

MANAJEMEN & BISNIS

Kajian Ilmu Akuntansi & Bisnis

Volume XVII No. I Juli 2025

PENGARUH EKONOMI DIGITAL TERHADAP EKONOMI GLOBAL

Oleh ;
Mubasyier Fatah
Yohanes Ngamal
Eka Setiawati

PEMBANGUNAN NASIONAL MELALUI EKONOMI HIJAU

Oleh ;
Arief Nurtjahjo,
Simon Ebel Maris Phoeck,
Lavenia Lauwinata

PENGARH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI BADAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN DESA KABUPATEN MERAUKE

Oleh ;
Rannawati,
Desy Faulina Pakpahan,
Barabas

EFEKTIVITAS PENERAPAN ABSEN SIDIK JARI (*FINGERPRINT*) TERHADAP *DISIPLIN JAM KERJA PEGAWAI PADA KANTOR DINAS TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI KABUPATEN MERAUKE*

Oleh ;
Hilda Elawati
Ervina Dewi
Erik Pasim

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM JEREUKOM MERAUKE

Oleh ;
Eveline Mary,
France Marjun Janggur,
Yullan Awi Nerokou

ANALISIS PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN MERAUKE

Oleh ;
Enggar Trijunanto,
Ignatius Arie,
Florentinus Kaimeraimu

MANAJEMEN & BISNIS

Jurnal Manajemen Bisnis merupakan jurnal ilmiah bagi para ahli manajemen bisnis dan akuntansi bisnis dan konten jurnal ini hasil penelitian, kajian pustaka dan analisa yang menggunakan metode ilmiah yang terukur.

Jurnal Manajemen dan Bisnis diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa Merauke dengan Jadwal penerbitan dua kali dalam setahun yakni pada Juli dan Desember.

Pelindung	: Badan Pengurus Yayasan LPK Saint Theresa
Penanggung jawab	: Yohanes Ngamal,SE.,M.Si
Dewan Redaksi	:
Ketua	: Dr. Ir. Arief Nurtjahjo, MH.,M.M
Wakil ketua	: Ines Cara Alexander Phoek, B.Com.,MM.,Ph.D
Anggota	: Dra. Eka Setiawati.,M.Si
	Fransiscus Saverinus Ngamel, S.Sos

Alamat Redaksi:
Jl. Nusa Barong. No.1 Merauke, Papua Selatan Tel.(0971)3333501
Email: stie@sainttheresa.ac.id

Sumbangan artikel ilmiah berbahasa indonesia dan inggris karya asli (bukan jiplakan) dan belum pernah dipublikasikan. Dapat dikirim melalui email ke alamat stie@sainttheresa.ac.id Dewan redaksi mengedit dan menyunting tanpa mengubah substansi setiap artikel ilmiah yang dikirimkan penulis.

PENGARUH EKONOMI DIGITAL
TERHADAP EKONOMI GLOBAL

Oleh;
(Mubasyier Fatah, Yohanes Ngamal, Eka Setiawati)

PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP
KINERJA PEGAWAI BADAN
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DAN DESA KABUPATEN MERAUKE

Oleh;
(Rannawati, Desy Faulina Pakpahan, Barabas,)

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM
JEREUKOM MERAUKE

Oleh;
(Eveline Mary, France Marjun Janggur, Yullan Awi Nerokou)

4

5

34

52

76

101

124

PEMBANGUNAN NASIONAL
MELALUI EKONOMI HIJAU

Oleh;
(Arief Nurtjahjo, Simon Ebel Maris
Phoek, Lavenia Lauwianata)

EFEKTIFITAS PENERAPAN
ABSENSI SIDIK JARI
(*FINGERPRINT*) TERHADAP
DISIPLIN JAM KERJA
PEGAWAI PADA KANTOR
DINAS TENAGA KERJA DAN
TRANSMIGRASI KABUPATEN
MERAUKE

Oleh;
(Hilda Elawati, Ervina Dewii, Erik
Pasim,)

ANALISIS PENGARUH
KOMPETENSI SUMBER DAYA
MANUSIA TERHADAP
KUALITAS LAPORAN
KEUANGAN
PADA DINAS KOMUNIKASI
DAN INFORMATIKA
KABUPATEN MERAUKE

oleh;
(Enggar Trijunanto, Ignatius Arie,
Florentinus Kaimeraimu)

PENGARUH EKONOMI DIGITAL TERHADAP EKONOMI GLOBAL

Oleh

Mubasyier Fatah

email: basyier.fatah@gmail.com

Yohanes Ngamal

email: yohanes@sainttheresa.ac.id

Eka Setiawati

Email : eka@sainttheresa.ac.id

ABSTRAK

This study aims to determine how much influence the digitalization of the economy has on the development of global business. In conducting this research, the researchers used qualitative methods. According to Sugiono 2019, qualitative methods are methods based on the philosophy of postpositivism. Where data collection techniques use a combination of observation and interviews, documentation and inductive analysis. The results of the study show that digitalization in the world has driven rapid economic growth, especially increased growth impacted by efficiency born from the use of digital platforms. Countries in Asia, Europe and Africa have used digital platforms in their trading systems and public services. The result is innovation in the economic system, expanding the market by reaching various segments in the economic system. E-commerce, technology shopping, and exports. Online retail and online travel continue to increase their share of the digital economy, with CAGRs of 9 percent and 7 percent respectively from 2023 to 2028. Technology shopping is a major contributor to the digital economy of France, Italy, Spain, Canada, Brazil, the US, the UK, Japan and Germany. Exports of ICT products and services account for the largest share of the digital economy in India, South Korea and Mexico. The way we do business is changing. Startups, in particular, are at the forefront of this change, leveraging digital tools and platforms to disrupt traditional industries and create new ones. The future of startups is inextricably linked to the future of technology, and it's a great time to be an entrepreneur. With the rise of automation, AI, and new digital platforms, the birth of new startups and their growth seems unstoppable. That's the trend happening all over the world right now. However, the rapid growth of the digital economy, especially the rise in online shoppers, has led to a 30 percent increase in digital-related waste from 2010 to 2022, reaching 10.5 million tonnes globally. Electronic waste is commonly known as e-waste. The Market Research Report (2023) defines 'e-waste' as waste that includes discarded electronic devices ranging from household appliances to personal gadgets such as smartphones and laptops. Recycling e-waste involves the proper disposal and processing of these devices to extract valuable materials and minimise environmental impact. Recycling e-waste begins with collection from various sources.

Keywords: Digital Economy, Global Economy

PENDAHULUAN

Saat ini di dunia perubahan dan perkembangan Ekonomi digital mengubah cara manusia hidup dan bekerja, dan berdampak besar pada ekonomi di seluruh dunia. Menurut McKinsey Global Institute (2022). Diperkirakan pertumbuhan aliran data global mencapai 50 persen per tahun antara tahun 2010 dan 2019 dan sekitar 40 persen per tahun antara tahun 2019 dan 2021. Berikut adalah beberapa contoh bagaimana ekonomi digital digunakan di berbagai negara:

Beberapa negara seperti Tiongkok, menggunakan ekonomi digital dalam menciptakan bisnis baru. Tiongkok bertumbuh melalui sejumlah perusahaan teknologi terkemuka, seperti Alibaba dan Tencent, menciptakan Tiongkok yang baru dengan berbagai inovasi di berbagai sektor ekonomi. Dukungan pemerintah melalui investasi besar dalam infrastruktur digital, membantu melahirkan star up baru.

Pada saat yang sama di negara Asia Selatan seperti India, ekonomi digital menjadi pioner utama dalam penyediaan pemerintah penting bagi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Melalui penggunaan berbagai platform digital pemerintah menyediakan layanan pendidikan, perawatan kesehatan, dan keuangan bagi orang-orang yang tinggal di daerah terpencil. Diperkirakan digitalisasi layanan pemerintah telah membantu jutaan masyarakat Pemerintah India mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup bagi jutaan orang.

Sementara itu di berbagai kawasan Afrika, landasan ekonomi melalui digitalisasi

ekonomi dalam perdagangan telah menghubungkan produsen dan konsumen di seluruh benua. Penggunaan uang digital menjadi semakin populer, dengan menyediakan akses bagi masyarakat terhadap layanan keuangan yang sebelumnya tidak dapat mereka dapatkan. Internet menjadi alat dalam menciptakan pasar baru bagi transaksi barang dan jasa. Bagi negara-negara Eropa, penggunaan ekonomi digital terutama untuk meningkatkan efisiensi layanan pemerintah. E-government) menciptakan biaya pemerintah dan memudahkan masyarakat di negara-negara Eropa dalam mengakses layanan. Hampir seluruh negara telah berinvestasi dalam infrastruktur digital, seperti big data, cloud dan internet berkecepatan tinggi, yang berdampak pada perluasan ekonomi dan menciptakan pertumbuhan.

Untuk negara Amerika Serikat, yang merupakan pionir ekonomi digital telah melahirkan peluang bisnis baru, sehingga melahirkan star up baru untuk perorangan dan perusahaan baru. Berbagai platform daring menyediakan cara baru bagi bisnis untuk menjangkau pelanggan dan mengembangkan bisnis mereka. Di negara ini, ekonomi digital juga menciptakan lapangan kerja baru di berbagai sektor, seperti teknologi, keuangan, dan perawatan kesehatan. Ekonomi digital merupakan kekuatan besar yang mengubah cara kita hidup dan bekerja. Ekonomi digital menciptakan peluang dan tantangan baru, dan penting bagi pemerintah dan bisnis untuk beradaptasi dengan lanskap yang berubah.

Pada saat , Konferensi Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai Perdagangan dan Pembangunan atau UNCTAD (2019) mengungkapkan, ekonomi digital kini tumbuh lebih cepat daripada ekonomi tradisional, tetapi tidak terdistribusi secara merata. Dalam ekonomi digital, Amerika Serikat dan Tiongkok memimpin. Bersama-sama, mereka mengumpulkan, misalnya, 50 persen dari pengeluaran dunia untuk IoT, dan lebih dari 75 persen pasar global untuk komputasi awan publik. Mereka juga mewakili 90 persen kapitalisasi pasar dari 70 platform digital terbesar di dunia. Pangsa Eropa adalah 4 persen dan Afrika dan Amerika Latin bersama-sama hanya 1 persen.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap perkembangan bisnis global.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, para peneliti menggunakan metode kualitatif. Menurut (Sugiono: 2018), metode kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Dimana dalam melakukan penelitian menggunakan objek dengan kondisi alamiah dan para peneliti menjadi instrumen kunci. Teknik pengumpulan data menggunakan gabungan observasi dan wawancara, dokumentasi dan analisis bersifat induktif. Hasil penelitian induktif berfokus pada makna dan proses, serta potensi untuk menemukan hipotesis baru.

Analisa dan Pembahasan

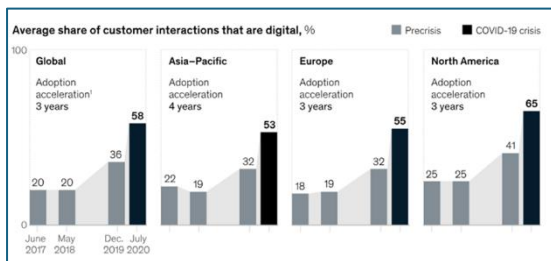
Ekonomi Digital Dunia Selama Covid-19

Florence Jaumotte dkk dalam IMF Blog (2023) mencatat, sebelum pandemi, digitalisasi sangat bervariasi menurut negara, industri, dan perusahaan. Misalnya, lebih dari empat perlima pekerja di Swedia memiliki komputer dengan akses internet pada tahun 2019, yang terbanyak dalam studi kami, sementara Yunani memiliki porsi terendah, dengan kurang dari dua perlima. Dua tahun kemudian, porsi Yunani melonjak hampir 8 poin persentase, menjadi 45 persen, mempersempit kesenjangan dengan Swedia dengan salah satu keuntungan paling signifikan yang ditunjukkan dalam studi kami.

Dan saat krisis mereda, kita sekarang dapat melihat bahwa digitalisasi, yang diukur dari porsi pekerja yang menggunakan komputer yang terhubung ke internet, telah terbukti menjadi hikmah positif bagi banyak negara. Hal ini memiliki implikasi yang luas dan bertahan lama bagi produktivitas dan pasar tenaga kerja, seperti yang kami uraikan dalam catatan diskusi staf baru yang berfokus pada negara maju.

Menurut Jaumotte dkk, mengemukakan di seluruh negara maju, digitalisasi meningkat rata-rata 6 poin persentase. Hasilnya menggarisbawahi bagaimana pandemi mempercepat digitalisasi, terutama di negara atau industri yang tertinggal. Hasil survei McKinsey & Company (2020) juga memperlihatkan bahwa adopsi teknologi digital selama pandemi Covid-19 telah mengalami lompatan kuantum baik di

tingkat organisasi maupun industri. Selama pandemi, konsumen telah beralih secara dramatis ke saluran daring, dan perusahaan serta industri pun meresponsnya. Hasil survei mengonfirmasi adanya pergeseran cepat ke arah interaksi dengan pelanggan melalui saluran digital. Survei juga menunjukkan bahwa tingkat adopsi jauh lebih cepat dibandingkan saat survei sebelumnya dilakukan—dan bahkan lebih cepat di Asia maju dibandingkan di kawasan lain (Lihat Grafik 4.1).



Grafik 4.1: Pandemi Covid Mengakselerasi Digitisasi Interaksi Antarkonsumen selama 2017-2020

Sumber: McKinsey & Company/
www.mckinsey.com

Secara historis, digitalisasi lebih rendah di sektor-sektor yang padat kontak, sementara usaha kecil cenderung tertinggal dari usaha yang lebih besar, sebuah tren yang diamati di banyak negara. Namun, perlu dicatat, kesenjangan ini tidak semata-mata didorong oleh perbedaan berdasarkan industri. Restoran dan hotel Yunani, misalnya, tertinggal 38 poin persentase dari Swedia.

Perusahaan kecil, yang secara historis kurang terdigitalisasi, menikmati keuntungan terbesar. Demikian pula, sektor-sektor yang paling tidak terdigitalisasi lebih banyak berinvestasi dalam digitalisasi.

Ekonomi Digital Dunia Pasca Covid 19

Saat dunia berupaya sebaik mungkin untuk keluar dari pandemi, salah satu warisan abadi bagi banyak negara-negara di dunia, terutama negara maju dan berkembang, adalah adopsi teknologi digital yang lebih besar. Bekerja dari rumah kini menjadi hal yang umum, dan banyak perusahaan telah memperluas operasinya secara daring. Untuk memudahkan penggambaran tentang ekonomi digital global pasca Covid-19, di sini penulis mengelompokkan pembahasan berdasarkan kawasan ekonomi yang sudah dikenal secara luas, mulai dari kawasan ASEAN, OECD, UNI EROPA, APEC

Ekonomi Digital Di Kawasan Asean

Laporan e-Conomy SEA 2023 yang diterbitkan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, menyebutkan ekonomi digital di Asia Tenggara – Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos. Myanmar, Kamboja dan Timor Leste—terus melaju di tengah tantangan ekonomi global, sebagaimana diungkapkan dalam laporan tersebut memperkirakan ASEAN akan menjadi salah satu kawasan dengan pertumbuhan tercepat di dunia, dengan rata-rata pertumbuhan produk domestik bruto riil diperkirakan mencapai 4,8 persen pada tahun 2024. Pada tahun 2030, ASEAN diperkirakan akan menjadi ekonomi terbesar keempat di dunia. Dinamika ini didorong oleh populasi sebesar 700 juta jiwa, yang terdiri dari individu muda, terdidik, semakin aktif secara daring, dan kelas menengah yang terus berkembang. Salah satu peluang besar tersebut adalah ekonomi digitalnya, yang diperkirakan akan

tumbuh dari sekitar 300 miliar dolar AS menjadi hampir 1 triliun dolar AS pada tahun 2030.

Namun, pengembangan ekonomi digital di kawasan tidak bebas dari hambatan dan tantangan. Tantangan terbesar adalah ketersediaan infrastruktur TIK, internet dan penyebaran perangkat digital yang belum merata sehingga meningkatkan risiko ketimpangan digital. Livia Feliciani Nazarab dan Ivana Markus dari Research Associate, Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA) (2022) menyebutkan ada tiga tantangan ekonomi digital di ASEAN.

Pertama, soal akses digital. Akses terhadap teknologi digital di ASEAN menunjukkan kesenjangan yang signifikan, ditandai dengan berbagai tingkat penggunaan digital di kawasan tersebut. Beberapa negara telah mengalami pertumbuhan pesat karena digitalisasi, sementara yang lain masih mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi digital ini. Kesenjangan digital menjadi jelas ketika melihat perbedaan antara daerah pedesaan dan perkotaan. Yang perlu dikhawatirkan adalah bagaimana daerah yang sudah maju akan terus maju dengan cepat, sementara daerah pedesaan tetap stagnan, yang memperburuk kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin.

Kedua, masalah literasi digital. Literasi digital mencakup kemampuan seseorang dalam menggunakan platform digital untuk menemukan, mengonsumsi, mengevaluasi, membuat, dan mengomunikasikan materi digital. Sama seperti akses ke teknologi digital yang berfungsi sebagai langkah awal yang

mendasar, pengembangan literasi digital merupakan langkah kedua dalam memajukan transformasi digital. Seiring dengan semakin digitalnya kawasan ini, tingkat literasi digital juga harus ditingkatkan.

Laporan Literasi Digital dalam Sistem Pendidikan di Seluruh ASEAN oleh UNICEF menemukan bahwa meskipun sebagian besar individu muda di ASEAN memiliki tingkat literasi digital yang sedang, terdapat kesenjangan yang signifikan antara masing-masing negara. Selain itu, lebih dari separuh individu muda berusia 10-24 tahun, atau 61 persen tidak diajarkan keterampilan digital sebagai bagian dari kurikulum sekolah mereka.

Ketiga, adalah masala kemampuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi. Salah satu faktor penting dari proses transformasi digital adalah kemampuan dan keterampilan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi. ASEAN, baik di dalam maupun di antara negara-negara anggota, menghadapi kesenjangan dalam keterampilan digital masyarakat. Menurut Indeks Integrasi Digital ASEAN, yang mengukur kawasan tersebut berdasarkan enam metrik, Asia Tenggara mendapat skor terendah dalam keterampilan dan bakat digital, yang menandakan kebutuhan mendesak untuk mendukung upaya-upaya untuk meningkatkan tingkat keterampilan digital di kawasan tersebut. Jadi, sangat penting bagi negara-negara untuk lebih meningkatkan literasi digital melalui inisiatif, seperti Program Literasi Digital ASEAN untuk membekali individu dengan

keterampilan yang diperlukan untuk menavigasi lingkungan ASEAN yang digital.

Selain tiga masalah di atas, ASEAN juga berhadapan dengan suatu tantangan yang tak kecil berupa perluasan partisipasi ekonomi digital, memelihara sektor-sektor industri baru yang lahir sebagai dampak dari penedapan teknologi digital dalam dunia ekonomi. Situs web asean.org (2024) menyebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian integral dari pembangunan dan pertumbuhan ekonomi negara-negara Anggota ASEAN. Dengan mempertimbangkan berbagai definisi, terdapat 70 juta UMKM di ASEAN, yang mencakup antara 97,2 – 99,9 persen dari total perusahaan di Negara Anggota ASEAN. Secara regional, UMKM berkontribusi sebesar 85 persen terhadap lapangan kerja, 44,8 persen terhadap PDB, dan 18 persen terhadap ekspor nasional. Angka-angka ini menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran penting bagi pembangunan ekonomi dan sosial, berkontribusi pada kegiatan bernilai tambah, inovasi, dan pertumbuhan inklusif melalui penciptaan lapangan kerja dan keberadaan mereka yang tersebar luas di daerah perkotaan dan pedesaan. UMKM merupakan tulang punggung ASEAN dan sangat penting untuk mencapai pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan berkelanjutan serta dalam mempersempit kesenjangan pembangunan. Namun, untuk memanfaatkan potensi ini dan membuka masa depan yang lebih baik, bukanlah sebuah perkara mudah. Untuk mengatasi tantangan tersebut, penting untuk terlebih dahulu mengakui bahwa kesenjangan digital masih ada 150 juta orang di Asia

Tenggara, terutama yang kurang terlayani, tidak memiliki akses ke teknologi digital.

Terkait ini Komite Koordinasi ASEAN untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (ACCMSME) menggandeng German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ) mengembangkan proyek yang mendukung pelaksanaan Rencana Aksi Strategis untuk Pengembangan UKM (SAPSMED) 2025. Proyek Mempromosikan Akses Pasar dan Perdagangan Lintas Batas itu berusaha menggalakkan kegiatan proyek difokuskan pada tiga bidang tematik:

Mempertahankan portal UKM regional “ASEAN Access”;

Memperkuat portal UKM nasional dan struktur pendukung di Kamboja, Republik Demokratik Rakyat Laos, dan Vietnam, termasuk pencocokan bisnis lintas negara; dan

Merangsang dialog publik-swasta tentang isu kebijakan yang relevan dengan promosi UKM dan perdagangan lintas batas. Tujuan dan dukungan proyek ini sangat sejalan dengan Inisiatif Integrasi ASEAN (IAI), yang berupaya meningkatkan daya saing kawasan dengan mempersempit kesenjangan pembangunan intra-ASEAN.

Merujuk ke hasil studi *UnaFiancial, AsiaBiz Today*, edisi 30 Januari 2024 menyebutkan bahwa nilai tambah bruto ekonomi digital negara-negara ASEAN Tenggara mencapai 45 persen dari PDB kawasan tersebut pada tahun 2022. Pada tahun 2027, ekonomi digital akan berkontribusi sekitar 56 persen terhadap PDB kawasan tersebut, dengan

pembayaran digital memimpin (61,5 persen).

Dikatakan, Indonesia menyumbang pangsa terbesar dengan 42,6 persen atau 691,8 miliar dolar AS, dari ekonomi digital di ASEAN. Diikuti oleh Malaysia (15,6 persen), Singapura (13 persen), Thailand (11,2 persen), Vietnam (10,7 persen), Filipina (5,7 persen), Myanmar (0,6 persen), Kamboja (0,3 persen), Laos (0,2 persen) dan Brunei (0,1 persen). Menurut analisis UnaFinancial, hal ini sejalan dengan distribusi PDB negara-negara tersebut, yang mengonfirmasi kesesuaian jumlah yang diestimasikan. Dominasi Indonesia didukung oleh jumlah populasinya, yang menyumbang 41,1 persen dari total populasi ASEAN sebesar 663,9 juta jiwa pada 2021.

Ekonomi Digital Di Negara-Negara Anggota Apec

Situs web Kemenlu RI menerangkan bahwa Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) adalah forum kerja sama antar 21 Ekonomi di lingkaran Samudera Pasifik yang berdiri tahun 1989. Saat ini terdapat 21 Ekonomi yang menjadi anggota APEC, yaitu Australia, Brunei Darussalam, Canada, Chile, China, Hong Kong-China, Indonesia, Japan, South Korea, Malaysia, Mexico, New Zealand, the Philippines, Peru, PNG, Russia, Singapore, Chinese Taipei, Thailand, the United States, dan Viet Nam. Kerja sama di APEC merupakan kerja sama non-politis, ditandai dengan keanggotaan Hong Kong-China dan Chinese Taipei. Anggota APEC disebut "Ekonomi" mengingat setiap anggota saling berinteraksi sebagai entitas ekonomi, dan bukan sebagai negara.

Tujuan utama APEC adalah mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan di Asia Pasifik. Hal ini dilakukan dengan mendorong dan memfasilitasi perdagangan dan investasi yang lebih bebas dan terbuka di kawasan, serta meningkatkan kerja sama pengembangan kapasitas Ekonomi anggota.

Tujuan utama APEC ini tertuang pada dokumen visi jangka Panjang APEC Putrajaya Vision 2040, yang disepakati pada tahun 2020. Visi ini menggantikan *Bogor Goals* yang telah menjadi visi jangka panjang APEC sejak tahun 1994. Adapun tujuan yang ingin dicapai pada tahun 2040 adalah: "*Our vision is an open, dynamic, resilient and peaceful Asia-Pacific community by 2040, for the prosperity of all our people and future generations.*"

Pencapaian Putrajaya Vision 2040 berfokus pada 3 (tiga) economic driver yaitu: (1) *Trade and Investment*; (2) *Innovation and Digitalisation*; dan (3) *Strong, Balanced, Secure, and Sustainable Growth*,

Peneliti Senior dalam Program Ekonomi dan Pembangunan Global di Brookings Institution, Joshua P. Meltzer (2024) mengemukakan berbeda dengan kemunduran di WTO dan dalam negosiasi Kerangka Ekonomi Indo-Pasifik, APEC telah menyimpulkan sejumlah hasil tingkat kerja khusus tentang perdagangan digital dalam beberapa tahun terakhir. Namun, lebih banyak yang dapat dilakukan di antara para anggota untuk berbagi pelajaran tentang mempromosikan data pemerintah terbuka,

yang pada gilirannya dapat memajukan kerja forum seputar dokumentasi elektronik dan kolaborasi AI.

Di antara para anggota Kerja Sama Ekonomi Asia-Pasifik (APEC), perdagangan digital diperkirakan bernilai sekitar 1,68 triliun dolar AS pada tahun 2018, atau 20 persen dari perdagangan intraregional, menyusul pertumbuhan pada tingkat tahunan gabungan sebesar 7,8 persen antara tahun 2000 dan 2018.

Memperluas peluang untuk perdagangan digital telah menjadi fokus APEC selama bertahun-tahun. Ini mencakup pekerjaan di berbagai masalah perdagangan digital dan peraturan terkait yang memengaruhi arus data lintas batas, seperti peraturan privasi.

Pada tahun 2017, para pemimpin APEC berupaya mewujudkan potensi internet dan ekonomi digital serta mengadopsi Peta Jalan Internet dan Ekonomi Digital APEC (AIDER), yang memberikan panduan tentang area dan tindakan prioritas untuk mempromosikan inovasi dan menjembatani kesenjangan digital di kawasan APEC. Pada tahun 2023, para menteri APEC menegaskan kembali “seruan mereka untuk mempercepat implementasi Peta Jalan Internet dan Ekonomi Digital APEC”.

AIDER memiliki sebelas area fokus utama yang mencakup berbagai macam regulasi dan isu kebijakan lainnya yang memengaruhi perdagangan digital, seperti kebutuhan untuk mengakses regulasi perdagangan digital pita lebar, membangun kepercayaan dalam penggunaan teknologi informasi dan

komunikasi, serta memperluas akses dan inklusivitas.

Pada tahun 2018, APEC membentuk Kelompok Pengarah Ekonomi Digital untuk memfasilitasi pengembangan internet dan ekonomi digital serta memberi saran kepada pejabat senior tentang implementasi AIDER.

Peta jalan ini juga merupakan elemen kunci dari Visi APEC Putrajaya 2040 yang lebih luas, yang menginginkan “sebuah komunitas Asia-Pasifik yang terbuka, dinamis, tangguh, dan damai pada tahun 2040,” dengan tiga pendorong ekonomi utama—(1) perdagangan dan investasi, (2) inovasi dan digitalisasi, dan (3) pertumbuhan yang kuat, seimbang, aman, berkelanjutan, dan inklusif. Membuat kemajuan pada AIDER akan memperkuat semua pendorong ini dan dengan demikian menggerakkan APEC menuju visinya untuk tahun 2040.

Ekonomi Digital Di Negara-Negara Oecd

Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) adalah organisasi ekonomi antarpemerintah internasional yang beranggotakan 38 negara. OECD didirikan pada tahun 1961 untuk mendorong perdagangan dunia dan kemajuan ekonomi. OECD berkantor pusat di Château de la Muette di Paris, Prancis dan berperan sebagai pengamat tetap resmi untuk Perserikatan Bangsa-Bangsa dan disebut sebagai lembaga pemikir atau kelompok pemantau.

Saat ini terdapat 38 negara yang menjadi anggota OECD. Mereka terdiri dari Australia, Austria, Belgia, Kanada, Chili, Kolombia, Kosta Rika, Republik Ceko,

Denmark, Estonia, Finlandia, Prancis, Jerman, Yunani, Hungaria, Islandia, Irlandia, Israel, Italia, Jepang, Korea Selatan, Latvia, Lithuania, Luksemburg, Meksiko, Belanda, Selandia Baru, Norwegia, Polandia, Portugal, Republik Slowakia, Slovenia, Spanyol, Swedia, Swiss, Turki, Inggris Raya, dan Amerika Serikat. Komisi Eropa berpartisipasi dalam pekerjaan OECD bersama negara-negara anggota UE. Negara-negara terbaru yang bergabung dengan OECD adalah Kolombia, pada bulan April 2020, dan Kosta Rika, pada bulan Mei 2021. Sementara permintaan enam negara lain (Argentina, Brasil, Bulgaria, Kroasia, Peru, dan Rumania) untuk bergabung sedang dipertimbangkan oleh OECD. Mitra utama adalah Brasil, Tiongkok, India, Indonesia, dan Afrika Selatan. Negara-negara anggota OECD secara kolektif mencakup 62,2 persen dari PDB nominal global (49,6 triliun dolar AS) dan 42,8 persen dari PDB global (54,2 triliun dolar AS) pada partisipasi daya beli pada tahun 2017.

Pada tahun 2019, OECD merilis analisis penelitian berjudul 'The Long View: Scenarios for the World Economy to 2060'. Temuan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pertumbuhan PDB riil dunia akan menurun dari 3,5 persen pada tahun 2018 menjadi 2 persen pada tahun 2060.

Pada tahun 2060, gabungan India, Tiongkok, dan Indonesia akan mewakili hampir setengah dari output ekonomi dunia.

Pertumbuhan ekonomi digital di negara-negara OECD, sangat pesat. Siaran

pers OECD pada 14 Mei 2024 mengungkapkan sektor teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tumbuh rata-rata 6,3 persen antara tahun 2013 dan 2023, sekitar tiga kali lebih cepat daripada total ekonomi di 27 negara OECD yang dianalisis.

Volume pertama 'Prospek Ekonomi Digital OECD' 2024 yang dirilis 14 Mei 2024 juga menunjukkan sektor TIK mempertahankan kinerja yang kuat ini selama tahun 2023 dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 7,6 persen. Di banyak negara OECD, tahun 2023 merupakan tahun rekor untuk pertumbuhan sektor TIK, dengan lima negara OECD (Inggris Raya, Belgia, Jerman, Austria, dan Belanda) mencapai tingkat pertumbuhan di atas 10 persen pada tahun 2023.

Meskipun semua negara OECD menunjukkan pertumbuhan sektor TIK yang positif secara rata-rata selama periode 10 tahun, terdapat kesenjangan 10 poin persentase antara negara dengan kinerja tertinggi dan terendah.

Mengenai Kecerdasan Buatan, Prospek menunjukkan bahwa investasi – dan risiko – sedang meningkat, tetapi adopsi sangat terkonsentrasi. Misalnya, investasi dalam Kecerdasan Buatan generatif telah tumbuh dari 1,3 miliar dolar AS pada tahun 2022 menjadi 17,8 miliar dolar AS pada tahun 2023, sementara secara paralel telah terjadi peningkatan 53 kali lipat dalam insiden dan bahaya AI generatif yang dilaporkan oleh outlet berita terkemuka secara global sejak akhir tahun 2022. Adopsi AI terkonsentrasi di sektor teknologi informasi dan komunikasi

(TIK), di mana rata-rata 28 persen perusahaan TIK menggunakan AI pada tahun 2023 di OECD, lebih tinggi daripada sektor lainnya. Agar manfaat AI dapat dibagikan secara luas, tingkat difusi harus meningkat di sektor lain.

Menurut Sekretaris Jenderal OECD Mathias Cormann (2023), sektor TIK merupakan pendorong utama pertumbuhan global. Namun, terdapat perbedaan substansial antarnegara, dengan kesenjangan lebih dari 10 poin persentase antara ekonomi dengan tingkat pertumbuhan sektor rata-rata tertinggi dan terendah antara tahun 2013 dan 2023.

Volume pertama Prospek Ekonomi Digital OECD 2024 ini memberikan wawasan dan data baru untuk membantu para pembuat kebijakan merancang kebijakan yang efektif untuk memastikan kita memanfaatkan peluang luar biasa dari teknologi digital, sambil mengelola risiko dan gangguan terkait.

Dokumen itu menyebutkan teknologi digital seperti komputasi awan dan teknologi IoT telah menyebar luas, adopsi teknologi yang bergantung pada data, seperti AI, masih rendah. Agar manfaat AI dapat dibagikan secara lebih luas, juga untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan, tangguh, dan inklusif, tingkat penyebarannya harus meningkat ke sektor-sektor lain.

Prospek 2024 juga menjajaki sejumlah isu kebijakan digital, termasuk privasi dalam teknologi imersif seperti

realitas virtual, masa depan konektivitas nirkabel, dan peningkatan perilaku negatif daring yang memengaruhi kesehatan mental, seperti perundungan siber. Hal itu diangkat karena sejumlah laporan menyebutkan banyak anak mengalami kesulitan dalam fungsi sehari-hari dan merasa tidak bahagia karena penggunaan media sosial yang meningkat sebesar 49 persen sejak 2017, dengan jumlah anak perempuan meningkat lebih dari dua kali lipat dibandingkan anak laki-laki. Analisis komprehensif tentang lanskap digital ini menawarkan alat yang berharga bagi para pembuat kebijakan yang ingin mengikuti implikasi perkembangan teknologi terhadap kebijakan publik.

Dinamika Dan Ambisi Digitalisasi Ekonomi Uni Eropa

Komitmen kuat terhadap digitalisasi di kawasan Uni Eropa berawal dari Agenda Digital untuk Eropa tahun 2010, dan khususnya peluncuran Pasar Tunggal Digital pada tahun 2014-15, yang dipromosikan selama masa jabatan Presiden Jean-Claude Juncker. Sejak saat itu, digitalisasi telah menarik minat yang semakin besar dari otoritas Eropa.

Dalam ‘Class Notes’ bertajuk ‘Introduction to Digital Economy in the EU’ (2020), Julio Navio Marco menulis, “Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) semakin melekat dalam kehidupan kita, baik di bidang profesional maupun kehidupan pribadi. TIK juga memainkan peran yang semakin penting dalam ekonomi dan masyarakat abad ke-21, dengan menerapkan cara-cara baru

dalam bekerja dan berinteraksi, serta mendorong dunia yang semakin digital”.

Disebutkan, pada tahun 2019, perusahaan-perusahaan Eropa berupaya untuk memperkenalkan dunia digital ke dalam bisnis mereka, tetapi masih ada jalan panjang yang harus ditempuh, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang jumlahnya mencapai 25 juta dan merupakan tulang punggung ekonomi UE. Satu kendala utama digitalisasi UKM UE adalah kesenjangan pengetahuan digital, yang disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital di antara pemilik, manajer, dan karyawan. Mengatasi kekurangan ini UE bertekad untuk memastikan pemulihan yang kuat. Tepat sebelum pandemi, integrasi teknologi digital oleh bisnis menunjukkan perbedaan besar, baik menurut ukuran perusahaan, sektor, maupun menurut negara anggota UE sendiri. Perusahaan-perusahaan besar dan sebagian negara anggota menjadi semakin digital, tetapi UKM dan sebagian negara anggota justru semakin ketinggalan dalam berdigitalisasi.

Sejak tahun 2014, Komisi Eropa telah memantau kemajuan digital Negara Anggota melalui Indeks Ekonomi dan Masyarakat Digital atau Digital Economy and Society Indeks (DESI). DESI mendefinisikan integrasi teknologi digital untuk bisnis sebagai penggunaan berbagi informasi, media sosial, big data, cloud, dan penggunaan e-commerce oleh perusahaan di antara usaha kecil dan menengah (UKM). DESI mengukur 1) konektivitas, 2) sumber daya manusia, 3) penggunaan layanan

internet, 4) integrasi teknologi digital, dan 5) layanan publik digital. Konektivitas didefinisikan sebagai jangkauan internet, kecepatan, dan kesiapan 5G.

Publikasi DESI 2019 menyebutkan, 38,5 persen perusahaan besar di EU telah mengandalkan layanan cloud canggih dan 32,7 persen menggunakan analitik big data. Namun, sebagian besar UKM belum memanfaatkan teknologi ini, dengan hanya 17,5 persen dari mereka yang menggunakan layanan cloud dan hanya 12 persen yang menggunakan analitik big data.

Menanggapi loncatan kemajuan teknologi TIK dan adopsi digitalisasi pasca pandemi Covid-19, pada 30 Mei 2023 EU meluncurkan EU4Digital DESI Accelerator. Acara peluncuran meningkatkan kesadaran tentang aktivitas digitalisasi, manfaatnya, dan rencana implementasi DESI di Kemitraan Timur (EaP). Pada sesi pertama acara peluncuran tersebut, Atis Migals, pemimpin Aliran Keterampilan Digital Fasilitas EU4Digital, mempresentasikan rencana aksi dan manfaatnya. Ia memperkenalkan dan memberikan panduan tentang materi untuk mendukung perwakilan EaP dalam melanjutkan aktivitas Akselerator DESI. Ini termasuk survei untuk mengumpulkan informasi tentang pengukuran DESI di negara-negara mitra Timur dan metodologi implementasi DESI. Bagian kedua acara ini didedikasikan untuk memperkenalkan DESI itu sendiri, dengan fokus pada kekhasan implementasinya di negara-negara mitra Timur. Mara Jakobsone dan

Vita Vitola-Lapina, pakar senior dari EU4Digital Digital Skills Stream, memberikan wawasan berharga tentang keadaan DESI saat ini, keterkaitan dengan Dekade Digital Uni Eropa, dan nuansa metodologis, termasuk tantangan potensial dalam implementasi praktis DESI di negara-negara mitra Timur yaitu Armenia, Georgia, Azerbaijan, Republic of Moldova, Belarus dan Ukraina.

DESI Akselelator menargetkan 80 persen dari semua orang dewasa di EU harus memiliki setidaknya keterampilan digital dasar pada tahun 2030. Untuk memiliki setidaknya keterampilan digital dasar secara keseluruhan, orang harus tahu cara melakukan setidaknya 1 aktivitas di masing-masing dari lima kompetensi yang berbeda.

Target tersebut dilakukan berdasarkan data bahwa hingga tahun 2023, 44 persen warga UE tidak memiliki keterampilan digital dasar, dan lebih dari 90 persen orang di UE menggunakan internet setidaknya seminggu sekali. Namun, hanya 56 persen yang memiliki keterampilan digital dasar atau di atas dasar. Hingga tahun 2023, di seluruh negara UE, pangsa orang dengan keterampilan digital dasar atau di atas dasar, tertinggi di Belanda (83 persen) dan Finlandia (82 persen), Irlandia (73 persen), Denmark (70 persen), dan Ceko (69 persen). Hingga tahun yang sama, baru 23 persen bisnis UE melakukan penjualan daring. Pangsa bisnis besar (46 persen) lebih dari dua kali lipat lebih tinggi daripada UKM (22 persen).

Terkait koneksi internet, disebutkan bahwa pada tahun 2023, hampir semua bisnis (96,5 persen) memiliki akses internet pita lebar. Sebab, 94 persen bisnis UMKM dan 99 persen bisnis besar menggunakan pita lebar.

Meski demikian, ekonomi digital EU masih berhadapan dengan tantangan cukup berat terkait keamanan siber (TK). Tercatat, pada tahun 2022, 22 persen bisnis di EU mengalami insiden keamanan TIK yang menyebabkan, misalnya, tidak tersedianya layanan TIK, kerusakan atau korupsi data, dan pengungkapan data rahasia. Tercatat, 44 persen pangsa bisnis terbesar di Finlandia melaporkan insiden keamanan TIK, mengungguli Belanda dan Polandia (keduanya 30 persen), sementara Portugal dan Slovakia (keduanya 12 persen) dan Bulgaria (11 persen).

Pada tahun 2022, sebanyak 92 persen bisnis di UE menggunakan setidaknya 1 langkah keamanan TIK. Di antara negara-negara UE, langkah ini ditempuh oleh 75 persen di Yunani, 79 persen di Hongaria hingga 98 persen di Denmark dan Finlandia. Langkah-langkah keamanan siber yang paling umum digunakan oleh bisnis di UE adalah: autentikasi kata sandi yang kuat (82 persen; pencadangan data ke lokasi terpisah atau cloud (78 persen); kontrol akses jaringan (65 persen); dan memberi tahu staf tentang kewajiban keamanan TIK (58 persen). Untuk mencapai tujuan keamanan siber, 42 persen perusahaan di UE memberikan pelatihan keamanan TIK sukarela, 21 persen memiliki pelatihan keamanan TIK

wajib, dan 32 persen memasukkan kewajiban keamanan TIK dalam kontrak karyawan mereka. gar tetap efektif, langkah-langkah dan prosedur keamanan harus didokumentasikan dan diperbarui secara berkala. Pada tahun 2022, lebih dari sepertiga (37 persen) bisnis UE memiliki dokumen tentang langkah-langkah, praktik, atau prosedur keamanan TIK, dan hampir seperempat (24 persen) mendefinisikan atau meninjau dokumen-dokumen tersebut dalam tahun lalu. Selain itu, 25 persen dari total bisnis di UE diasuransikan terhadap insiden terkait TIK.

Lalu, bagaimana prospek masa depan transformasi digital di Uni Eropa? Perihal ini European Commission (2024) mengemukakan “Komisi bertekad untuk menjadikan ini sebagai ‘Dekade Digital’ Eropa. Eropa kini harus memperkuat kedaulatan digitalnya dan menetapkan standar, alih-alih mengikuti standar negara lain – dengan fokus yang jelas pada data, teknologi, dan infrastruktur. Berkenaan dengan itu, UE mengalokasikan 250 miliar Euro untuk mendorong kemajuan digitalisasi generasi masa depan EU. EU menargetkan 80 persen populasi UE harus memiliki keterampilan digital dasar pada tahun 2030. Terkait itu, EU berkomitmen menggelontorkan dana investasi 43 miliar Euro untuk menghasilkan kebijakan dan regulasi ‘Chips Act’ hingga tahun 2030”.

Dinamika dan ambisi ekonomi digital di EU berdampak besar pada negara-negara Timur (Asia Tenggara dan Pasifik), termasuk Indonesia. Dalam

analisisnya, Sofia Scaserra (2021) mengatakan dalam beberapa tahun terakhir, Perjanjian Perdagangan Bebas atau Free Trade Agreement (FTA) mulai memasukkan aturan untuk ekonomi digital sebagai akibat dari tekanan dari Big Tech.

Ini tampak nyata dalam proses negoasiasi antara Indonesia. Perundingan yang dimulai tahun 2016 itu sering tersendat karena tuntutan baru UE terkait perdagangan digital. Tuntutan baru tersebut adalah strategi UE untuk mendominasi ekonomi digital dunia, yang saat ini tertinggal jauh di belakang AS dan Tiongkok

Menurut Scasserra, apabila Indonesia tidak melakukan analisis biaya dalam hal industrialisasi secara berhati-hati, perundingan tersebut dapat membelenggu kapasitas Indonesia untuk memiliki strategi data sendiri. Namun, tampaknya Indonesia siap menjadi penyedia data bagi negara-negara lain yang akan mengembangkan teknologi dan menjualnya kembali kepada masyarakat Indonesia. Indonesia juga puas melepaskan kemungkinan industrialisasi digital yang membuat dirinya untuk selamanya menjadi sekadar produsen data dan konsumen teknologi yang dirancang dan diproduksi di luar negeri.

Free Trade Agreement Center (2023) menyebutkan klausul perjanjian yang memasukkan aspek digital ekonomi juga ada dalam Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) FTA. RCEP mewakili 29.6 pesen penduduk dunia, 30,2 persen GDP dunia, 27.4 persen

perdagangan dunia serta 29.8 persen FDI dunia.

Perjanjian RCEP disetujui dan ditandatangani oleh berbagai negara Asia dan Pasifik (Australia, Brunei, Kamboja, Cina, Indonesia, Jepang, Laos, Malaysia, Myanmar, Selandia Baru, Filipina, Singapura, Korea Selatan, Thailand, dan Vietnam) dalam KTT Asean ke 37 yang digelar secara virtual di Vietnam pada 15 November 2020.

Ekonomi Digital Di Kawasan Timur Tengah

Artikel bertajuk 'Digital economy in middle east', Wiipa Magazine (wiipa.org.com) mengungkapkan ekonomi digital di kawasan Timur Tengah tumbuh dengan pesat, didorong oleh tingkat penetrasi internet dan seluler yang tinggi, populasi muda dan paham teknologi, serta dukungan pemerintah untuk transformasi digital. Ekonomi digital di kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA) diperkirakan akan mencapai 100 miliar dolar AS pada tahun 2020, dengan e-commerce menjadi salah satu pendorong pertumbuhan yang paling signifikan. Makalah ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam tentang keadaan ekonomi digital di Timur Tengah, prospek masa depannya, dan peluang investasi.

Saat ini ekonomi digital di Timur Tengah sedang meningkat, didorong oleh adopsi teknologi digital yang cepat oleh bisnis dan semakin populernya e-commerce. Menurut laporan PwC Timur Tengah, pasar e-commerce di Timur Tengah diperkirakan akan tumbuh dari 26,9

miliar dolar AS pada tahun 2018 menjadi 48,8 miliar dolar AS pada tahun 2022, dengan UEA dan Arab Saudi menjadi pasar e-commerce terbesar di kawasan tersebut.

Selain itu, adopsi teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan komputasi awan telah meningkat di Timur Tengah. Menurut laporan MarketsandMarkets, pasar komputasi awan Timur Tengah dan Afrika (MEA) diperkirakan akan mencapai 31,4 miliar dolar AS pada tahun 2022. Laporan tersebut juga memperkirakan bahwa pasar IoT MEA akan tumbuh dari 5,2 miliar dolar AS pada tahun 2017 menjadi 17,7 miliar dolar AS pada tahun 2023.

Menurut Wiipa Magazine, masa depan ekonomi digital di Timur Tengah cukup cerah. Ekonomi digital di Timur Tengah diperkirakan akan terus tumbuh dalam beberapa tahun mendatang. Menurut laporan McKinsey & Company, kawasan ini berpotensi menjadi ekonomi digital terkemuka, dengan e-commerce, media digital, fintech, dan healthtech menjadi sektor yang paling menjanjikan untuk pertumbuhan. Laporan tersebut memperkirakan bahwa ekonomi digital di kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA) dapat mencapai \$200 miliar pada tahun 2025.

Wiipa Magazine juga mengungkapkan terdapat peluang investasi yang signifikan dalam ekonomi digital di Timur Tengah. E-commerce, teknologi digital, dan fintech merupakan beberapa sektor yang paling menjanjikan untuk investasi. UEA, Arab Saudi, dan Mesir merupakan beberapa tujuan investasi yang paling menarik, dengan

kebijakan pemerintah yang mendukung dan lingkungan bisnis yang menguntungkan. Menurut laporan Magnitt, platform data startup, UEA dan Arab Saudi menyumbang 75 persen dari seluruh pendanaan startup di Timur Tengah pada tahun 2020.

Secara ringkas, pertumbuhan ekonomi digital di Timur Tengah dapat digambarkan sebagai berikut:

- E-commerce 48,8 miliar dolar ASS pada tahun 2022, diharapkan menjadi 80 miliar pada tahun 2025.
- Media Digital 4,4 miliar dolar AS pada tahun 2017 dan diharapkan menjadi 9,1 miliar pada tahun 2025.
- Fintech 2,2 miliar dolar AS pada tahun 2018 dan ditargetkan menjadi menjadi 2,5 miliar dolar AS pada tahun 2025.
- Healthtech 1,1 miliar dolar AS pada tahun 2017 dan diharapkan bertumbuh menjadi 2,4 miliar dolar AS pada tahun 2025.

Untuk mempercepat transformasi digitalnya, Indonesia melihat negara-negara di kawasan Timur Tengah sebagai mitra prospektif untuk mencapai tujuannya.

Muhammad Zulfikar Rakhmat (2022) menyebutkan contoh signifikan pertama dari komitmen Indonesia dengan negara-negara di kawasan Teluk terjadi pada tahun 2008, ketika Qatar menjadi pemegang saham mayoritas di Indosat, salah satu penyedia telekomunikasi terbesar di Indonesia. Saat ini, Qatar memegang 65 persen saham di Indosat.

Pada tahun 2021, perusahaan yang dikenal sebagai “Indosat Ooredoo”, meluncurkan layanan 5G komersial pertamanya di kota Solo, Jawa Tengah. Layanan 5G baru ini diharapkan dapat menyediakan akses Internet pita lebar seluler dan layanan digital yang lebih besar. Bagi Indonesia, pengembangan teknologi 5G akan membantu mempercepat transformasi digital masyarakat Indonesia dan merangsang inovasi dalam bisnis di semua sektor industri.

Selain itu, pada tahun 2019, Indonesia, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika menjalin kerja sama kemitraan dengan Arab Saudi. Nota Kesepahaman (MoU) yang ditandatangani Menkominfo RI Rudi Antara dan Menkominfo Arab Saudi Abdullah Al-Swaha pada 4 Juli 2029 di Riyadh, Arab Saudi memperkuat kerja sama ekonomi digital, khususnya pengembangan Umrah Digital Enterprise untuk mengatasi permasalahan utama terkait layanan umrah. Dua unicorn Indonesia, Tokopedia dan Traveloka akan turut ambil bagian dalam kerja sama ini sebagai representasi industri Indonesia (Bdk. setkab.go.id).

Ekonomi Digital Di Amerika Latin Dan Karibia

Negara-negara di Amerika Latin dan Karibia (LAC) memiliki peluang luar biasa di berbagai pilar dasar untuk ekonomi digital yang tangguh. Tulang punggung ekonomi digital adalah akses ke koneksi internet dan data yang bermakna (aman, produktif, dan terjangkau). World Bank Group (2024) mengemukakan, sebuah studi terkini yang

menunjukkan bahwa 75 persen dari kuintil populasi terkaya di LAC menggunakan internet sementara hanya 37 persen dari kuintil termiskin menunjukkan perbedaan mencolok dalam akses ke teknologi digital di seluruh kelompok pendapatan. 35 persen orang dewasa di LAC melaporkan tidak menggunakan pembayaran digital, sebaliknya mengandalkan transaksi berbasis uang tunai. Populasi pribumi dan keturunan Afrika menghadapi tingkat eksklusi digital yang lebih tinggi di banyak negara.

Krisis Covid-19 telah menyoroti risiko dalam transisi LAC yang masih lambat menuju ekonomi digital. Di negara-negara dengan adopsi teknologi digital yang terbatas dan tidak merata, pemerintah dibatasi dalam kemampuan mereka untuk memberikan bantuan darurat kepada rumah tangga, perusahaan berjuang untuk mempertahankan aliran pendapatan mereka, dan anak-anak tanpa akses ke layanan pembelajaran elektronik mengalami kerugian pembelajaran yang lebih nyata. Merangkul transformasi digital secara sengaja dan strategis dapat memungkinkan negara-negara Amerika Latin dan Karibia untuk mengatasi dampak sosial ekonomi dari pandemi Covid-19 dan mengeksplorasi cara-cara inovatif menuju pembangunan yang hijau, tangguh, dan inklusif (GRID).

Sebagaimana di kawasan ASEAN, transformasi digital di negara-negara Amerika dan Karibia juga mengalami sejumlah tantangan. Tantangan yang paling utama adalah akses dan adopsi teknologi digital yang tidak merata dapat memperburuk alih-alih mengurangi tingkat

ketimpangan dan pengucilan sosial yang tinggi di LAC, sehingga memperlebar kesenjangan antara peserta baru ekonomi digital dan mereka yang tertinggal. Adopsi teknologi digital juga menimbulkan risiko baru, seperti risiko yang terkait dengan perlindungan data pribadi, keamanan siber, dan kejahatan siber. Pada gilirannya, perluasan infrastruktur digital dapat menyebabkan peningkatan konsumsi energi.

Misalnya, pusat data akan segera memiliki jejak karbon yang lebih besar daripada seluruh industri penerbangan. Perangkat yang mendukung pita lebar berkontribusi terhadap pemborosan peralatan listrik dan elektronik (e-waste), yang merupakan salah satu aliran limbah yang tumbuh paling cepat di negara-negara maju. Perluasan Big Tech ke negara-negara berkembang dengan kerangka kerja dan lembaga persaingan yang lemah dapat membuat pasar nasional mengalami praktik anti-persaingan. Terakhir, peningkatan jumlah data dan manfaat serta risiko ekonomi terkait dapat mendorong pemerintah untuk condong ke arah rezim lokalisasi data, yang kemungkinan akan memengaruhi aliran data dan efisiensi sistem secara keseluruhan. Jalan ke depan

Menanggapi peluang dan tantangan yang dihadapi transformasi digital pemerintah negara-negara Amerika Latin dan Karibia bertekad untuk pendekatan holistik. Langkah tersebut didukung oleh reformasi berwawasan ke depan oleh pemerintah dan investasi inovatif oleh sektor swasta dan publik. Demikian pula, negara-negara berkomitmen merancang,

mengembangkan, dan menerapkan tata kelola, kerangka hukum, dan peraturan yang memadai, yang di satu sisi memungkinkan potensi revolusi digital; sementara di sisi lain menciptakan perlindungan yang tepat untuk membatasi risiko terkaitnya.

Saat diwawancarai media online, *The Dialogue* (29 Februari, 2024), Ione Amorim, ekonom di Institut Perlindungan Konsumen Brasil (IDEC) mengatakan inklusi digital di Amerika Latin berkembang pesat dan disertai banyak tantangan, seperti kesenjangan sosial, pelestarian lingkungan, tingginya tingkat investasi, dan kebutuhan untuk meningkatkan pendidikan dan pelatihan profesional. Kendala terbesar adalah masalah privasi, perlindungan data, keamanan siber, regulasi kecerdasan buatan, dan tindakan perusahaan penyedia transnasional. Masalah hukum sangat penting untuk memastikan inklusi digital. Perlindungan data, keamanan siber, kebebasan berekspresi, dan tantangan lainnya memerlukan pendekatan hukum yang mendalam. Transformasi digital telah berkontribusi dalam memungkinkan akses cepat ke informasi, mendobrak batasan jarak, dan mengintensifkan konektivitas.

Negara-negara dengan kinerja terbaik di Amerika Latin dalam pemeringkatan inklusi digital pada tahun 2023, menurut Indeks Inovasi Global, adalah Brasil, yang berada di posisi pertama, diikuti oleh Chili, Meksiko, Uruguay, dan El Salvador. Negara-negara ini menghadapi tantangan konektivitas dan infrastruktur komunikasi tambahan serta masalah keamanan privasi data. Brasil memiliki tingkat kejahatan digital tertinggi kedua, setelah Meksiko.

Negara-negara perlu maju dengan kecepatan yang sama dengan inovasi teknologi untuk memastikan bahwa undang-undang memadai untuk melindungi lingkungan digital, privasi, dan keamanan siber. Penting juga untuk menetapkan yurisprudensi tentang tanggung jawab perusahaan transnasional dan penyedia akses dengan operasi global.”

Sementara itu, Eleonora Rabinovich, kepala urusan pemerintahan dan kebijakan publik untuk Amerika Latin berbahasa Spanyol di Google mengaakan, Amerika Latin berada di persimpangan teknologi yang kritis karena berupaya mengadopsi teknologi yang mengganggu, seperti AI, dengan cara yang bertanggung jawab dan bermakna. Kolaborasi di antara para pemangku kepentingan akan sangat penting untuk mendorong adopsi teknologi ini dalam skala besar, karena tidak ada satu pun pelaku ekonomi yang dapat mencapai tujuan ini sendirian.

Kemenlu RI (2023) mengemukakan, menyikapi kemajuan ekonomi digital di kawasan Amerika Latin dan Karibia, Indonesia secara serius menggarap peluang kerja sama ekonomi ke pasar prospektif melalui beberapa pendekatan di antara melalui INA-LAC Business Forum. Forum ini, pertama kali dilakukan pada tahun 2019, kemudian setelah jeda karena pandemi Covid-19, diadakan kembali pada 16-17 Oktober 2023. Pada tahun 2024, forum ini akan diselenggarakan di Lima, Peru, memanfaatkan momentum penyelenggaraan KTT APEC.

Digital Ekonomi Di Kawasan Uni Afrika

Dibandingkan dengan kawasan lain di dunia, negara-negara Afrika (Uni Afrika) merupakan kawasan yang paling kurang berkembang. Akses ke internet masih belum terjangkau bagi sebagian besar orang di benua ini. Bank Dunia menyebutkan, pada tahun 2017, hanya 22 persen dari 1,25 miliar penduduk memiliki akses ke internet. Terlalu sedikit warga yang memiliki ID digital atau akun transaksi – yang membuat mereka tidak dapat mengakses layanan penting dan e-commerce. Perusahaan rintisan digital berjuang untuk menarik pendanaan dan bisnis ‘tradisional’ hanya perlahan mengadopsi teknologi dan platform digital untuk meningkatkan produktivitas dan penjualan. Hanya sedikit pula pemerintah yang berinvestasi secara strategis dan sistematis dalam mengembangkan infrastruktur, layanan, keterampilan, dan kewirausahaan digital.

Oleh karena itu, Bank Dunia merasa perlu untuk memberdayakan kaum muda Afrika dengan keterampilan digital dan akses ke teknologi supaya bisa menjadi inovator, wirausahawan dan pemimpin pemerintah yang mampu berpartisipasi dalam ekonomi global yang semakin terdigitalisasi. Pemerintah perlu menemukan cara yang lebih gesit dan efektif untuk memberikan layanan dan berinteraksi dengan warga negara. Bisnis perlu memanfaatkan model bisnis yang berpusat pada digital untuk terhubung dengan ratusan juta pelanggan yang sebelumnya tidak terjangkau karena geografi atau pendapatan rendah. Menurut Bank dunia, Uni Afrika harus berpikir besar tentang pengembangan

digital. Dengan laju kemajuan ekonomi dan sosial yang meningkat saat ini, terlalu banyak populasi muda Afrika yang terus bertambah akan kehilangan kesempatan untuk memenuhi potensi mereka. Teknologi digital menawarkan peluang untuk mengubah lintasan ini – membuka jalur baru untuk pertumbuhan ekonomi yang cepat, inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan akses ke layanan yang tidak terbayangkan satu dekade lalu. Selain itu, ada juga ‘kesenjangan digital’ yang semakin besar, dan peningkatan risiko siber, yang memerlukan tindakan segera dan terkoordinasi untuk mengatasinya.

Tahun 2018, Bank Dunia meluncurkan Inisiatif DE4A untuk mengejar tujuan “memberdayakan setiap individu, bisnis, dan pemerintah di Afrika secara digital pada tahun 2030”. Inisiatif ini berasumsi bahwa teknologi digital dan ekonomi digital menghadirkan tantangan besar sekaligus peluang besar bagi benua Afrika. Inisiatif pan-Afrika yang terkoordinasi ini bertujuan untuk memungkinkan semua negara di benua tersebut bekerja sama dengan mitra pembangunan dan sektor swasta untuk menyiapkan program dan langkah pemerintah yang relevan yang akan bertindak sebagai katalisator bagi transformasi digital Afrika. Bank Dunia memperkirakan kebutuhan pendanaan antara 62 dan 79 miliar dolar AS untuk membangun fondasi bagi ekonomi digital di seluruh Afrika.

Digital Global (2024) menyebutkan, pada 2019, sekitar 40 persen dari anak muda Afrika berusia antara 15-24 tahun dapat mengakses internet. Dengan anak-anak yang terhubung ke dunia digital, maka

risiko yang dibawa dunia online bagi anak-anak pun meningkat. Pandemi Covid-19 (2020-2021) semakin menarik minat anak-anak Afrika ke dunia online, dengan beberapa di antaranya mengakses internet untuk pertama kalinya. Risiko online hadir 24/7 (24 jam sehari, 7 hari seminggu) melalui perangkat yang memungkinkan akses ke internet. Situasi ini diperburuk bagi anak-anak dengan kebutuhan khusus dan disabilitas. Komunitas hak anak internasional mengategorikan risiko daring bagi anak-anak ke dalam 4 kategori – risiko konten, kontak, perilaku, dan konsumen/kontrak (4C).

African Union (2024) menyadari risiko tersebut, Uni Afrika menerbitkan Kebijakan Keamanan dan Pemberdayaan Daring Anak. Kebijakan tersebut kemudian menetapkan isu-isu lintas sektoral utama untuk mewujudkan hak-hak anak di lingkungan digital dan mengidentifikasi 10 tujuan kebijakan untuk Benua tersebut, mulai dari mengembangkan kapasitas kelembagaan dan meninjau kerangka hukum dan peraturan hingga memastikan tanggung jawab perusahaan dan berinvestasi dalam pendidikan dan pelatihan.

Menandai pengesahan Kebijakan Keamanan dan Pemberdayaan Daring Anak Afrika oleh Dewan Eksekutif Uni Afrika selama Sidang Biasa Keempat Puluh Empat dari 14 - 15 Februari 2024 di Addis Ababa, Ethiopia, H.E. Dr Amani Abou Zeid, Komisioner AU untuk Infrastruktur dan Energi memuji kebijakan tersebut dengan mengatakan, “Afrika menjadi pelopor sebagai kawasan pertama di dunia yang merancang kebijakan untuk melindungi,

memberdayakan, dan memastikan keselamatan anak-anak saat daring.

Startup Di Dunia

Definisi

Salah satu tren bisnis yang sangat fenomenal dalam konteks perkembangan ekonomi digital global adalah *startup*. Dalam bukunya, ‘How To Build Startup’ (2021) Sahil Kashyap menulis, secara sederhana, ‘startup’ adalah kegiatan atau proses untuk menggerakkan sesuatu. Dalam konteks bisnis, startup adalah perusahaan muda yang didirikan oleh satu atau lebih pengusaha untuk mengembangkan produk atau layanan unik dan memasarkannya.

Berdasarkan sifatnya, startup cenderung menjadi operasi yang tidak memerlukan banyak biaya, dengan pendanaan awal dari para pendiri atau teman dan keluarga mereka.

Startup seringkali bisnis ini dikaitkan sebagai bisnis yang berbasis teknologi digital, mesti tidak semua mengandalkan teknologi. Teknologi di sini digunakan untuk membantu mengembangkan bisnisnya.

Sepuluh tahun sebelumnya, melalui bukunya ‘The Lean Startup’ (2011), Eric Ries (lahir 22 September 1978), seorang wirausahawan Amerika, blogger, yang juga dikenal sebagai pioner gerakan startup, mendefinisikan startup sebagai “... sebuah lembaga manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau layanan baru dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem.”

Menurut Eric Reis, startup memiliki mesin yang sama yang disebut 'mesin pertumbuhan'. Pasar dan konsumen yang disasar startup bisa bermacam-macam: perusahaan mainan, firma konsultan, dan perusahaan manufaktur, yang barangkali tidak mirip satu sama lain, tetapi semua beroperasi dengan mesin pertumbuhan yang sama.

Sedangkan definisi startup menurut Grant (2021) adalah "perusahaan yang masih dalam tahap awal operasi. Startup didirikan oleh satu atau lebih pengusaha yang ingin mengembangkan produk atau layanan yang mereka yakini memiliki permintaan. Perusahaan-perusahaan ini umumnya memulai dengan biaya tinggi dan pendapatan terbatas, itulah sebabnya mereka mencari modal dari berbagai sumber seperti pemodal ventura."

Definisi lainnya adalah "Startup adalah perusahaan yang diluncurkan untuk mengembangkan ide dengan potensi peluang bisnis dan dampak yang signifikan. Terkadang ide tersebut merupakan kilasan wawasan, tetapi lebih sering dimulai dengan pengembangan ide atau solusi untuk masalah yang bermakna yang memiliki pasar yang dapat diidentifikasi." (Figueiredo, 2022).

Berdasarkan definisi tersebut, disebutkan beberapa elemen startup sebagai berikut:

- bisnis pada tahap awal operasi
- menciptakan produk atau layanan baru yang mereka yakini memiliki permintaan

- mengembangkan ide dengan potensi peluang bisnis dan dampak yang signifikan
- memecahkan masalah yang berarti yang memiliki pasar yang dapat diidentifikasi
- dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem

Startup biasanya dimulai oleh 1-3 pendiri yang berfokus pada kapitalisasi permintaan pasar yang dirasakan, untuk mengembangkan produk, layanan, atau platform yang layak. Selama tahap awal peluncurannya, startup biasanya didanai sendiri oleh pendiri, keluarga atau teman, meskipun, terkadang dapat didanai oleh investor atau pinjaman bank.

Jason Miller (2024) menyatakan startup umumnya mendanai dirinya melalui beberapa tahapan pendanaan sebagai berikut.

- Pada putaran awal yang dikenal sebagai pendanaan mandiri atau *bootstrapping*. *Bootstrapping*, mengacu pada praktik menggunakan tabungan pribadi, mengambil pinjaman pribadi, atau menghasilkan pendapatan dari bisnis itu sendiri untuk membiayai operasi dan pertumbuhan perusahaan rintisan. Ini adalah pendekatan umum bagi para pendiri yang memulai atau mengembangkan bisnis mereka tanpa investor eksternal.
- Setelah itu, muncul pendanaan awal dari apa yang disebut "investor malaikat" (*angel investors*), dimana individu-individu dengan kekayaan bersih tinggi yang berinvestasi di perusahaan-perusahaan tahap awal.

Selanjutnya, ada putaran pendanaan (*funding round*) Seri A, B, C, dan D, yang utamanya dipimpin oleh perusahaan modal ventura, yang menginvestasikan puluhan hingga ratusan juta dolar ke dalam perusahaan.

Biasanya, pendanaan Seri A menghasilkan sekitar 2 juta dolar AS hingga 15 juta dolar AS, meskipun jumlah pastinya dapat bervariasi tergantung pada industri, lokasi, dan perusahaan rintisan masing-masing. Tahap perusahaan selama pendanaan Seri A sering kali merupakan tahap awal, saat bisnis telah menetapkan bukti konsep, menunjukkan daya tarik pasar, dan membutuhkan modal untuk lebih mengembangkan produk atau layanannya. Selanjutnya, Seri B: 10 juta hingga 60 juta dolar AS; Seri C: 20 juta hingga 100 juta dolar AS; Seri D: 30 juta hingga 150 juta dolar AS; Seri E: 50 juta dolar AS dan lebih.

- Metode pendanaan berikutnya adalah Crowdfunding. Crowdfunding adalah metode penggalangan dana dari sejumlah besar individu, biasanya melalui platform daring, untuk mendanai proyek atau usaha bisnis. Metode ini menyediakan alternatif bagi jenis pendanaan lain untuk perusahaan rintisan dengan memungkinkan pengusaha memanfaatkan jaringan pendukung potensial yang luas.
- Terakhir, perusahaan rintisan dapat memutuskan untuk menjadi perusahaan publik dan membuka diri terhadap uang dari luar melalui go public di pasar modal melalui mekanisme initial public offering (IPO), akuisisi oleh perusahaan akuisisi

bertujuan khusus (SPAC) atau pencatatan langsung di bursa saham. Siapa pun dapat berinvestasi di perusahaan publik, dan para pendiri perusahaan rintisan dan pendukung awal dapat menjual saham mereka untuk mendapatkan laba atas investasi yang besar.

Dari sisi target pasarnya, situs web Marei membedakan *startup* atas enam jenis sebagai berikut:

- 1). *Scalable*: Bisnis ini disebut memiliki potensi untuk bisa menjangkau pasar global. Biasanya perusahaan rintisan ini berbasis teknologi dan berkategori hectoron yang menggunakan investor sebagai dukungannya. Contoh dari perusahaan ini adalah social media company dan search engine company.
- 2). *Small Business*: Perusahaan ini biasanya didirikan dan didanai oleh orang-orang biasa. Perusahaan rintisan ini umumnya memiliki target pasar yang lebih spesifik serta fokus pada produk dan layanan yang berkualitas. Perusahaan ini masuk kategori unicorn. Beberapa contoh perusahaan yang masuk kategori ini adalah agen perjalanan dan toko kelontong.
- 3). *Lifestyle*: Perusahaan ini didirikan oleh mereka yang ingin mengejar fashion. Secara umum perusahaan rintisan ini masuk kategori unicorn dengan produk atau layanan yang ditujukan untuk lifestyle.
- 4). *Buyable*: Secara umum perusahaan ini masuk kategori decacorn. Perusahaan berbasis teknologi ini juga memiliki potensi perkembangan yang pesat.

Contohnya perusahaan penyedia transportasi online dan e-commerce.

5). *Corporate*: Perusahaan ini mengembangkan produk dan layanannya untuk membuat perusahaan tersebut tetap kompetitif. Contoh perusahaan yang masuk kategori unicorn ini adalah perusahaan *e-commerce*.

6). *Social*: Perusahaan ini ditujukan untuk memecahkan masalah sosial dan berkategori unicorn. Contoh dari perusahaan rintisan sosial yaitu organisasi nirlaba, organisasi aman dan organisasi yang fokus pada isu lingkungan.

Selanjutnya, dilihat dari bidang usahanya, startup dapat dibedakan ke dalam berbagai sektor seperti sektor umum, transportasi, hiburan dan permainan, properti, pendidikan, kesehatan, pertanian, *e-commerce*, *tour-travel*, dan komodasi/Perhotelan dan kuliner, serta media dan publikasi.

Pertumbuhan Pesat Startup

Di dunia yang teknologinya berkembang pesat, cara kita berbisnis pun berubah. Perusahaan rintisan atau *startup*, khususnya, berada di garis depan perubahan ini, memanfaatkan perangkat dan platform digital untuk mengubah industri tradisional dan menciptakan industri baru. Masa depan startup terkait erat dengan masa depan teknologi, dan ini adalah waktu yang tepat untuk menjadi seorang wirausahawan. Dengan munculnya otomatisasi, AI, dan berbagai platform digital baru, kelahiran startup baru dan pertumbuhannya seakan tak

terbendung. Begitulah tren yang terjadi di seluruh belahan dunia saat ini.

Amerika Serikat adalah negara yang sangat kapitalis. Tidak mengherankan bahwa AS memiliki jumlah perusahaan rintisan tertinggi. Budaya AS ramah terhadap perusahaan rintisan dengan Silicon Valley sebagai area paling populer untuk perusahaan rintisan teknologi.

Data yang dirilis Microsoft pada awal 2024

No	Negara	Jumlah startup
1	Amerika Serikat	77,927
2	India	16,323
3	Inggris	7,070
4	Kanada	3,870
5	Australia	2,792
6	Indonesia	2,561
7	Jerman	2,441
8	Perancis	1,649
9	Spanyol	1,490
10	Brazil	1,184

menyebutkan ada lebih dari 150 Juta startup di dunia saat ini, dan 50 juta startup baru didirikan setiap tahun. Itu berarti, rata-rata, 137.000 startup diluncurkan setiap hari. Namun, hanya 10 persen yang dapat bertahan dalam jangka panjang.

Dalam tulisannya di Demandsage.com (12 Januari 2024), Rohit Shewale menulis ringkasan statistik startup 2024 sebagai berikut:

- Ada lebih dari 150 juta Startup di seluruh dunia, 77.927 di antaranya berada di Amerika Serikat.
- 1.361 startup di seluruh dunia menyandang lencana unicorn.
- Tingkat kegagalan startup global adalah 90 persen.

- Pendiri pemula memiliki tingkat keberhasilan startup sebesar 18 persen.
- Pemilik bisnis yang gagal di masa lalu memiliki tingkat keberhasilan startup yang sedikit lebih tinggi, yaitu 20 persen.
- Sepertiga startup gagal karena kurangnya permintaan produk.
- Biaya rata-rata untuk memulai bisnis adalah 40.000 dolar AS.

Kemudian Shewale menyebutkan, 10 negara terbesar dalam jumlah startup. Amerika Serikat adalah negara dengan jumlah startup terbanyak di dunia yaitu ada 77.927 startup, di mana sebagian besarnya muncul dari Silicon Valley. India menyusul Amerika Serikat dengan 16.323 startup. (Lihat Tabel).

Tabel 10 Negara di Dunia dengan Jumlah Startup Terbanyak

Sumber: *Startup ranking./www.demandsage.com/startup-statistic*

Beberapa negara lain memiliki budaya startup yang hebat tetapi tidak masuk dalam daftar 10 besar. Hingga awal 2024, Tiongkok misalnya diketahui hanya memiliki 608 startup karena pemerintah menetapkan peraturan dan sistem pengawas yang ketat.

Startup Berstatus Unicorn

Unicorn adalah istilah yang merujuk pada startup yang memiliki valuasi melampaui 1 miliar dolar AS. Data Dealroom mengungkapkan kurang dari 1 persen dari total startup di dunia yang mampu melampaui valuasi 1 miliar dolar.

Beberapa startup unicorn yang populer di seluruh dunia adalah Uber, Airbnb, SpaceX, dan banyak lagi.

Dealroom menyebutkan, pada tahun 2023 terdapat 1.361 unicorn yang tersebar di 48 negara, di mana lima negara berada di urutan teratas, yaitu Amerika Serikat memimpin dengan 1.500 unicorn, Tiongkok 348 unicorn, Inggris 187 unicorn, India 87 unicorn dan Jerman 64 unicorn.

Situs web *Worldpopulationreview.com* juga menyebutkan bahwa pada tahun 2023 ada 1.361 unicorn. Namun, untuk tahun 2024 situs itu mencatat bahwa di seluruh dunia hanya ada 1,227 unicorn yang tersebar di 53 negara. Kemudian situs web itu merincikan bahwa Amerika Serikat memimpin dengan jumlah unicorn terbanyak, 653 unicorn dengan pemain utama seperti SpaceX, Instacart, Stripe, Epic Games, dan Databricks. Secara kolektif, unicorn AS membanggakan nilai gabungan sebesar 360 miliar dolar AS.

Tiongkok menyusul sebagai rumah unicorn terbesar kedua dengan 169, yang terbesar adalah ByteDance Ltd., yang bernilai 180 miliar dolar AS. India berada di peringkat ketiga dengan 70 unicorn, yang disorot oleh BYJU, Swiggy, dan OYO Rooms. Indonesia, disebutkan memiliki 7 unicorn sehingga berada pada posisi 15 besar, di antara 20 negara yang memiliki startup lebih dari lima. **(Lihat tabel).**

No	Negara	Jumlah Unicorn 2024	Total Valuasi per tahun 2024	Jumlah Unicorn 2023	Total Valuasi 2023
1	Amerika Serikat	656	2111.7	653	2049.05
2	Tiongkok	168	640.7	169	735.73
3	India	71	192.24	70	192.53
4	Inggris	53	176.69	48	180.16
5	Jerman	30	79.45	29	80.93
6	Perancis	26	61.03	25	59.58
7	Israel	25	56.32	24	54.42
8	Kanada	21	52.23	20	50.23
9	Brazil	17	38.64	16	39.08
10	Singapura	16	92.91	14	22.91
11	Korea Selatan	14	32.23	14	32.54
12	Australia	9	42.33	8	55.4
13	Belanda	9	24.46	7	18.7
14	Mexico	8	18.7	8	1.7
15	Indonesia	7	10.43	7	29.13
16	Jepang	7	9.82	6	8.82
17	Ireland	7	11.05	6	10.05
18	Swedia	6	21.62	7	22.62
19	Swiss	6	12.3	6	12.3
20	Hong Kong	6	8.65	7	20.35

Sumber: Unicorns by Country 2024, worldpopulationreview.com

Masa Depan Ekonomi Digital Global

The Digital Economy Report 2024 yang dirilis oleh Perdagangan dan Pembangunan PBB (UNCTAD) mengungkapkan bahwa pengguna internet telah meningkat dari 1 miliar dolar AS pada tahun 2005 menjadi 5,4 miliar dolar AS pada tahun 2023. Sektor TIK diperkirakan telah menyumbang 1,5 – 3,2 persen emisi GRK global pada tahun 2020.

Pertumbuhan pesat ekonomi digital, khususnya peningkatan jumlah pembeli daring telah menyebabkan peningkatan 30 persen dalam limbah terkait digital dari tahun 2010 hingga 2022, mencapai 10,5 juta ton secara global. Sampah elektronik umumnya dikenal sebagai e-waste. *Market Researc Report* (2023) mendefinisikan ‘sampah elektronik’ sebagai sampah yang mencakup perangkat elektronik yang dibuang mulai dari peralatan rumah tangga hingga gadget pribadi seperti ponsel pintar dan laptop. Daur ulang sampah elektronik melibatkan pembuangan dan pemrosesan perangkat ini dengan benar untuk mengekstraksi bahan yang berharga dan

meminimalkan dampak lingkungan. Daur ulang sampah elektronik dimulai dengan pengumpulan dari berbagai sumber.

Banyak orang berpikir bahwa big data tidak menimbulkan limbah apa pun. Itu tidak benar samasekali. Menurut UNCTAD, saat ini dunia memiliki empat pasar pusat data terbesar berdasarkan inventaris di setiap kawasan global, yaitu: (1) Amerika Utara: Northern Virginia, Dallas-Ft. Worth, Chicago, dan Silicon Valley; (2) Eropa: Frankfurt, London, Amsterdam, dan Paris; (3) Amerika Latin: Querétaro (Meksiko), São Paulo (Brasil), Santiago (Chili), dan Bogotá (Kolombia), dan (4) Asia-Pasifik: Singapura, Tokyo, Hong Kong, dan Sydney. ‘Pusat data’ tidak hanya memiliki kebutuhan listrik yang besar tetapi juga membutuhkan air untuk pendinginan. Pada tahun 2022, pusat data global sendiri mengonsumsi energi listrik 460 terawatt jam (diperkirakan akan berlipat ganda pada tahun 2026).

Sementara itu, permintaan mineral yang dibutuhkan untuk mendukung digitalisasi seperti grafit, litium, dan kobalt dapat melonjak hingga 500 persen hingga tahun 2050.

Ekonomi digital saat ini menghasilkan limbah yang berlebihan, yang diperkuat oleh keusangan terprogram – pengurangan bawaan masa pakai suatu produk karena alasan teknis, fungsional, atau psikologis – dalam berbagai moda produksi.

Untuk mengatasi tantangan lingkungan akibat digitalisasi, masyarakat dunia harus beralih ke ekonomi digital yang sirkular dan inklusif. Ini melibatkan penerapan praktik berkelanjutan di seluruh

siklus hidup digitalisasi – dari desain dan produksi hingga penggunaan dan pembuangan – sambil memastikan manfaat ekonomi yang adil.

Ekonomi sirkular meminimalkan limbah dan memaksimalkan penggunaan sumber daya melalui penggunaan kembali, perbaikan, daur ulang, dan perpanjangan masa pakai produk.

Namun, hanya 7,2 persen dari ekonomi global yang diperkirakan bersifat sirkular, dan pangsa ini menurun karena peningkatan ekstraksi dan penggunaan material. Pada tahun 2022, hanya 24 persen limbah digital yang dikumpulkan secara formal secara global, dengan tingkat yang jauh lebih rendah di negara-negara berkembang.

Sejatinya, beralih ke ekonomi digital yang sirkular dan inklusif tidak hanya mengatasi masalah lingkungan, tetapi juga mempromosikan peluang ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Market Research Report (2023) menyebutkan pasar global untuk daur ulang elektronik akan terus bertumbuh. Pada tahun 2023, nilai pasar daur ulang limbah elektronik global mencapai 25 miliar dolar AS, dan tumbuh pada CAGR sebesar 18 persen dari tahun 2024 hingga 2033. Pasar ini diperkirakan akan mencapai 130,84 miliar dolar AS pada tahun 2033. Meningkatnya kesadaran tentang keberlanjutan dan pelestarian lingkungan akan mendorong pertumbuhan pasar daur ulang limbah elektronik global.

O'Grady Michael, Forecast Analyst dari Forrester.com (2024) mengatakan, Forum Ekonomi Dunia memperkirakan bahwa lebih dari dua pertiga penciptaan nilai baru

selama dekade berikutnya dapat berasal dari platform yang didukung secara digital.

Prakiraan Ekonomi Digital Global baru Forrester mengukur ukuran dan pertumbuhan ekonomi digital di seluruh belanja teknologi, ritel, e-commerce perjalanan, e-commerce asuransi, ekspor produk dan layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), manufaktur chip, dan pusat data. Enam ekonomi digital teratas berdasarkan ukuran adalah AS, Tiongkok, Inggris, Jepang, Jerman, dan Korea Selatan. Ekonomi digital akan mengalami CAGR 6,9% dari tahun 2023 hingga 2028, tumbuh lebih cepat dari PDB global. Ekonomi digital didorong oleh:

- E-commerce, belanja teknologi, dan ekspor. Ritel daring dan perjalanan daring akan meningkatkan pangsa ekonomi digital, dengan CAGR masing-masing sebesar 9 persen dan 7 persendari tahun 2023 hingga 2028. Belanja teknologi merupakan kontributor utama bagi ekonomi digital Prancis, Italia, Spanyol, Kanada, Brasil, AS, Inggris, Jepang, dan Jerman. Ekspor produk dan layanan TIK menguasai pangsa terbesar ekonomi digital di India, Korea Selatan, dan Meksiko.
- AS dan Tiongkok. Hampir dua pertiga ekonomi digital global berasal dari AS dan Tiongkok. AS, dengan 4,2 persen populasi global dan 26 persen PDB global, menguasai 42 persen belanja teknologi global. E-commerce menguasai pangsa terbesar ekonomi digital di Tiongkok dengan 39% penjualan ritel dibeli secara daring

pada tahun 2024, yang akan naik menjadi 41 persen pada tahun 2028.

- Belanja R&D digital. Belanja R&D suatu negara sebagai bagian dari PDB berkorelasi dengan pangsa ekonomi digitalnya terhadap PDB. Korea Selatan membelanjakan sebagian besar ekonominya untuk R&D, dengan investasi terfokus pada AI, semikonduktor untuk AI, 5G dan 6G, kuantum, metaverse, dan keamanan siber. Pemerintah India meluncurkan Digital India futureLABS untuk memperkuat investasi R&D dan inovasi. Investasi digital tertinggal di Eropa, dengan pertumbuhan belanja teknologi rata-rata per tahun dari tahun 2024 hingga 2027 diperkirakan mencapai €83 miliar, jauh lebih rendah dari €125 miliar yang disyaratkan oleh Komisi Eropa untuk mencapai target pertumbuhan digital.

Menurut O'Grady Michael (2024) untuk memelihara pertumbuhan ekonomi digital, negara-negara harus fokus pada bisnis digital, layanan publik, ketersediaan keterampilan digital, pertumbuhan belanja R&D, dan investasi teknologi yang memengaruhi aktivitas nondigital. Prakiraan Ekonomi Digital Global Forrester, 2023 hingga 2028, menunjukkan bahwa ekonomi digital akan mencapai 16,5 triliun dolar AS dan menguasai 17 persen PDB global pada tahun 2028 untuk 14 negara di Amerika Utara, Eropa, APAC, dan Amerika Latin.***

Kesimpulan

Digitalisasi di dunia telah mendorong pertumbuhan pesat ekonomi, khususnya peningkatan pertumbuhan yang terdampak dari efisiensi yang lahir dari penggunaan platform digital. Negara-negara di benua Asia, Eropa dan Afrika telah menggunakan platform digital dalam sistem perdagangan maupun pelayanan masyarakat. Hasilnya terjadi inovasi dalam sistem ekonomi, meluaskan pasar dengan menjangkau berbagai segmen dalam sistem ekonomi.

E-commerce, belanja teknologi, dan ekspor. Ritel daring dan perjalanan daring terus meningkatkan pangsa ekonomi digital, dengan CAGR masing-masing sebesar 9 persen dan 7 persen dari tahun 2023 hingga 2028. Belanja teknologi merupakan kontributor utama bagi ekonomi digital Prancis, Italia, Spanyol, Kanada, Brasil, AS, Inggris, Jepang, dan Jerman. Ekspor produk dan layanan TIK menguasai pangsa terbesar ekonomi digital di India, Korea Selatan, dan Meksiko.

Cara berbisnis pun berubah. Perusahaan rintisan atau *startup*, khususnya, berada di garis depan perubahan ini, memanfaatkan perangkat dan platform digital untuk mengubah industri tradisional dan menciptakan industri baru. Masa depan startup terkait erat dengan masa depan teknologi, dan ini adalah waktu yang tepat untuk menjadi seorang wirausahawan.

Dengan munculnya otomatisasi, AI, dan berbagai platform digital baru, kelahiran startup baru dan pertumbuhannya seakan tak terbendung.

Begitulah tren yang terjadi di seluruh belahan dunia saat ini.

Namun disisi lain pertumbuhan pesat ekonomi digital, khususnya peningkatan jumlah pembeli daring telah menyebabkan peningkatan 30 persen dalam limbah terkait digital dari tahun 2010 hingga 2022, mencapai 10,5 juta ton secara global. Sampah elektronik umumnya dikenal sebagai e-waste. Market Researc Report (2023) mendefinisikan 'sampah elektronik' sebagai sampah yang mencakup perangkat elektronik yang dibuang mulai dari peralatan rumah tangga hingga gadget pribadi seperti ponsel pintar dan laptop.

Daur ulang sampah elektronik melibatkan pembuangan dan pemrosesan perangkat ini dengan benar untuk mengekstraksi bahan yang berharga dan meminimalkan dampak lingkungan. Daur ulang sampah elektronik dimulai dengan pengumpulan dari berbagai sumber.

BAHAN BACAAN:

'Africa Has Become The First Region in The World to Implement a Child Online Safety and Empowerment Policy' dalam African Union, May 23, 2024. Diakses dari <https://au.int/en/pressreleases/20240523/child-online-safety-and-empowerment-policy-africa-union>.

'Digital Economy for Africa Initiative of the World Bank, dalam Digital Global'. Diakses dari <https://www.bmz-digital.global/en/digital-economy-for-africa-initiative-for-world-bank>.

'European Commission, 1 Agustus 2024, 'A Europe fit for the digital age - Empowering people with a new generation of technologies' https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_en

'EU4Digital DESI Accelerator launched on 30 May' dalam EUDigitalDate: 07/06/23. Diakses dari <https://eufordigital.eu/eu4digital-desi-accelerator-launched-on-30-may/>

'How Fast Is Latin America Moving on Digitalization?' dalam The Dialogue (29 Februari, 2024. Diakses dari <https://www.thedialogue.org/analysis/how-fast-is-latin-america-moving-on-digitalization/>

'Indonesia, Saudi Arabia to Increase Digital Cooperation' dalam Cabinet Secretariat of The Republic Indonesia, 5 Juli 2019. Diakses dari <https://setkab.go.id/en/indonesia-saudi-arabia-to-increase-digital-cooperation/>

'Indonesia Leads SE Asia's Digital Economy Contribution With 42% GVA, Says Unafinancial Study' dalam AsiaBiz Today, edisi 30 Januari 2024. Diakses dari <https://www.asiabiztoday.com/2024/01/30/indonesia-leads-se-asias-digital-economy-contribution-with-42-gva-says-unafinancial-study/>

Jaumotte, Florence Myrto Oikonomou , Carlo Pizzinelli , Marina M.

- Tavares. 2023. 'How Pandemic Accelerated Digital Transformation in Advanced Economies' dalam IMF Blog, March 21, 2023. Diakses dari <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/03/21/how-pandemic-accelerated-digital-transformation-in-advanced-economies>
- Kemenlu RI (2023). 'INA-LACBusibess Forum 2023: Terobosan Besar Meningkatkan Konektivitas Bisnis RI – Amerika Latin dan Karibia'. Diakses dari [https://www.instagram.com/p/Cyf\(20238NAnPO06/?ref=6GC-VxXOjsIsSd&hl=af&img_index=1](https://www.instagram.com/p/Cyf(20238NAnPO06/?ref=6GC-VxXOjsIsSd&hl=af&img_index=1)
- Livia Feliciani Nazara and Ivana Markus. 2024. 'Bridging Disparities to Bolster Digital Transformation in ASEAN' dalam ADB SEADS (Southeast Asia Development Solutions' 26 February 2024. Diakses dari <https://seads.adb.org/solutions/bridging-disparities-bolster-digital-transformation-asean>.
- Meltzer P. Joshua. 2024. 'Digital trade APEC digital economy and trade' dalam Hinrichfoundation, March 12, 2024. Diakses <https://www.hinrichfoundation.com/research/article/digital/apec-digital-economy-and-trade/>.
- 'Miller Jason (2024. 'Four Strategies For Raising Startup Capital' dalam Forbes, April 3, 2024. Diakses dari <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/04/03/four-strategies-for-raising-startup-capital/>
- O'Grady Michael (2024). 'The Global Digital Economy Will Reach \$16.5 Trillion And Capture 17% Of Global GDP By 2028' dalam Forrester Jul 23 2024. Diakses <https://www.forrester.com/blogs/the-global-digital-economy-will-reach-16-5-trillion-and-capture-17-of-global-gdp-by-2028/>
- Rakhmat Zulfikar Muhammad (2022), 'Indonesia's Advancing Digital Cooperation with the GCC Countries' dalam Middle East Institute, December 20, 2022. Diakses dari <https://www.mei.edu/publications/indonesias-advancing-digital-cooperation-gcc-countries>.
- 'Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)', SLM Free Trade Agreement Center, 02 Jan 2023. Diakses dari <https://ftacenter.kemendag.go.id/regional-comprehensive-economic-partnership-rcep>.
- Sofia Scaserra (2021). 'Indonesia's digital economy commitments in EU and RCEP trade agreements An analysis' dalam TRADE & INVESTMENT POLICY BRIEFING | November 202. Diakses dari <https://www.tni.org/en/publication/indonesias-digital>

economy-commitments-in-eu-and-rcep-trade-agreements.

‘Strengthening Regional Structures for SME Promotion in ASEAN (ASEAN SME II) Promoting Market Access and Cross-Border Trade.’ Diakses dari <https://www.giz.de/de/downloads/giz2024-en-factsheet-ASEAN-SME-II.pdf>.

Runnals, D. (2011) "Environment and economy: joined at the hip or just strange bedfellows?". S.A.P.I.EN.S. 4 (1); ^ "About UNFSS". UNFSS. Retrieved 2021-03

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

‘What is a Startup? Definition, Characteristics and Types’, dalam Marei. Diakses dari <https://www.marei.pro/en/blog/startups>

World Bank Group. 2024. ‘The Digital Economy Initiative for Latin America and Caribbean (DE4LAC)’. Diakses dari <https://www.worldbank.org/en/programs/de4lac>

JURNAL
MANAJEMEN & BISNIS
ISSN 2303 - 0313

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa, Merauke

Jl. Nusa Barong No.1 Merauke Papua Selatan 10130.Tel (0971) 33333501 Email: stie@sainttheresa.ac.id