

Era Baru Perkembangan Peradaban Ekonomi Digital

Dedi Junaedi, Rio Kartika Supriyatna, M. Rizal Arsyad

^{1,2} IAI Nasional Laa Roiba Bogor

³ Universitas Gunadarma Depok

dedijunaedi@laaroiba.ac.id, mr.arsyad@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the efforts to develop the HR and innovation ecosystem in the digital economy. The research method used is a qualitative analysis method with a literature study approach. The development of science and technology of mankind has brought us to a new era, the era of technology and information, the digital age. The development of human civilization that has occurred to date has led to progress in various aspects of life, social, economic, cultural, spiritual, technological, and linguistic. The dynamics of digital civilization is also happening in Indonesia. How developed countries build their digital economy ecosystems. It takes a number of examples from progress in developed and neighboring countries. Experience in other countries is a parameter of where Indonesia's current position is. And what are the efforts and targets that Indonesia needs to do in order to become big in the digital economy, especially for the next 5 years?

Keywords: *new era, digital economic civilization, Indonesia*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini menganalisis upaya pengembangan ekosistem SDM dan inovas dalam kancah ekonomi digital. Metode penelitian yang digunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Perkembangan sains dan teknologi umat manusia telah membawa kita menuju era baru, era teknologi dan informasi, era digital. Perkembangan peradaban manusia yang terjadi hingga saat ini telah menghantarkan pada kemajuan di berbagai aspek kehidupan, sosial, ekonomi, budaya, spiritual, teknologi, bahasa. Dinamika peradaban digital juga sedang terjadi di Indonesia. Bagaimana negara-negara maju membangun ekosistem ekonomi digital mereka. Ini mengambil sejumlah contoh dari progress di negara-negara maju dan negara tetangga. Pengalaman di negara lain ini menjadi parameter di mana posisi Indonesia saat ini. Dan apa saja upaya-upaya serta target yang perlu Indonesia lakukan agar bisa menjadi besar di ekonomi digital, terutama untuk 5 tahun ke depan?

Kata Kunci: *era baru, peradaban ekonomi digital, Indonesia*

PENDAHULUAN

Perkembangan sains dan teknologi umat manusia telah membawa kita menuju era baru, era teknologi dan informasi, era digital. Alvin Toffler (Toffler, 1980) mengatakan, perkembangan peradaban manusia yang terjadi hingga saat ini telah menghantarkan pada kemajuan di berbagai aspek kehidupan, sosial, ekonomi, budaya, spiritual, teknologi, bahasa,

Menurut Toffler, dunia telah berkembang dalam empat era. Era pertama dikenal era berburu dimana manusia hidup nomaden, berpindah-pindah dan berburu binatang. Dimana penguasanya adalah mereka yang memiliki kekuasaan dan kekuatan (kesaktian). Era yang kedua, adalah era agraris dimana manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan bertani, dan pola hidupnya mulai menetap, yang berkuasa adalah tuan-tuan tanah dan para raja yang memiliki tanah(wilayah kekuasaan) yang luas. Kemudian yang ketiga, era industri. Era ini mereka yang menjadi penguasa adalah mereka yang memiliki pabrik, industri dan sejenisnya.

Dan, era yang keempat adalah era informasi. Pada era ini, barangsiapa menguasai teknologi dan informasi, dialah yang akan menjadi pemenangnya. Jika kita tidak bisa mengikuti perkembangannya niscaya akan tertinggal dalam percaturan. Kita bisa menyebutnya sebagai era “dua dunia”: yaitu dunia nyata dan dunia maya(digital). Reputasi seseorang atau perusahaan dapat dikenali publik dunia saat informasi itu dibuka dalam media digital. Mereka dapat terindeks di mesin pencari seperti google, yahoo, dan lain-lain. Dalam satu bulan, sebagai contoh, rata-rata ada 100 miliar pencarian yang terindeks di google. Ini menunjukkan pentingnya teknologi informasi saat ini. Dunia yang terbatas oleh sistem politik antarnegara, menurut Ade Heryanto, Head of System Development PT Bahana Sekurities, tidak bisa lagi membatasi aktivitas bisnis yang semakin meluas. Adanya perkembangan teknologi yang pesat -- khususnya di bidang teknologi informasi, internet dan media online -- memungkinkan transaksi bisnis antarnegara dapat berjalan tanpa harus terkendala oleh batas ruang dan waktu. Saat ini seluruh negara di belahan manapun harus membuka diri dari interaksi global. Jika tidak, akan tertinggal dari sisi ekonomi, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi serta perkembangan sosial. Itu semua merupakan pertanda dimulainya Abad Informasi atau Abad Digital.

Kata “Digital” berasal dari kata “Digitus”, dari bahasa Yunani yang berarti jari jemari. Digital sendiri merupakan penggambaran dari keadaan bilangan biner: angka 0 dan 1 atau *off* dan *on*. Dalam sistem komputasi, komputer menggunakan

sistem digital biner sebagai basis datanya. Oleh karena itu, istilah digital dikenal juga dengan Bit (*Binary Digit*).

Digital economy, atau ekonomi digital, menurut *Encarta Dictionary* adalah "*Business transactions on the Internet: the marketplace that exists on the Internet*". Dapat dikatakan bahwa ekonomi digital lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Ekonomi digital adalah suatu hal yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi.

Konsep mengenai digital ekonomi pertama kali diperkenalkan Tapscott (1997). Dia menjelaskan sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen informasi dan pemrosesan informasi dan kapasitas komunikasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK), aktivitas *e-commerce* antarperusahaan dan individu, distribusi digital barang-barang dan jasa-jasa, dukungan pada penjualan-penjualan barang-barang terutama sistem, dan jasa-jasa yang menggunakan internet.

Sedangkan konsep ekonomi digital lainnya adalah digitalisasi informasi dan infrastruktur TIK (Zimmerman, 2000). Konsep ini sering digunakan untuk menjelaskan dampak global teknologi informasi dan komunikasi. Tidak hanya pada internet, tetapi juga pada bidang ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi dan dampaknya pada ekonomi makro maupun ekonomi mikro. Ekonomi digital adalah sektor ekonomi meliputi barang-barang dan jasa-jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada teknologi digital. Menurut Amir Hartman, seorang profesor dari UCLA, ekonomi digital adalah arena maya di mana bisnis sebenarnya dilakukan, nilai dibuat dan dipertukarkan, transaksi terjadi, dan matangnya hubungan satu-ke-satu dengan menggunakan internet dan TIK sebagai media" (Hartman, 2000).

Sebuah perkembangan ekonomi digital tidak lepas dari karakteristik/sifatnya yakni adanya penciptaan nilai, produk berupa efisiensi saluran distribusi, dan struktur berupa terjadinya layanan personal dan sesuai keinginan. Dalam arti yang lebih luas ekonomi digital adalah lebih dari sekedar transaksi atau pasar di internet tetapi dapat di kategorikan dengan istilah *New Economy*. Menurut *PC Magazine*, *New Economy* adalah "*the impact of information technology on the economy*". Dapat diartikan sebagai penerapan teknologi informasi pada bidang ekonomi. Istilah *New Economy* memang pertama kali muncul di Amerika Serikat.

Menurut studi Kauffman dan ITIF (*Information Technology and Innovation Foundation*), *New Economy* diukur dengan sejumlah indikator. Setidaknya, ada lima

komponen indikatornya, yaitu: pekerjaan berbasis pengetahuan, globalisasi, dinamika ekonomi, transformasi ke *digital economy*, dan kapasitas inovasi teknologi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah industri TIK, aktivitas *e-commerce* antar perusahaan dan individu, distribusi digital barang-barang dan jasa-jasa, dukungan pada penjualan - penjualan barang-barang terutama sistem dan jasa-jasa yang menggunakan internet.

Perekonomian Lama :	Perekonomian Baru :
– Diorganisasi berdasarkan unit produk	– Diorganisasi berdasarkan segmen pelanggan
– Berfokus pada transaksi yang menghasilkan	– Berfokus pada nilai masa hidup pelanggan
– Melihat terutama pada skor keuangan	– Melihat juga pada skor pemasaran
– Berfokus pada pemegang saham	– Berfokus pada stakeholder
– Departemen pemasaran melakukan pemasaran	– Setiap orang melakukan pemasaran
– Membangun merek melalui iklan	– Membangun merek melalui kinerja
– Berfokus pada mendapatkan pelanggan	– Berfokus pada mempertahankan pelanggan
– Tidak ada ukuran kepuasan	– Mengukur tingkat kepuasan dan bertahannya pelanggan

Tabel 2.1 Perbandingan Ekonomi Lama VS Ekonomi Baru (*New Economy*)

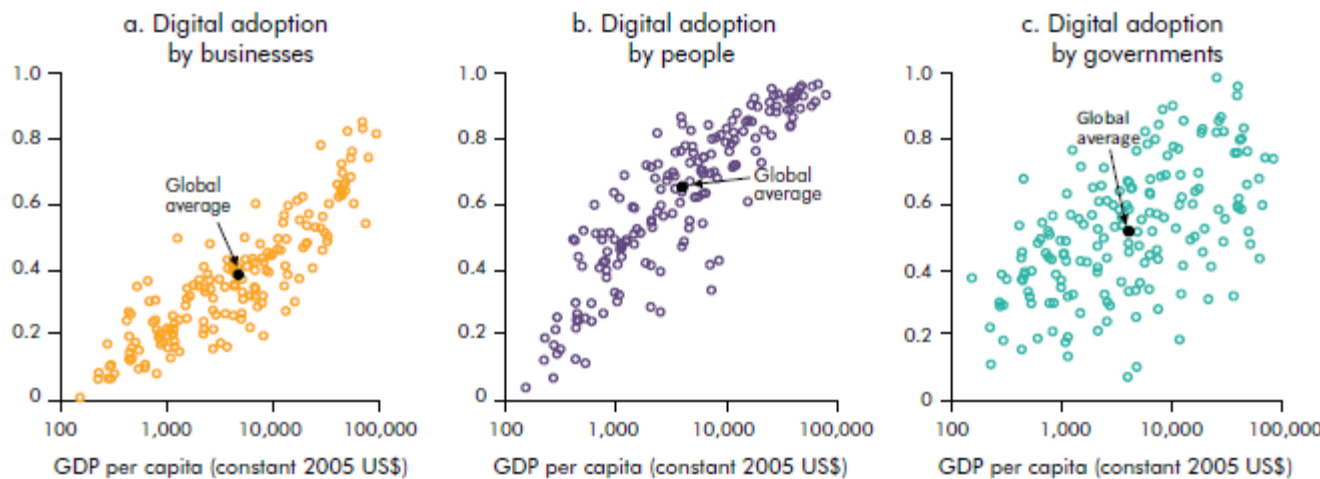
Teknologi informasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data -- termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data -- dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas. Yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis dan pemerintahan, serta merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi informasi menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan. Kemudian dengan bantuan teknologi telekomunikasi, TI digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Clayton Christensen, profesor Harvard Business School, memperkenalkan istilah *disruptive innovation* dalam bukunya, *The Innovator's Dilemma*. Semakin mudahnya akses internet telah mendorong munculnya bisnis model baru yang memanfaatkan aplikasi teknologi. Inovasi ini merusak tatanan pasar yang ada dengan menciptakan pasarnya sendiri, yang pada akhirnya akan menggusur para pelaku bisnis yang selama ini menjalankan bisnisnya secara tradisional. Jika sekedar *sustaining innovation* dengan menjadi pengekor pemimpin pasar maka kecil kemungkinan untuk dapat menaklukkan pasar. Sebaliknya, jika penantang pasar memilih untuk melakukan strategi *disruptive innovation* dengan memanfaatkan aplikasi sederhana menggarap pasar bawah yang selama ini tidak dianggap serius pemimpin pasar maka kemungkinan besar dapat mengalahkan pemimpin pasar. Google dapat digunakan secara gratis untuk mendapatkan

sebanyak mungkin user. Di sini terjadi efisiensi biaya iklan perusahaan dan efektifitas promosi yang langsung tertuju pada target, sesuai segmen dan memberikan positioning yang jelas. *Digital economy* adalah contoh *disruptive innovation*.

2.2 Ekonomi Digital Global

World Bank dalam buku *Digital Deviden* (2016) mengakui teknologi digital telah menyebar dengan cepat di sebagian besar dunia. Dividen digital — manfaat pengembangan yang lebih luas dari penggunaan teknologi ini — telah hadir mewarnai kehidupan milenial. Dalam banyak kasus, teknologi digital telah mendorong pertumbuhan, memperluas peluang, dan meningkatkan penyediaan layanan. Namun, dampak agregat mereka gagal dan tidak merata. Agar teknologi digital menguntungkan semua orang, di mana saja, perlu menurunkan atau bahkan menghilangkan kesenjangan digital yang ada, terutama dalam akses internet. Tetapi adopsi digital yang lebih besar tidak akan cukup. Untuk mendapatkan hasil maksimal dari revolusi digital, negara-negara juga perlu bekerja pada “komplemen analog” — dengan memperkuat regulasi yang memastikan persaingan di antara bisnis, dengan mengadaptasi keterampilan pekerja dengan tuntutan ekonomi baru, dan dengan memastikan bahwa ada lembaga yang bertanggung jawab.



Sumber: Data Worldbank 2016

Gambar 2.1 Penyebaran dan adopsi teknologi digital 2005-2015

Memang, teknologi digital — internet, ponsel, dan semua alat lain untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan berbagi informasi secara digital — telah menyebar dengan cepat. Bank Dunia menyebut, lebih banyak rumah tangga di

negara-negara berkembang yang memiliki telepon seluler daripada memiliki akses ke listrik atau air bersih. Hampir 70 persen dari populasi terbawah kelima di negara-negara berkembang memiliki telepon seluler. Jumlah pengguna internet meningkat lebih dari tiga kali lipat dalam satu dekade — dari 1 miliar pada 2005 menjadi sekitar 3,2 miliar pada akhir 2015. Ini berarti bahwa bisnis, orang, dan pemerintah lebih saling terhubung daripada sebelumnya (Gambar 2.1).

Revolusi digital telah mendatangkan keuntungan pribadi segera — komunikasi dan informasi yang lebih mudah, kenyamanan yang lebih besar, produk digital gratis, dan bentuk rekreasi baru. Ini juga telah menciptakan rasa koneksi sosial dan komunitas global yang mendalam. Tetapi apakah investasi besar dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menghasilkan pertumbuhan yang lebih cepat, lebih banyak pekerjaan, dan layanan yang lebih baik. Harapannya, negara-negara di dunia juga dapat menuai dividen digital yang cukup besar.

Teknologi bisa bersifat transformasional. Sistem identifikasi digital seperti Aadhaar India, dengan mengatasi masalah informasi yang rumit, membantu pemerintah yang bersedia untuk mempromosikan masuknya kelompok yang kurang beruntung. Bisnis-ke-bisnis Alibaba, situs e-commerce, dengan secara signifikan mengurangi biaya koordinasi, mendorong efisiensi dalam ekonomi Cina dan juga dunia. Platform pembayaran digital M-Pesa, dengan mengeksploitasi skala ekonomi dari otomatisasi, menghasilkan inovasi sektor keuangan yang signifikan, dengan manfaat besar bagi Kenya dan lainnya. Inklusi, efisiensi, inovasi — ini adalah mekanisme utama bagi teknologi digital untuk mempromosikan pembangunan.

Meskipun ada banyak strategi keberhasilan individu, pengaruh teknologi terhadap produktivitas global, perluasan kesempatan bagi kaum miskin dan kelas menengah, dan penyebaran tata kelola yang bertanggung jawab sejauh ini kurang sesuai harapan (Gambar 2.2). Perusahaan lebih terhubung secara digital daripada sebelumnya, tetapi pertumbuhan produktivitas global telah melambat. Teknologi digital mengubah dunia kerja, tetapi pasar tenaga kerja menjadi lebih terpolarisasi dan ketidaksetaraan meningkat — khususnya di negara-negara kaya, tetapi semakin meningkat di negara-negara berkembang. Dan sementara jumlah demokrasi meningkat, bagian dari pemilihan umum yang bebas dan adil menurun. Tren ini bertahan, bukan karena teknologi digital, tetapi oleh karena faktor lain.



Sources: Panel a: Conference Board (various years); WDR 2016 team. Panel b: Lakner and Milanovic 2013. Panel c: Bishop and Hoeffler 2014. Data at http://bit.do/WDR2016-Fig0_2.

Gambar 2.2 Pertumbuhan produktivitas dunia belum sesuai harapan

KTT Menteri OECD di Cancun, Kanada, pada Juni 2016, telah menetapkan transformasi ekonomi digital sebagai agenda resmi OECD. Diikuti 43 menteri, Cancun Ministerial tonggak penting dalam proses ini, dengan para menteri dari 43 negara menyetujui bahwa digitalisasi dapat memegang kunci menuju masa depan yang lebih cerah, dan menyerukan pendekatan seluruh pemerintah untuk membuka manfaatnya. Untuk pertumbuhan dan kesejahteraan, dan memulai era pembuatan kebijakan baru sebagai jalan terbaik untuk memungkinkan transformasi digital memberi manfaat bagi semua, di semua negara. Agenda transformasi dikuatkan lagi dalam forum G-7, G-20, maupun OECD 2017. Transformasi digital telah kuat mengakar dalam agenda global. Ada pengakuan luas di tingkat pemerintahan tertinggi di banyak negara dan di antara para pemimpin global bahwa digitalisasi mengubah hidup kita. Ada perasaan yang sama luasnya tentang urgensi untuk menyusun transformasi digital untuk mencapai kemakmuran yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Buku *Outlook Ekonomi Digital OECD 2017* menggambarkan gelombang baru teknologi digital yang mendorong transformasi berkelanjutan ekonomi dan masyarakat, dan mengidentifikasi jalan untuk memahami bagaimana transformasi digital berjalan dan mempengaruhi kebijakan. Lebih lanjut mengeksplorasi kebijakan utama dan metode pengukuran untuk transformasi digital, dan mengevaluasi strategi nasional digital yang berkembang. Forum OECD membahas bagaimana memanfaatkan manfaat ekonomi dan sosial ekonomi digital di berbagai negara berkembang. Beberapa negara dari Amerika Latin dan Karibia, dari Afrika dan Asia bergabung dengan negara-negara OECD pada acara tersebut. Semua mengakui bahwa transformasi digital yang telah berlangsung selama beberapa dekade merentang ke seluruh ekonomi dan masyarakat di banyak negara, dengan

infrastruktur digital berlaku di zona OECD, akses Internet tumbuh dari 4% menjadi 40% dari populasi dunia. hanya dalam 20 tahun, dan ekonomi yang sedang tumbuh dan berkembang semakin menggunakan teknologi digital di berbagai bidang, mulai dari e-commerce hingga pertanian dan perbankan.

Secara keseluruhan, para menteri sepakat bahwa membuka kunci manfaat dari transformasi digital yang sedang berlangsung sebagai solusi mengatasi tantangan yang diciptakan oleh transformasi ini, khususnya untuk pekerjaan, keterampilan dan kepercayaan. Mereka juga menekankan urgensi bagi pemerintah untuk proaktif dan mengadopsi pendekatan pembuatan kebijakan di mana semua pemangku kepentingan dapat mengembangkan dan mengimplementasikan agenda transformasi digital, yang didasarkan pada pendekatan kebijakan terintegrasi. Sepanjang acara, para peserta menyoroti perlunya mengisi defisit data dan mengukur dengan lebih baik terkait sebaran luasnya, langkah dan konsekuensi dari transformasi digital dan efektivitas tindakan kebijakan terkait.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan studi literatur berdasarkan data dan informasi yang tersebar dalam buku, jurnal, laporan dan sumber informasi cetak dan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bhaskar Chakravorti, Christopher Tunnard, dan Ravi Shankar Chaturvedi dalam *Havard Business Review* (19 Februari 2015), sejak 2014 menulis, transisi ke ekonomi digital global berlangsung sporadis - cepat di sejumlah negara. Pada akhir tahun itu, tujuh pasar negara berkembang telah tumbuh lebih besar daripada G7, dalam hal paritas daya beli. Plus, konsumen di kawasan Asia-Pasifik diperkirakan akan lebih banyak belanja online daripada konsumen di Amerika Utara. Peluang untuk melayani konsumen elektronik semakin meningkat dalam tahun-tahun mendatang.

Ritme yang berubah dalam perdagangan digital lebih dari sekadar kisah Cina, atau bahkan Asia. Jauh dari Silicon Valley, Shanghai, atau Singapura, perusahaan Jerman, Rocket Internet, telah sibuk meluncurkan *start-up e-commerce* di berbagai pasar tanpa batas. Mereka membawa misi: menjadi platform internet terbesar di dunia, di luar AS dan China. Banyak perusahaan seperti "Rocket" siap untuk menjadi Alibaba dan Amazon di jagat ekonomi digital dunia. Atau bersaing seperti Jumia, yang beroperasi di sembilan negara di seluruh Afrika; Namshi di Timur Tengah; Lazada dan Zalora di ASEAN; Jabong di India; dan Kaymu di 33 pasar kawasan Afrika, Asia, Eropa, dan Timur Tengah.

Ekuitas pribadi dan uang modal ventura telah terkonsentrasi di pasar tertentu dengan cara yang meniru demam emas elektronik di Silicon Valley Amerika. Selama musim panas 2014 saja \$ 3 miliar mengalir ke sektor *e-commerce* India. Di negara ini, selain inovator lokal seperti Flipkart dan Snapdeal, ada sekitar 200 *startup* perdagangan digital hadir dengan investasi swasta dan dana modal ventura. Transformasi sedang terjadi di negara di mana vendor online sebagian besar awalnya beroperasi berdasarkan *cash-on-delivery* (COD). Sebelumnya, menurut Reserve Bank of India, kartu kredit atau PayPal jarang digunakan; sekitar 90% dari semua transaksi moneter di India adalah dalam bentuk tunai. Bahkan, Amazon sempat melokalisasi pendekatannya di India untuk menawarkan layanan COD.

Negara-negara berpenghasilan menengah seperti Indonesia dan Kolombia diakui semuanya masih memiliki ketergantungan uang tunai yang tinggi. Tetapi, bahkan ketika uang masih menjadi raja, pasar digital terus berinovasi dengan kecepatan yang luar biasa. Para pemain *e-commerce* tumbuh seperti wabah, beriringan dengan masih tingginya transaksi uang tunai.

Untuk memahami besarnya arus perubahan edokonomi digital di seluruh dunia, Tim Havard mengembangkan "indeks" kesiapan negara-negara menerapkan ekonomi digital. Mereka menyebutnya sebagai *Digital Evolution Index* (DEI). Indeks ini dirintis oleh tim Fletcher School di Tufts University (dengan dukungan dari Mastercard dan DataCash) dengan basis empat pendorong utama: Yaitu faktor sisi penawaran (termasuk akses, pemenuhan, dan infrastruktur transaksi); faktor sisi permintaan (termasuk perilaku dan tren konsumen, kecakapan finansial dan Internet dan media sosial); inovasi (termasuk ekosistem kewirausahaan, teknologi, dan pendanaan, keberadaan dan tingkat kekuatan yang mengganggu, serta keberadaan budaya dan pola pikir yang baru); dan institusi (termasuk efektivitas pemerintah dan perannya dalam bisnis, hukum dan peraturan dan mempromosikan ekosistem digital). Indeks yang dihasilkan mencakup peringkat 50 negara, yang dipilih karena mereka adalah rumah bagi sebagian besar dari 3 miliar pengguna internet saat ini atau negara dimana miliaran pengguna berikutnya akan berasal.

Sebagai bagian dari kajian, mereka melakukan analisis untuk mengidentifikasi negara yang berubah dengan cepat untuk mempersiapkan pasar digital dan siapa yang tidak. Mungkin tidak mengherankan, negara-negara berkembang di Asia dan Amerika Latin memimpin dalam momentum, mencerminkan keuntungan ekonomi mereka secara keseluruhan. Tetapi analisis *Havard Business Review* mengungkapkan pola menarik lainnya. Sebagai contoh, Singapura dan Belanda. Keduanya berada di antara 10 negara teratas di tingkat evolusi digital saat ini. Tetapi, ketika kita mempertimbangkan momentum - yaitu,

tingkat perubahan lima tahun dari 2008 hingga 2013 - kedua negara jauh berbeda. Singapura telah terus maju dalam mengembangkan infrastruktur digital kelas dunia, melalui kemitraan publik-swasta, untuk semakin memantapkan statusnya sebagai pusat komunikasi regional. Melalui investasi berkelanjutan, Singapura telah menjadi tujuan yang menarik bagi para pemula dan untuk ekuitas swasta dan modal ventura.

Belanda, sementara itu, dengan cepat kehilangan semangat atau ghairah untuk bertransformasi menuju ekonomi digital. Langkah-langkah penghematan pemerintah Belanda yang dimulai pada akhir 2010 mengurangi investasi ke dalam elemen ekosistem digital. Permintaan konsumen yang stagnan, dan terkadang tergelincir, membuat para investor sepertinya lebih tertarik mencari padang rumput yang lebih hijau di negara lain.

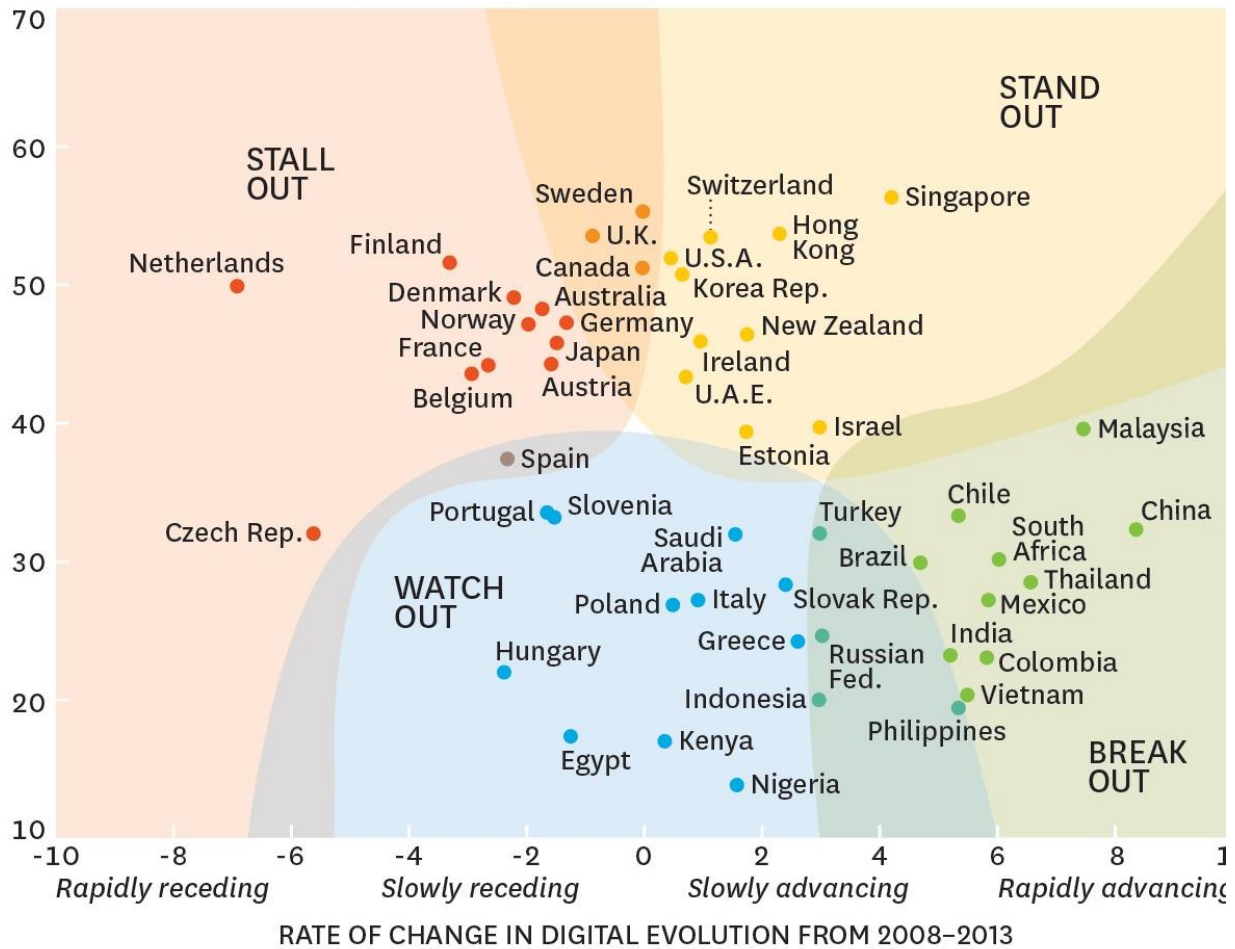
Berdasarkan kinerja negara-negara berdasarkan indeks DEI, selama tahun 2008 hingga 2013, Tim Harvard membagi negara-negara dunia ke dalam empat zona klasifikasi: *Stand Out*, *Stall Out*, *Break Out*, dan *Watch Out*.

- Negara-negara *Stand Out* telah menunjukkan tingkat perkembangan digital yang tinggi di masa lalu dan terus berada pada lintasan ke atas.

- Negara-negara *Stall Out* telah mencapai tingkat evolusi yang tinggi di masa lalu tetapi kehilangan momentum dan risiko tertinggal.

- Negara-negara *Break Out* memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi digital yang kuat. Meskipun skor keseluruhan mereka masih rendah, mereka bergerak ke atas dan siap untuk menjadi negara yang menonjol di masa depan.

- Negara-negara *Watch Out* menghadapi peluang dan tantangan yang signifikan, dengan skor rendah pada level DEI saat ini untuk bergerak ke atas. Beberapa mungkin dapat mengatasi keterbatasan dengan inovasi cerdas dan langkah-langkah sementara, sementara yang lain tampaknya macet..



SOURCE DIGITAL EVOLUTION INDEX, THE FLETCHER SCHOOL AT TUFTS UNIVERSITY

HBR.O

Gambar 2.3 Laju evolusi indeks digital 50 negara periode 2008-2013

Negara *Break Out* seperti Malaysia, India, Cina, Brasil, Vietnam, dan Filipina meningkatkan kesiapan digital mereka dengan cukup cepat. Tetapi fase pertumbuhan selanjutnya lebih sulit untuk dicapai. Tetap di lintasan ini berarti menghadapi tantangan seperti meningkatkan infrastruktur pasokan dan memelihara konsumen domestik yang canggih.

Negara-negara seperti Indonesia, Rusia, Nigeria, Mesir, dan Kenya masih termasuk *Watch Out*, memiliki kesamaan yang sama seperti ketidakpastian kelembagaan dan komitmen yang rendah untuk reformasi. Mereka memiliki satu atau dua kualitas luar biasa -- terutama demografi -- yang membuatnya menarik bagi bisnis dan investor, tetapi mereka mengeluarkan banyak energi untuk berinovasi di sekitar kendala kelembagaan dan infrastruktur. Menghentikan kemacetan ini akan membuat negara-negara ini mengarahkan sumber daya inovasi mereka ke penggunaan yang lebih produktif.

Sebagian besar negara-negara Eropa Barat dan Utara, Australia, dan Jepang telah mengulur-ulur. Satu-satunya cara mereka dapat memulai pemulihan mereka adalah dengan mengikuti apa yang paling menonjol dari negara-negara *Stand Out*: Mereka berusaha menggandakan inovasi dan terus mencari pasar di luar perbatasan domestik. Negara-negara yang terhenti juga menua. Menarik imigran muda yang berbakat dapat membantu menghidupkan kembali inovasi dengan cepat.

Apa yang ada di masa depan? Bhaskar Chakravorti, Christopher Tunnard, and Ravi Shankar Chaturvedi berpandangan, miliaran konsumen online berikutnya akan membuat keputusan digital mereka pada perangkat seluler - sangat berbeda dari praktik miliar pertama netizen yang membantu membangun banyak fondasi industri *e-commerce* saat ini. Akan terus ada pengaruh lintas-perbatasan yang kuat ketika persaingan berkembang: bahkan jika Eropa melambat. Perusahaan Eropa seperti Rocket Internet dapat tumbuh dengan menargetkan pasar yang tumbuh cepat di negara berkembang; raksasa dunia *e-commerce* seperti Alibaba, yang muncul dengan sumber daya dan merek baru, akan mencari pasar di tempat lain; pendukung lama, seperti Amazon dan Google akan mencari pertumbuhan di pasar baru dan area produk baru.

Negara-negara berkembang akan terus berkembang secara berbeda, seperti menjadi konsumen baru online mereka. Bisnis harus berinovasi, beradaptasi dengan pendekatan-pendekatan baru terhadap planet multi-kecepatan ini, dan dalam mengatasi kendala kelembagaan dan infrastruktur, terutama di pasar yang menjadi rumah bagi miliar konsumen online berikutnya.

Kita mungkin sedang dalam perjalanan menuju planet digital, masing-masing bergerak dengan kecepatan yang berbeda. Don Tapscott menggambarkan zaman jaringan cerdas sebagai fenomena yang mencakup dan merevolusi konvergensi kemajuan dalam komunikasi manusia, komputasi (komputer, perangkat lunak, layanan) dan konten (penerbitan, penyedia hiburan dan informasi), untuk menciptakan multimedia interaktif dan jalan raya informasi.

Era baru ini secara bertahap memaksa kita untuk memikirkan kembali cara kita memahami definisi tradisional tentang ekonomi, penciptaan kekayaan, organisasi bisnis, dan struktur kelembagaan lainnya. Pergeseran dalam hubungan ekonomi dan sosial semacam itu menjanjikan, sekaligus juga bisa membahayakan. Melalui bukunya, Tapscott fokus pada tiga bidang utama: ekonomi baru dan faktor-faktor yang membentuknya; kemudian internetworking dan bagaimana hubungannya dengan bisnis dan pemerintah, dan terakhir perlunya kepemimpinan progresif yang kuat, yang akan bertanggung jawab atas transformasi atau akan menjadi agen perubahan di era baru ini.

KESIMPULAN

Perkembangan sains dan teknologi umat manusia telah membawa kita menuju era baru, era teknologi dan informasi, era digital. Perkembangan peradaban manusia yang terjadi hingga saat ini telah menghantarkan pada kemajuan di berbagai aspek kehidupan, sosial, ekonomi, budaya, spiritual, teknologi, bahasa. Dinamika peradaban digital juga sedang terjadi di Indonesia. Bagaimana negara-negara maju membangun ekosistem ekonomi digital mereka. Ini mengambil sejumlah contoh dari progress di negara-negara maju dan negara tetangga. Pengalaman di negara lain ini menjadi parameter di mana posisi Indonesia saat ini. Dan apa saja upaya-upaya serta target yang perlu Indonesia lakukan agar bisa menjadi besar di ekonomi digital, terutama untuk 5 tahun ke depan?

Era baru ini secara bertahap memaksa kita untuk memikirkan kembali cara kita memahami definisi tradisional tentang ekonomi, penciptaan kekayaan, organisasi bisnis, dan struktur kelembagaan lainnya. Pergeseran dalam hubungan ekonomi dan sosial semacam itu menjanjikan, sekaligus juga bisa membahayakan. Melalui bukunya, Tapscott fokus pada tiga bidang utama: ekonomi baru dan faktor-faktor yang membentuknya; kemudian internetworking dan bagaimana hubungannya dengan bisnis dan pemerintah, dan terakhir perlunya kepemimpinan progresif yang kuat, yang akan bertanggung jawab atas transformasi atau akan menjadi agen perubahan di era baru ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho Sumarjiyanto, B.M. 2020. Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi, JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN Vol. 6 No. 2 (2020), pp 234-239. DOI: <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3801>
- dAmala, Faizatul & Unggul Herqbaldi. 2015. Dampak keterbukaan perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi : pendekatan panel dinamis. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Universitas Airlangga.
- Ahmad Thariq Syauqi, (2016). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomidan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta, Indonesia

Dewi Diniaty, Ismu Kusumanto, Fitria Roza, Fadhillah Dinatul Husna, Misra Hartati, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin pada Kelompok XYZ. JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen), 6(1), 109-120. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.3080>

Efa Wahyu Prastyaningtyas, (2019). Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (SENMEA) IV Tahun 2019. Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Kiky Srirejeki, (2016). Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi Volume: 7 No.1 (Januari Juni 2016) Hal.: 57-68- Universitas Jenderal Soedirman.

Republika. 2018. "IMF Ingatkan Indonesia Soal Revolusi Digital", <http://republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/18/02/27/p4slrx383-imfingatkan-indonesia-soal-revolusidigital>, diakses 27 Februari 2018.

Nidya Waras Sayekti. Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. Info Singkat. Puslit DPR Vol 6 No 5 (2018). http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-X-5-I-P3DI-Maret-2018-163.pdf

Sondang P, Siagian. 2002. Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi, Jakarta: Penerbit Gunung Agung, Jakarta

Sondang P, Siagian, 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara

<https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/235> diakses pada 14 Mei 2020

<https://makalahquserhana.blogspot.com/2016/02/makalah-perkembangan-teknologidigital18.html> diakses pada 14 Mei 2020

<https://www.finansialku.com/ekonomi-digital-ekonomi-nasional/> diakses pada 15 Mei 2020

i Universitas Mercu Buana pada tahun 2003, dan pendidikan S2 Magister Manajemen

Sumber Daya Manusia di Universitas Mercu Buana pada tahun 2006. Saat ini menjabat

sebagai Peneliti Muda Ekonomi Terapan pada Pusat Penelitian, Badan Keahlian DPR RI.

Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku antara

lain: "Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan" (2014), "Peran Perbankan

- Syariah dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Sektor Riil” (2015) dan “Zona Bebas
Bebas
Pekerja Anak Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia Indonesia”
(2015).
- Alvin Toffler. 2022. Powershift: Knowledge, Wealth, and Power at the Edge of the
21st Century. Random House Publishing Group, 4 Jan 2022 - 640 halaman.
- Alvin Toffler. 1984. The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow. Random
House Publishing Group. ISBN:9780553246988, 0553246984.
- Don Tapscott, Alex Tapscot. 2016. Blockchain Revolution: How the Technology
Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World. 115 pages.
ISBN:9781101980156, 110198015X. Penguin Publishing Group.
- Don Tapscott. 1996. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of
Networked Intelligence. ISBN:9780070633421, 0070633428. McGraw-Hill.