

STRATEGI EKONOMI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS PADA NEGARA BERKEMBANG

Siti Andriani

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya
email: Standriiii03@gmail.com

ABSTRACT

Jurnal ini membahas materi tentang strategi ekonomi digital untuk mengembangkan daya saing bisnis pada negara berkembang. Permasalahan utama dalam jurnal ini adalah, pertama, bagaimana mengembangkan infrastruktur digital untuk mengembangkan daya saing bisnis pada negara berkembang, kedua, bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk menghasilkan peningkatan efisiensi dan daya saing perusahaan (bisnis). Metode yang diterapkan pada jurnal ini adalah dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif yang berfokus pada pengumpulan data. Jurnal ini secara eksplisit membahas tentang strategi ekonomi digital, dimana pemanfaatan teknologi digital menawarkan banyak peluang bagi perusahaan di negara berkembang untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, serta melakukan inovasi produk dan layanan mereka di dunia yang semakin terhubung. Ekonomi digital dapat membantu negara-negara berkembang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, mengatasi kendala infrastruktur dan sumber daya, serta meningkatkan produktivitas. Untuk mencapai tujuan-tujuan ini, diperlukan adopsi teknologi yang relevan, menciptakan kebijakan yang mendukung transformasi digital, dan meningkatkan pelatihan dan keterampilan sumber daya manusia. Negara-negara berkembang dapat mempercepat peningkatan ekonomi mereka, menarik investasi internasional dan menciptakan pekerjaan baru dengan memasukkan teknologi digital ke dalam sektor bisnis mereka. Jurnal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing bisnis dan mempercepat kemajuan ekonomi negara berkembang dalam menghadapi transformasi digital.

Kata kunci: *Strategi, Ekonomi, Digital, Bisnis.*

ABSTRAK

This journal discusses the digital economy strategy to improve business competitiveness in developing countries. The main problems in this journal are, first, how to develop digital infrastructure to improve business competitiveness in developing countries, second, how to utilize digital technology to improve business efficiency and competitiveness. The method used in this journal is to employ a kind of qualitative study that focuses on gathering of data. This journal explicitly discusses the digital economy strategy, where the utilization of digital technology offers great opportunities for companies in developing countries to improve operational efficiency, expand markets, and innovate their products and services in an increasingly connected world. The digital economy can help developing countries gain a competitive advantage, overcome infrastructure and resource constraints, and increase productivity. Achieving these goals requires adopting relevant technologies, creating policies that support digital transformation, and improving human resource training and skills. Developing countries can accelerate their economic growth, attract foreign investment and create new jobs by incorporating digital technologies into their business sectors. This journal aims to improve business competitiveness and accelerate the economic progress of developing countries in the face of digital transformation.

Keywords: *Strategy, Economy, Digital, Business.*

I. PENDAHULUAN

Selama era digital, kemajuan pesat dalam teknologi digital, informasi, dan kecerdasan buatan telah mengubah cara orang berinteraksi, belajar, bekerja, berbisnis, dan berekreasi. Bisnis sekarang dapat memanfaatkan peluang baru untuk membuat produk atau layanan yang inovatif, efisien, dan berkualitas tinggi. Namun, era digital juga memberi mereka tantangan untuk berkompetisi di pasar global yang semakin bersaing dan dinamis. Perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan ruang kerja yang penuh dengan ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas. Mereka juga harus mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang semakin beragam dan menuntut. Untuk mencapai hal ini, bisnis harus terus berinovasi untuk menciptakan nilai tambah dan membuat barang atau jasa mereka unik.

Organisasi bisnis harus siap untuk menghadapi era persaingan bebas dan kondisi global karena pertumbuhan bisnis dan era globalisasi menuntut mereka untuk tetap kompetitif. Dalam keadaan seperti itu, sistem data memiliki posisi strategis dalam perusahaan. Sistem data (informasi) harus sesuai dengan strategi perusahaan dan karakteristiknya, karena memiliki kemampuan untuk memainkan peran strategis dalam rantai nilai industri dan perusahaan. Namun, belum selesai membangun sistem informasi yang akan mendukung operasi bisnis instan dan langsung. Perusahaan tidak dapat dengan serta merta mengadopsi teknologi informasi tanpa mempelajari perlu tidaknya teknologi informasi: Jika sebuah perusahaan ingin mengadopsi Pertama, teknologi informasi adalah menyiapkan infrastruktur dan sumber daya manusia. (Vera Diyah Anggriani & Rayyan Firdaus, 2024)

Selain itu, transaksi bisnis dilakukan dalam lingkungan digital yang menghubungkan orang dan lembaga. Internet yang merupakan jaringan komputer publik yang tersebar luas, yang menyatukan orang dari semua lapisan masyarakat dan memberikan akses ke sejumlah besar informasi, telah membuka peluang baru bagi bisnis untuk memberikan nilai kepada kliennya dan menjalin hubungan yang kuat dengan mereka. Selain mengubah perilaku pelanggan, penggunaan teknologi juga sangat memengaruhi evolusi teknik pemasaran. Pemasaran berbasis data sangat penting untuk keberhasilan. Jika perusahaan memahami tujuan secara menyeluruh, mereka dapat membuat rencana yang lebih efektif untuk melaksanakan kegiatan pemasaran mereka. Untuk menarik dan menjaga minat pelanggan, industri Bisnis harus mampu membuat konten yang menghibur, relevan, dan memiliki kualitas sehingga konsumen dapat merespon secara cepat. Dengan menggunakan pendekatan pemasaran yang inovatif dan berkonsentrasi pada materi yang menarik, suatu Bisnis dapat berhasil. Dalam pemasaran di pasar digital saat ini yang sangat kompetitif. (May et al., 2024)

Oleh karena itu, jurnal ini berfokus pada berbagai macam strategi ekonomi digital yang dapat diterapkan oleh negara berkembang untuk meningkatkan daya saing bisnis. Jurnal ini akan lebih menganalisis pada digitalisasi, inklusi keuangan, pengembangan infrastruktur, dan pelatihan

dan edukasi teknologi, serta bagaimana strategi-strategi ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil dan mengurangi perbedaan antara negara maju dan berkembang.

II. METODE PENELITIAN

Pada dasarnya, metode penelitian adalah prosedur kerja yang sistematis, teratur, dan tertib yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah untuk memecahkan masalah dengan tujuan mencapai kewenangan yang objektif. (Andi Prastowo, 2016) Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan berdasarkan fokus penelitian yang sudah ditetapkan. Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku Moleong, metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, maupun lisan individu dan tingkah laku yang dapat diamati. (Lexy J Moleong, 2008).

" Penelitian kualitatif adalah deskriptif karena data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, Gambar tidak memiliki angka; jika ada, mereka hanya berfungsi sebagai pendukung. Transkrip, interview, catatan lapangan, foto, dan dokumen pribadi adalah beberapa contoh data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, analisis data kualitatif model Miles dan Huberman digunakan. Analisis ini terdiri dari tiga tahapan:

1. Reduksi data yaitu proses memilih dan menyederhanakan data relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumen
2. Penyajian data yaitu proses menyusun data dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel untuk membuatnya lebih mudah dipahami
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi yaitu proses mencari makna, pola, dan tema dari data yang dikumpulkan. (Sudarwan Danim, 2002)

Jadi, penulis menggunakan jenis ini karena mengingat data yang diperoleh dari pengamatan yang dilakukan peneliti selama penelitian, yang terdiri dari kata-kata atau kalimat serta dokumen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengembangan Infrastruktur Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Negara Berkembang

Dalam beberapa tahun terakhir, infrastruktur digital di Indonesia menjadi semakin penting. Ini disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital. Namun, kemiskinan digital adalah kondisi di mana sebagian besar populasi tidak memiliki akses ke teknologi yang disebutkan di atas atau bahkan tidak memilikinya sama sekali, jadi sangat penting bagi pemerintah untuk melakukan penyelidikan dan evaluasi luasnya dampak inklusi digital.

Pada tahun-tahun terakhir, infrastruktur digital Indonesia telah menyaksikan kemajuan besar sebagai hasil dari pertumbuhan pesat teknologi komunikasi dan informasi. Ini terbukti

dari peningkatan keseragaman koneksi internet di seluruh Indonesia. Menurut Riset We Are Social, jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia sangat tinggi. Jadi, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 212,9 juta pada bulan Januari 2023, menunjukkan bahwa sekitar 77% orang di Indonesia telah menggunakan internet.

Jumlah ini meningkat pada bulan yang sama pada tahun 2023. naik 3,85% dari tahun sebelumnya. Pada Januari 2022, Indonesia memiliki 205 juta pengguna internet. Meskipun angka-angka tersebut menunjukkan kemajuan, Indonesia masih menghadapi banyak masalah dalam membangun infrastruktur digital yang memadai. Salah satu masalah terbesar adalah kurangnya akses internet di beberapa tempat, terutama di wilayah pedesaan. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa hanya sekitar 40% orang di pedesaan memiliki koneksi internet. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur digital Indonesia belum berkembang secara merata.(Supa, 2023)

Perkembangan bisnis di era digital telah mengalami banyak perubahan, termasuk peningkatan penggunaan teknologi informasi dan internet; semakin banyak orang yang dapat mengakses internet dan Jika bisnis menggunakan teknologi digital, mereka akan memiliki akses yang lebih besar ke pasar dan pelanggan potensial di seluruh dunia, memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak orang tanpa terbatas topografis. Selain itu, era komputer dan internet telah mengubah cara perusahaan berhubungan dengan pelanggan. Bisnis dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan mereka melalui situs web dan platform media sosial. Komunikasi ini memungkinkan perusahaan untuk mengamati umpan balik pelanggan, mengetahui keinginan dan kebutuhan mereka, dan menyediakan pelayanan yang lebih tepat sasaran dan individual. Dengan demikian, hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi lebih dekat dan terhubung. Adoption teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional adalah bagian lain dari pertumbuhan bisnis di era digital. Banyak perusahaan telah menggunakan perangkat lunak manajemen bisnis yang terintegrasi yang memungkinkan manajemen berbagai bagian operasional, misalnya keuangan dan sarana antara individu dan rantai sumber daya.

Meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dengan teknologi ini. Salah satu komponen penting dalam pertumbuhan perusahaan di era digital adalah e-commerce; platform ini memungkinkan perusahaan untuk menjual barang dan menyediakan layanan mereka melalui internet, menghindari ketergantungan pada toko fisik. memudahkan pelanggan untuk membeli apa pun kapan pun mereka mau, dan memberi perusahaan fleksibilitas untuk masuk ke pasar yang lebih besar dengan harga yang lebih kompetitif.(Putri et al., 2024)

Jadi, dari paparan penjelasan diatas bahwa Negara berkembang dapat mempercepat transformasi ekonomi mereka, meningkatkan daya saing bisnis, dan membuka peluang untuk

inovasi dan investasi baru dengan membangun infrastruktur digital yang kuat. Untuk melakukan proses ini, pemerintah, sektor swasta dan publik harus berkolaborasi untuk memastikan bahwa teknologi digunakan secara merata dan efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

B. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Efisiensi dan Daya Saing Bisnis

Dengan memanfaatkan teknologi digital, bisnis dapat mengumpulkan data pelanggan dengan lebih mudah, menyediakan layanan pelanggan secara real-time, dan melakukan riset pasar yang lebih akurat dan efisien. Selain itu, teknologi digital diperhatikan pada aspek operasi perusahaan. Prosedur sistem manajemen rantai pasokan, otomatisasi bisnis, dan manajemen inventaris membantu bisnis mengoptimalkan produksi dan efisiensi operasional. Selain itu, bisnis dapat menggunakan teknologi digital untuk mengatur pelatihan, rekrutmen dan pengelolaan sumber daya manusia. Beberapa peluang untuk memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Teknologi digital telah membuka banyak peluang bagi bisnis untuk menghubungi dan berhubungan dengan pelanggan yang lebih beragam. Dengan menggunakan alat analisis data, perusahaan dapat mengumpulkan dan menganalisis perilaku dan loyalitas konsumen secara lebih efektif. Perusahaan dapat menggunakan data ini untuk meningkatkan pemahaman tentang pola perilaku konsumen, tren pasar, dan respons pelanggan terhadap strategi pemasaran berubah.
2. Sebagian besar operasi bisnis dilakukan secara manual, sehingga penggunaan digital telah membantu perusahaan mengoptimalkan proses operasional dan meningkatkan efisiensi. terjadi kesalahan selama proses kompleks. Namun, perusahaan dapat mempermudah kegiatan operasional dan otomatisasi berbagai tugas biasa dengan menggunakan teknologi digital. Manajemen inventaris dan pemrosesan pass-through adalah dua area yang sering menjadi masalah. Dengan menggunakan teknologi seperti sistem inventory management berbasis komputer, perusahaan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, mengurangi jumlah barang yang habis dan waktu pengiriman yang lebih cepat. Dengan menerapkan manajemen inventaris sec, perusahaan juga dapat mengelola rantai pasokan, mengurangi risiko kehabisan stok, dan memantau ketersediaan barang.
3. Peluang dibuka melalui penggunaan teknologi digital. baru untuk inovasi dan pembuatan produk baru. Pemanfaatan teknologi digital mendorong inovasi dan produksi yang lebih baik. barang yang lebih efektif. Perusahaan dapat menggunakan teknologi digital untuk menemukan produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan, mengetahui permintaan konsumen, dan meningkatkan kejelasan penjualan.
4. Penggunaan teknologi digital membuka peluang di bidang penjualan dan pemasaran. Peran teknologi digital telah mengubah cara perusahaan memasarkan dan menjual produk mereka.

peluang baru untuk mendapatkan dan memperoleh alat yang berguna untuk menarik pelanggan potensial, meningkatkan jumlah penjualan, dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Strategi pemasaran adalah salah satu komponen yang paling penting.(Putri et al., 2024)

Jadi, dari paparan penjelasan di atas dijelaskan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi dengan baik akan sangat penting untuk meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan cepat berubah. Penggunaan teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasi bisnis tetapi juga membantu menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar.

IV. KESIMPULAN

Dunia bisnis mengalami perubahan besar selama era digital. Hal ini membawa tantangan baru dan peluang baru. Perusahaan harus terus berinovasi dan mengikuti kemajuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam. Dengan demikian, pengembangan sumber daya manusia, kesiapan infrastruktur, dan pengembangan sistem informasi yang strategis menjadi sangat penting. Pendekatan konten kreatif dan pemasaran berbasis data juga sangat penting untuk bertahan di pasar digital yang kompetitif. Untuk meningkatkan daya saing bisnis, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, memperkecil perbedaan dengan negara maju, digitalisasi, inklusi keuangan, pengembangan infrastruktur, dan pelatihan dan pendidikan teknologi semuanya harus diterapkan dengan baik di negara berkembang.

V. REFERENSI

- May, Alinni, Indry Saputri, and Muhammad Iqbal Fasa. "STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DIGITAL MARKETING STRATEGY TO IMPROVE UMKM COMPETITIVENESS," no. November (2024): 7388–98.
- Moleong Lexy J, "Metodologi Penelitian Kualitatif", Bandung: Remaja Rosdakarya, (2008).
- Prastowo Andi, " Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Tepritis Dan Praktis", Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, (2016).
- Putri, Danisa, Riya Datuljannah Dita, Cahyaning Sasi Rizkia, Rusdi Hidayat, Maharani Ikaningtiyas, Program Administrasi Bisnis, and Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pengembangan Bisnis: Tantangan Dan Peluang." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 3 (2024): 42–50. <https://doi.org/10.62017/wanargi>.
- Sudarwan Danim, "Menjadi Peneliti Kualitatif", Bandung: Pustaka Setia, (2002), 51.
- Supa, Febriani Buana. "Infrastruktur Digital Indonesia: Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat." *Research Gate*, no. June (2023): 1–6.
- Vera Diah Anggriani, and Rayyan Firdaus. "Penerapan Strategi Transformasi Digital Di Lingkungan Manufaktur Pada Sistem Informasi Manajemen." *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 2, no. 4 (2024): 140–50. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.1007>.