UMKM, Industri Kreatif

## 1. Pendahuluan

Teknologi baru berkembang pesat setiap tahun, menyiapkan panggung untuk revolusi 4.0 saat ini. Ini adalah proses panjang pembangunan ekonomi dan industri [1]. Meningkatnya peran teknologi digital, termasuk Internet of Things, Big Data, kecerdasan buatan, antarmuka manusia-mesin, robotika dan sensor, mengubah perilaku dan gaya hidup orang, orang, dan individu. Pengenalan teknologi baru mempengaruhi hampir semua sektor ekonomi tanpa kecuali dan menandai dimulainya revolusi industri baru. Ekonomi digital saat ini sedang berkembang di seluruh dunia, termasuk Indonesia, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna internet.



**Gambar 1. Tingkat Pengguna Internet di Indonesia**

Pada awal tahun 2021, pengguna internet Indonesia akan mencapai 204,7 juta. Jumlah ini meningkat 8 juta orang dibandingkan Januari 2020 [2]. Jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 274,9 juta orang. Artinya, penggunaan internet di Indonesia akan mencapai 73,7% pada awal tahun 2021. Ekonomi digital sendiri menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan transaksi ekonomi yang meluas dan sederhana

melalui penggunaan layanan Internet sebagai sarana komunikasi dan kolaborasi antara individu dan perusahaan. Di era 4.0 saat ini, persaingan Perekonomian diciptakan oleh persaingan antara perusahaan besar dan kecil, perusahaan besar sering mendominasi pasar, yang dengan sendirinya merupakan inovasi bagi sebagian konsumen yang sebaliknya akan menjadi tidak kompetitif. Ukuran dan cakupan perusahaan tidak menjamin kelangsungan hidup, tetapi kelincahan, pendidikan, dan pengetahuan tentang teknologi game adalah kunci untuk pertumbuhannya yang cepat. Dunia digital memiliki dampak besar pada transformasi ekonomi kita [3]. Bahkan naik turunnya sebuah perusahaan ditentukan oleh kemampuannya untuk membaca pasar digital dengan cara berbasis data. Contoh sederhana: Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kita bisa bersaing jika cerdas dan beradaptasi dengan dunia digital. Setidaknya pemasaran dan periklanan dilakukan secara online. Jika tidak, atau jika UMKM dan perusahaan terus memasarkan dengan cara tradisional, penjualan mungkin akan hilang atau berkurang [4]. Apalagi di masa pandemi COVID-19 yang dialami banyak negara, proses pelayanan dan jalur konsumsi berubah. Di beberapa negara, pemberlakuan karantina wilayah (lockdown) dan social distancing memaksa para pelaku ekonomi untuk berinovasi menyelaraskan kebiasaan konsumsi baru dengan negara lain dengan model jual beli tradisional seperti e-commerce. Menurut pernyataan Asosiasi E-Commerce Indonesia, jumlah anggota UMKM dari berbagai pasar mencapai 4,8 juta pada Maret 2021. Jumlah ini akan meningkat sebesar 3,8 juta orang pada akhir tahun 2020. Hal ini sejalan dengan temuan survei yang menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan di Indonesia pada kuartal pertama tahun 2020, di mana pandemi COVID-19 dimulai. kuartal 38% lebih lanjut. hingga awal 2021 [5]. Faktor utama peningkatan persentase terus menerus adalah untuk kenyamanan dan dapat dilakukan dalam waktu 24 jam. Namun, ternyata ekonomi digital dapat menciptakan ketimpangan bagi sebagian kelompok masyarakat yang tidak dapat mengikuti perkembangan digital untuk berkembang dan bagi sebagian kelompok yang tidak dapat menyebabkan bencana bisnis [6].

Banyak anak muda saat ini ingin bekerja di perusahaan yang menggunakan teknologi digital. Banyak dari mereka telah berhasil membangun berbagai bisnis berbasis digital seperti hotel, fashion, influencer, dan YouTuber, yang terus tumbuh kuat. Hal ini tidak lepas dari kejelian Anda dengan menjelajahi jejaring sosial seperti Facebook, Instagram dan YouTube yang sedang populer saat ini [7]. Digitalisasi sangat memudahkan pengusaha untuk merek dan memasarkan produknya. Di masa lalu, pengusaha berjuang untuk menemukan pemasok, tetapi saat ini hampir semua produk yang mereka butuhkan dapat dengan mudah ditemukan di platform perdagangan digital [8]. Dengan latar belakang tersebut, artikel ini mencoba menganalisis tantangan transformasi digital bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Berbagai kajian tentang tantangan ekonomi digital perekonomian Indonesia antara lain Nidya Waras Sayekti (2018) dengan penelitian menunjukkan bahwa hanya 7,5 persen dari total pengguna layanan internet yang menggunakan internet untuk transaksi elektronik meninggal dunia. Penyebabnya adalah kurangnya respon terhadap cybercrime sebagai alasan ketidakpercayaan masyarakat terhadap keamanan data pribadi [9]. Selain itu, pemerintah masih belum memiliki kebijakan yang mampu beradaptasi dengan pesatnya perkembangan ekonomi digital [10].

Suharyono Soemarwoto (2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi digital menuntut pemerintah memperhatikan penyusunan regulasi yang mengutamakan kepentingan nasional, MMS (Mobile Satellite System) mengembangkan, take action untuk mengembangkan konektivitas jaringan dan memelihara konektivitas negara [11]. Keamanan internet. Sebagian besar platform komputer yang dikembangkan masih dikuasai oleh perusahaan asing. Di sisi lain, dari sisi finansial, para pelaku industri kreatif digital (Internet) tidak hanya dibatasi oleh jaringan, tetapi juga masalah finansial. Mereka kesulitan mengakses bank untuk modal kerja karena peraturan tidak memberi mereka pilihan. Peningkatan transaksi ekonomi digital membutuhkan optimalisasi kreativitas dalam penggunaan jejaring sosial. Ekonomi digital memiliki potensi besar untuk mendukung bisnis berbasis syariah dan perbankan syariah, serta akan mampu menyelesaikan beberapa masalah umum pada tataran teknis praktis. Dengan kata lain, pengguna ekonomi digital harus mengedepankan prinsip kepercayaan dan integritas [12]. Terutama saat melakukan pembayaran melalui sistem online ke organisasi yang dianggap aman dan legal.

---

\*E-mail: [nina.rahayu@raharja.info](mailto:nina.rahayu@raharja.info)  
[ignatius@raharja.info](mailto:ignatius@raharja.info)  
[eki.mulyawan@raharja.info](mailto:eki.mulyawan@raharja.info)  
[farhan.nurfadhillah@raharja.info](mailto:farhan.nurfadhillah@raharja.info)

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan dan hasil refleksi peneliti terhadap suatu masalah tertentu. Data sekunder dari berbagai jurnal, internet, buku dan sumber lain digunakan sebagai tipe data. Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, pengumpulan data dari berbagai sumber fakta dan pemikiran penulis.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Kedatangan teknologi digital dan internet menandai dimulainya revolusi industri 3.0, ruang dan waktu semakin padat menandai fase revolusi 3.0, internet menjadi semakin kuat Bangkit ke garis depan revolusi jaringan digital. Industri ini mengubah pola kolaborasi dan komunikasi di masyarakat saat ini [13]. Oleh karena itu, metode bisnis mau tidak mau akan berubah agar tidak ketinggalan zaman. Kemudian ditemukan pola generasi baru Revolusi Industri 4.0 dan pergolakan teknologi dengan cepat terjadi. Selain itu, perusahaan besar tidak menjamin kesuksesan [14].

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997). Menurutnya, ekonomi digital merupakan fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dan fenomena ini dicirikan sebagai ruang intelektual yang berisi informasi, berbagai pendekatan alat informasi, informasi, kapasitas informasi, dan pengolahan data informasi. Untuk pertama kalinya, industri TIK, aktivitas e-commerce, dan penjualan barang dan jasa digital diidentifikasi sebagai komponen ekonomi digital [15]. Di sisi lain, menurut Zimmerman (2000), konsep ekonomi digital merupakan istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan dampak global dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap kondisi sosial ekonomi. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan fleksibilitas untuk masuk pasar tanpa intervensi eksternal (hambatan). Ekonomi digital dengan konsep kompetisi dan inovasi dapat dengan mudah diambil alih oleh startup yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Oleh karena itu, ekonomi digital dapat dipahami sebagai “ekonomi berbagi” yang mengajak usaha kecil dan menengah untuk bergabung dengan perusahaan besar. Minat dan keterampilan para pelaku ekonomi khususnya UKM juga perlu diselaraskan agar tercipta lingkungan yang lebih baik bagi konsumen. Di sini kita membutuhkan seperangkat aturan yang seimbang agar hak dan kewajiban antara konsumen dan pengusaha dihormati.

Mengikuti perkembangan ekonomi digital di Indonesia, beberapa sektor memiliki potensi untuk mendongkrak perekonomian. Pertama, sektor keuangan. Sektor keuangan merupakan salah satu yang paling tahan terhadap kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Industri perbankan merupakan salah satu industri yang mengutamakan pemanfaatan teknologi, informasi dan komunikasi untuk melayani nasabah. Perbankan SMS, perbankan seluler, perbankan online, dll. telah menjadi salah satu layanan perbankan dalam beberapa tahun terakhir. Kebanyakan orang sudah mulai menggunakan layanan digital ini dalam jumlah yang banyak. Hal ini karena mereka merasakan banyak manfaat dan fasilitas yang mereka tawarkan. Selain itu, banyaknya startup yang tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia menyebabkan munculnya berbagai layanan aplikasi keuangan yang membantu para pengusaha memenuhi kebutuhan modalnya dengan lebih mudah. Di tempat kedua adalah budaya, pariwisata dan industri kreatif. Sangat mudah untuk melihat bahwa sektor pariwisata dan industri kreatif terkait erat dengan budaya. Perpaduan ini terlihat ketika atraksi budaya berada di kawasan wisata, memungkinkan wisatawan domestik dan asing untuk ikut serta dalam budaya lokal. Secara tidak langsung tentunya dengan menampilkan kreasi lokal yang patut dikenang sebagai mesin industri kreatif yang layak jual beli. Berbagai ide ekonomi kreatif tempat wisata lahir di sini, seperti B. Produksi Batik yang dapat menarik wisatawan. Di masa mendatang, hal ini dapat mendorong peningkatan penjualan tie-dye yang dapat ditransaksikan melalui platform e-commerce digital. Sektor-sektor tersebut diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi jika didukung oleh sumber daya manusia yang baik dan teknologi digital yang terampil. Ketiga adalah sektor pertanian. Agribisnis juga mengalami perkembangan teknologi yang pesat dengan munculnya banyak teknologi canggih di berbagai bidang. Oleh karena itu, para petani secara bertahap mulai mengubah model pertanian tradisional mereka menjadi model pertanian digital untuk beradaptasi dengan perkembangan saat ini. Permasalahan tersebut telah memotivasi banyak pengusaha di Indonesia untuk mengembangkan industri pertanian yang sederhana dan modern. Pemangku kepentingan pertanian dapat berinteraksi secara digital dengan semua aktivitas produksi, termasuk konsumen, pedagang, pemasok, dan pengecer. Semua kegiatan ekonomi dapat ditangkap oleh sistem kontrol untuk memantau, mengukur, dan memprediksi masa depan. Dapat memperlancar proses usahatani dari awal sampai akhir apabila kemajuan teknologi dapat diterapkan sepenuhnya, namun dalam pelaksanaannya pemanfaatan

teknologi oleh petani memerlukan: Banyak kendala, seperti B. Perbedaan geografis antara wilayah, kurangnya pengetahuan dan tingkat pengalaman yang mendasari adalah beberapa faktor yang menghambat penggunaan teknologi.



**Gambar 2. Potensi Ekonomi Digital**

Disisi lain juga menunjukkan bahwa dampak digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, tapi juga merugikan. . Manfaat yang dapat dipetik dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia antara lain: a) Karena pangsa pasarnya yang besar, ekonomi digital membantu pengusaha, konsumen dan pemasok untuk lebih mudah ditemukan. Dengan munculnya perdagangan elektronik, jaringan pasar telah berkembang, melampaui ruang dan waktu, menghilangkan kebutuhan akan pembelian dan penjualan tradisional. Sudah pada tahun 2019, pendapatan e-commerce Indonesia mencapai US\$6 miliar dan diperkirakan akan tumbuh sebesar 18% per tahun, berkontribusi terhadap PDB hingga US\$35 miliar. (b) Transaksi Lebih Mudah Industri keuangan merupakan salah satu industri yang berkembang secara teknologi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di era digital. Layanan mobile banking dan ibanking diterima secara luas oleh masyarakat umum. Bank berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat tanpa melalui layanan keuangan tradisional (tatap muka) atau aturan yang kaku. Kebutuhan masyarakat membutuhkan layanan yang dapat diakses secara online dengan aturan atau persyaratan yang lebih sederhana. kualitas produk. (d) Pembayaran mudah karena Anda terhubung ke internet melalui jaringan periklanan dan pasar. Sektor perbankan merupakan pintu gerbang pembayaran dan layanan perbankan lainnya, sehingga pelaku ekonomi tidak perlu bertatap muka langsung dengan konsumen dan mitranya. (e) Periklanan lebih beragam dan kreatif dengan menggunakan fasilitas internet. Bisnis, pengusaha dapat menggunakan 24/24. Tidak seperti perusahaan tradisional, seringkali ada jam kerja. Kondisi ini menyulitkan pengusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari sisi yang berlawanan, seperti Misalkan Anda bekerja di pabrik yang mempekerjakan pekerja perakitan atau di industri otomotif. Saat ini, penggunaan mesin produksi dikatakan lebih unggul daripada manusia sebagai mesin produksi karena digantikan oleh robot cerdas dengan teknologi digital yang canggih dan terorganisir. Disini peran UMKM di era digital dapat menjadi solusi bagi generasi muda yang tangguh dan berbakat. (b) Kerentanan Penipuan Penipuan digital sering disebabkan oleh penyalahgunaan atau penyalahgunaan informasi pribadi melalui penggunaan teknologi canggih. Kita sudah tahu bahwa ada bentuk penipuan digital seperti B. Survei untuk mengumpulkan informasi pribadi dan menjual produk dengan diskon besar-besaran di situs web e-niaga tidak resmi. c) Plagiarisme karya orang lain sudah ada sejak lama. Namun kini aksinya menjadi lebih nyaman karena didukung oleh teknologi. Apalagi di era digital saat ini, tersedia berbagai sumber referensi seperti teks, gambar, foto dan musik. Apakah pembajakan yang disengaja, plagiarisme, peretasan, dll. itu mudah atau tidak. Tidak hanya mudah karena kontennya generik, tetapi juga mudah untuk melihat bahwa konten yang digunakan adalah hasil penipuan.

## Kesimpulan

Ekonomi digital mengacu pada pertumbuhan dan perkembangan transaksi ekonomi yang lebih luas dan mudah melalui penggunaan layanan Internet sebagai sarana komunikasi dan kolaborasi antara individu dan perusahaan, dari tradisional hingga pandemi digital. dimulai. Penggunaan e-niaga terus tumbuh 38% hingga awal 2021. Selain itu, jumlah UMKM yang terdaftar di berbagai pasar mencapai kisaran 4,8 juta pada Maret 2021.

Jumlah ini meningkat menjadi 3,8 juta sejak akhir tahun 2020. Ekonomi digital dapat menciptakan ketidaksetaraan bagi beberapa kelompok yang dapat mengikuti perkembangan digital sementara yang lain tidak dapat, yang dapat merugikan bisnis mereka. Manfaat yang akan diperoleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia antara lain peningkatan pangsa pasar, penyederhanaan transaksi, peningkatan produksi, penyederhanaan pembayaran, dan diversifikasi promosi. Kelemahan, di sisi lain, adalah kurangnya penerimaan, kerentanan terhadap penipuan dan plagiarisme. Sektor industri kreatif.

## Daftar Pustaka

- [1] S. Maharani and M. Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia," in Conference on Islamic Studies FAI 2019, 2020, pp. 1–11.
- [2] N. S. B. Maria and T. Widayati, "Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi," *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, vol. 6, no. 2, pp. 234–239, 2020.
- [3] E. Suwarni, K. Sedyastuti, and A. H. Mirza, "Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital," *Ikra-Ith Ekonomika*, vol. 2, no. 2, pp. 29–34, 2019.
- [4] K. Kasidi, "Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 1, pp. 17–23, 2020.
- [5] N. W. Sayekti, "Tantangan perkembangan ekonomi digital di indonesia," *Info singkat*, vol. 10, no. 5, pp. 19–24, 2018.
- [6] E. Y. Nasution, P. Hariani, L. S. Hasibuan, and W. Pradita, "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, vol. 3, no. 2, pp. 506–519, 2020.
- [7] A. Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, vol. 7, no. 1, pp. 398–413, 2022.
- [8] A. B. Setiawan, "Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia," *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, vol. 9, no. 1, p. 61, 2018.
- [9] R. Santoso, H. A. Munawi, and A. P. Nevita, "Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis di Era Ekonomi Digital," *Jurnal G-Tech*, vol. 4, no. 1, pp. 286–293, 2020.
- [10] A. Putri and R. Zakaria, "Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital," in Seminar dan Konferensi Nasional IDEC, 2020.
- [11] P. Pramesti, A. Dwijayanti, R. Komalasari, and Z. Munawar, "Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, vol. 7, no. 2, pp. 112–119, 2021.
- [12] S. Z. Friandi, S. Suwanto, and D. Rifai, "Pengaruh Coaching dan Mentoring terhadap Perkembangan Umkm Fashion Serta Orientasi yang Dimediasi Kewirausahaan," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, vol. 4, no. 1, pp. 75–81, 2020.
- [13] Z. Fauziah, B. H. Hayadi, L. Meria, and A. U. Hasanah, "Start Up Digital Business: Knowing Business Opportunities And Tips For Beginners," *Startupreneur Bisnis Digital*, vol. 1, no. 1 April, pp. 97–106, 2022.
- [14] A. E. P. Nugraha and N. Wahyuhastuti, "Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2017.
- [15] M. Beisheim and C. Langner, "Lean Startup as a Tool for Digital Business Model Innovation: Enablers and Barriers for Established Companies." 2021.