

MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA MELALUI PENGUATAN SEKTOR EKONOMI DIGITALPRENEUR DAN CREATIVEPRENEUR

Lili Marlinah
Managemen Informatika
AMIK BSI Bekasi
Jl. Cut Mutiah No. 88 Bekasi
Email : lili.lrh@bsi.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi merupakan sebuah proses dalam peningkatan pendapatan Produk Domestik Bruto, Pertumbuhan ekonomi juga merupakan proses perubahan kondisi perekonomian dalam suatu negara secara berkelanjutan menuju keadaan yang lebih sejahtera bagi seluruh rakyatnya dalam suatu periode. Adanya kenaikan pertumbuhan ekonomi menjadi titik sebuah keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara, karena negara bisa dikatakan memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik jika terjadi realisasi pertumbuhan ekonomi yang bisa sejalan dengan pembangunan disegala bidang. Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerintah telah menggalakan jiwa dan semangat entrepreneur khususnya menjadi digitalpreneur yang merupakan bagian *entrepreneurship* dan lebih berfokus pada bidang Information and Communication Technology (ICT) berdasarkan pada banyaknya pengguna internet di Indonesia khususnya mobile internet sehingga diharapkan digitalpreneur dapat menjadi potensi pilar baru perekonomian nasional yang tumbuh dan berkembang dari adanya semangat kreativitas generasi bangsa dalam mengembangkan usaha.

Key word :

PENDAHULUAN

Keberhasilan Pertumbuhan ekonomi saat ini dapat di lihat dari kemampuan suatu negara untuk menyediakan berbagai jenis barang dan jasa secara ekonomi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kemajuan teknologi informasi yang setiap saat terus berkembang. Data Pertumbuhan ekonomi yang dikutip dari Bappenas menunjukan bahwa saat ini pertumbuhan ekonomi hanya sekitar diangka 5.1% Sementara itu berdasarkan dari data data yang tercatat pada Badan Pusat Statistik (BPS) pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2017 berada pada angka 5,07 persen (yoy) di bawah target APBN Perubahan tahun 2017 yang telah ditetapkan sebesar 5,2 persen. Maka dapat dikatakan bahwa pertumbuhan ekonomi ini menjadi yang tertinggi sejak tahun 2014 sebesar 5,01 persen, periode 2015 sebesar 4,88 persen dan periode 2016 sebesar 5,03 persen. Sementara itu pertumbuhan ekonomi yang dibarengi dengan teknologi Informasi. Digitalpreneur termasuk bagian dari industri kreatif Indonesia yang setiap tahun mengalami pertumbuhan dan perkembangan.

digitalpreneur membuktikan bahwa Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat banyak

sebagai pengguna internet tetapi juga bisa menjadi pelaku bisnis berbasis internet. Pada industri kreatif, digitalpreneur merupakan sektor potensial baru yang dapat meningkatkan dan berkontribusi terhadap GDP, dilain sisi dukungan pemerintah terhadap digitalpreneur dengan menerbitkan peraturan terkait yakni KEPPRES No. 28 tahun 2008 dan INPRES No. 6 tahun 2009 sehingga digitalpreneur dapat berkembang dan terlindungi secara hukum, tentunya digitalpreneur diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi Indonesia dan terciptanya semangat berkeaktivitas yang tinggi untuk menciptakan ide ide bisnis baru di era digital.

Derasnya arus informasi dan tekhnologi yang up-to date telah memberikan dampak positif dan signifikan terhadap dunia usaha, Dengan segala kemudahan dalam berkomunikasi dan akses tanpa batas telah melahirkan para Digitalpreneur muda yang siap bersaing untuk sukses dibidangnya, dan kehadiran Creativepreneur siap menciptakan

kreatifitas yang inovatif dalam dunia usaha sehingga pada akhirnya bisa mendukung pertumbuhan ekonomi. Berbekal modal kreatifitas dan keberanian maka seorang digitalpreneur bisa membuka usaha secara *online*, tanpa harus memiliki toko fisik untuk bidang usaha Makanan, minuman, aplikasi, jasa konsultan, dsb. Demikian juga mengenai promosi dan pemasaran bisnis tersebut lebih mudah dan cepat dilakukan lewat media sosial.

Pemerintah Indonesia memiliki komitmen untuk mempercepat pembangunan ekonomi yang berbasis partisipasi masyarakat luas sebagai pelaku usaha karena dengan berkembangnya wirausaha terjadi peningkatan efisiensi dengan pemanfaatan teknologi digital yang diharapkan akan membawa dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing perekonomian Indonesia.

METODOLOGI

Pada hakikatnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mengumpulkan data-data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Kemudian Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah dengan metode deskriptif, yaitu melalui studi literatur, teori atau kepustakaan sehingga memberikan gambaran tentang aspek-aspek kehidupan tertentu dari populasi masyarakat yang diteliti

LANDASAN TEORI

Perekonomian menjadi sebuah pondasi dari setiap Negara di dunia, karena melalui ekonomilah salah satu indikator kesejahteraan rakyat dimana kesejahteraan rakyat tersebut menjadi tujuan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pada abad 20 teori pertumbuhan ekonomi didasari pada aliran klasik, Adam Smith dan David Ricardo adalah tokoh ahli ekonomi klasik yang banyak membahas mengenai teori-teori ekonomi, termasuk pertumbuhan ekonomi. Bukunya yang berjudul *An Inquiry into the Nature and Causes Weaklth of Nation* (1776), Adam Smith menguraikan pendapatnya tentang bagaimana menganalisis pertumbuhan ekonomi melalui dua faktor, yakni faktor output total dan faktor pertumbuhan penduduk. Sementara itu Menurut Joseph A Schumpeter dalam bukunya yang berjudul *The Theory of Economic Development*, membahas mengenai peran penting para pengusaha ikut andil dalam pembangunan. Schumpeter menyimpulkan bahwa proses pertumbuhan ekonokmi pada dasarnya adalah proses inovasi yang dilakukan oleh para innovator dan wirausahawan dipasar global seiring perkembangan informasi dan teknologi.

Menurut salah satu pakar ekonomi Sadono Sukirno (1985:13) mendefinisikan bahwa pembangunan ekonomi sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk suatu masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Definisi tersebut mengandung pengertian bahwa pembangunan ekonomi merupakan suatu perubahan yang terjadi secara terus-menerus melalui serangkaian kombinasi

proses demi mencapai sesuatu yang lebih baik yaitu adanya peningkatan pendapatan perkapita yang terus menerus berlangsung dalam jangka panjang.

Selanjutnya itu ahli ekonomi lainnya W.W. Rostow membahas mengenai pertumbuhan ekonomi dan Teori Pembangunan. Pada bukunya berjudul *The Stages of Economic, A Non Communist Manifesto* berisi mengenai pendekatan sejarah untuk menjelaskan proses perkembangan ekonomi yang terjadi dalam suatu masyarakat. Menurut Rostow dalam suatu masyarakat, proses pertumbuhan ekonomi tersebut berlangsung melalui beberapa tahapan, meliputi :

- a) Masyarakat tradisional (*traditional society*)
- b) Tahap prasyarat tinggal landas (*praconditions for thae off*)
- c) Tahap tinggal landas (*the take off*)
- d) Tahap menuju kedewasaan (*maturity*)
- e) Tahap konsumsi tinggi (*high mass consumption*)

Pada ke lima tahapan diatas, menurut Rostow, pembangunan ekonomi atau proses transformasi suatu masyarakat tradisional menjadi masyarakat moderen merupakan suatu proses yang multi dimensional, dimana pembangunan ekonomi tidak hanya perubahan pada struktur ekonominya saja tetapi perubahan pada orientasi politik, sosial, pandangan masyarakat, perubahan dalam kegiatan investasi masyarakat, perubahan sikap hidup dan adat istiadat masyarakat. Jumlah pengangguran terdidik di Indonesia trennya terus meningkat. Sarjana pengangguran pada agustus 2009 berjumlah 701.651 orang dan naik menjadi 710.128 orang pada agustus 2010. Sementara pengangguran lulusan diploma meningkat dari 441.100 orang menjadi 443.222 orang. Di saat lapangan pekerjaan yang disediakan pemerintah dan swasta semakin berkurang, tidak ada cara lain untuk mengentaskan pengangguran selain menciptakan wirausaha diberbagai bidang terutama di Industri kreatif yang sedang digaungkan seperti *digitalpreneur* atau *creative preneur*.

Seorang ahli Sosialogi dari Harvard yang bernama Dr David McClelland dari Harvard menulis dalam bukunya "*The Achieving Society*" mengatakan bahwa suatu negara dapat mencapai kemakmuran jika 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Begitu juga menurut David Osborne. Dalam bukunya "*Reinventing Government*" yang menyatakan bahwa bahwa suatu negara menjadi makmur apabila sedikitnya mempunyai 2% entrepreneur.

Dikutip dari Berita Satu tertanggal 5 Juni 2018, Saat ini rasio wirausaha di Indonesia terbaru ditahun 2018 sudah meningkat menjadi 7% lebih dari total penduduk Indonesia, padahal pada tahun sebelumnya yakni tahun 2016 hingga akhir tahun 2017 telah mencapai lebih dari 3,1% dimana angka tersebut sudah berada diatas standar Internasional sebesar 2%. . *Global Entrepreneurship Index* Tahun 2017 yakni *The Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDi), secara global Indonesia menempati peringkat ke-90 dari 137 negara,

meningkat dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu peringkat ke-103 dari 132 negara.

Mendorong pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah membangunkan para generasi bangsa dengan karyacipta, ide kreatif dan inovatif untuk menjadi Digitalpreneur dan Creativepreneur, Menurut pendapat Hendro (2011) dalam bukunya yang berjudul “Dasar-Dasar Kewirausahaan”, kewirausahaan sudah lebih dari sekedar mengorganisasi karena bisa terdiri dari pencipta (*creator*), pemodal (*inventor*), dan pelaku (*innovator*). Sehingga digitalpreneur dan creativepreneur keduanya menjadi populer dikalangan generasi muda karena banyak anak muda yang sudah berhasil membangun bisnisnya sendiri melalui ide-ide kreatifnya yakni melalui kegiatan menerbitkan buku, membuat film, membuat games, *dropshiper* dan lainnya sehingga terbukti bahwa ide-ide kreatif untuk berkarya masih sangat luas kesempatannya. Kasmir (2006) mengatakan bahwa Wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, maka para digitalpreneur dan creativepreneur dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang pesat, maka dapat memudahkan cara berpromosi melalui blog, Social Media atau membuat website *E-Commerce* yang menarik perhatian calon pelanggan. Tumbuhnya perekonomian di Indonesia, berdampak positif pada tumbuhnya kesadaran para pelaku bisnis untuk jasa dan produk berbasis Teknologi dan Informasi yang memacu lahirnya wirausaha-wirausaha baru di bisnis digital disebut *digital entrepreneur* atau *digitalpreneur*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

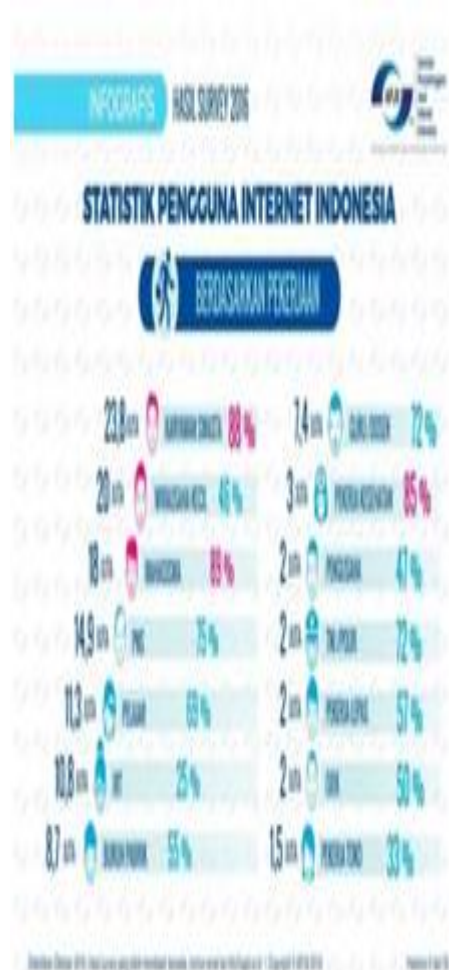
Saat ini perkembangan *digitalpreneur* dan *Creativepreneur* diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan tumbuh pesatnya *digitalpreneur* mengakibatkan terbukanya penciptaan banyak lapangan kerja baru, meningkatnya iklim investasi dengan masuknya para investor kedalam negeri untuk membuka bisnis baru serta naiknya pendapatan volume ekspor, serta meningkatnya tenaga kerja yang memiliki ketrampilan dan keahlian, sementara dilain sisi *digitalpreneur* juga diharapkan tetap bisa menjaga citra dan identitas budaya nasional dengan menciptakan hasil karya yang menarik, mendidik, menghibur, memotivasi dan mencerdaskan masyarakat.

Berdasarkan data dari keminfo pengguna internet di Indonesia menempati urutan ke-5 di Asia dengan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2010 sebesar 30 juta orang dan berdasarkan survei internet world stats 2010, pengguna Internet China (420 juta), Jepang (99 juta), India (81 juta), dan Korea Selatan (39,4 juta). Untuk tingkat dunia, Indonesia berada pada urutan ke-11 terbesar. Sementara itu 30 juta pengguna internet tersebut, 48% nya adalah pengakses dari perangkat bergerak (*mobile internet user*), persentase ini menempatkan Indonesia pada posisi

urutan ke-8 terbesar tingkat dunia untuk pengguna *mobile internet*

Pada data statistik tahun 2016 pengguna Internet di Indonesia sangat besar sekali jumlahnya dan menurut hasil survei pengguna internet datang dari berbagai kalangan yakni tidak hanya kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan atau pekerja, tetapi juga remaja bahkan anak usia sekolah dasar sehingga manfaat positif terhadap penggunaan teknologi diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap kehidupan khususnya kehidupan ekonomi, sosial dan budaya. Berikut ini gambar statistik pengguna Internet di Indonesia

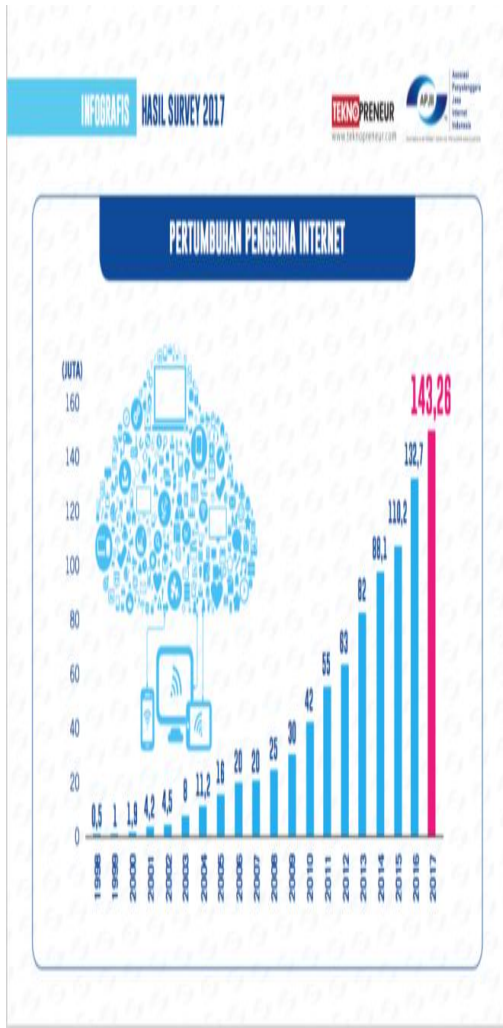
Gambar 4. 1
Statistik pengguna Internet Indonesia



Perkembangan jumlah penggunaan Internet dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang cepat dan signifikan, kehadiran Internet di Indonesia pada tahun 1998 sampai dengan tahun 2018 mengalami pertumbuhan pengguna internet yang terus meningkat dan hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan atas informasi dan teknologi selalu meningkat serta peran informasi dan teknologi sangat mendukung berbagai sektor kehidupan khususnya dalam membangun sektor – sektor strategis dan dinamis bagi kesejahteraan

masyarakat. Jumlah Populasi penduduk Indonesia yang telah mencapai angka 262 juta jiwa dan sepanjang tahun 2017 lebih dari 50 persen atau sekitar 143,28 juta telah terhubung jaringan internet. Berikut dibawah ini dikutip data statistik dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Gambar 4.2
Pertumbuhan Penggunaan Internet



Berdasarkan pada tabel diatas, Hasil Survei berikutnya adalah mengenai komposisi pengguna internet berdasarkan usia dimana komposisi terbesar ada pada usia 19 – 34 tahun, yang menunjukkan usia produktif sebagai pelajar atau mahasiswa dan pekerja produktif sebesar 49,52% secara aktif menggunakan jaringan internet untuk memenuhi kebutuhan baik untuk pendidikan, pekerjaan, social media, promosi dan lain sebagainya.

Saat ini kita mengalami era inovasi disruptif (*disruptive innovation age*) yakni era inovasi yang membantu menciptakan pasar yang baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu. Inovasi disruptif mengembangkan suatu produk dan jasa dengan cara yang tak diduga pasar, umumnya dengan menciptakan jenis pelanggan yang berbeda pada pasar yang baru

dan menurunkan harga pada pasar yang lama. Dengan demikian adanya era inovasi disruptif ini menuntut para pelaku usaha kreatif (*creativepreneur*) untuk memasarkan usahanya dengan pendekatan yang berbeda ke pasar agar memacu dan memotivasi para *creativepreneur*, khususnya generasi muda Indonesia agar dapat terus berkreasi dan berinovasi produk dan jasa, memperkaya kreativitas, hingga menambah banyak pengalaman menarik dalam menjalankan *digital platform* yang berguna untuk kemajuan usahanya. Banyak pelaku bisnis mulai merambah dunia *digital*, sehingga banyak pula bermunculan *digitalpreneur* yang kreatif dan inovatif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2015 PDB ekonomi kreatif mencapai nilai Rp 852 triliun. Ekonomi kreatif juga memberi kontribusi 7,4 persen terhadap total pertumbuhan ekonomi nasional. Menjadi *digitalpreneur* dan *creativepreneur* adalah sebuah tantangan untuk mengubah paradigma tentang perkembangan dunia internet dan pemanfaatannya. *Digitalpreneur* harus memiliki target untuk menjadi pemain bisnis global mengikuti jejak pendiri Yahoo, Facebook, Google dan sebagainya.

Mengutip Situs Kementerian Koperasi dan UKM didapati bahwa data BPS menyimpulkan adanya kenaikan jumlah pengusaha yang sebelumnya berjumlah 1,6% naik menjadi 3,1% dari populasi di Indonesia, sehingga bisa dikatakan jumlah tersebut sudah melampaui batas minimal rasio kewirausahaan sebuah negara, yakni 2% sementara pemerintah menargetkan rasio wirausaha di Indonesia mencapai 4% . target 4% tersebut dapat diraih bilamana ada dukungan dan kerja sama semua pihak. Target paling potensial untuk menumbuhkan kewirausahaan bisa dimulai dari Mahasiswa dan Kampus-kampus harus mendukung dan merancang program-program yang mendukung program kewirausahaan sehingga terjalin kolaborasi dan sinergi yang baik

Rasio wirausaha yang baru berdasarkan data jumlah pelaku usaha yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) hasil Sensus Ekonomi Penduduk 2016. Menyatakan bahwa jumlah pelaku usaha bidang non pertanian sebanyak 26,7 juta orang, terjadi peningkatan kelas pelaku usaha dari pemula menjadi usaha mikro naik 12%, pelaku mikro ke usaha kecil naik 9% sedangkan dari pelaku usaha kecil ke menengah sekitar 1%. Kenaikan jumlah wirausaha menjadi indikator kemajuan suatu negara. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) telah mencanangkan Gerakan Nasional 1.000 Usaha Rintisan. Gerakan Digitalisasi 1.000 UMKM Nasional sektor industri mikro dan kecil menuju pemenangan bisnis global, Program Gerakan Nasional 1.000 ini terus didorong untuk mendukung ekonomi kerakyatan yang juga sudah mengarah ke pembiayaan dan investasi teknologi finansial. Menteri Komunikasi dan Informatika yang telah meresmikan Gerakan Nasional 1000 UMKM bermaksud untuk mendorong kekuatan ekonomi nasional yang berbasis UMKM dan

berharap agar usaha rintisan tak hanya mengedepankan bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, Berikut gambar skema Gerakan Nasional 1000 UMKM

Gambar 4.3
Gerakan Nasional Ekonomi Digital

GERAKAN NASIONAL PEMERATAAN EKONOMI DIGITA BAGI UMKM INDONESIA

Hari UMKM ONLINE Nasional

Gebrakan Sejarah, Indonesia Gegerkan Dunia Digital: 100 Ribu UMKM Serentak di 30 kota Indonesia Go Online

Indonesia menjadi "DIGITAL ENERGY OF ASIA" semakin nyata. Visi Presiden Joko Widodo dalam digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah komitmen pemerataan pertumbuhan ekonomi digital.

Peng-online-an 100.000 UMKM secara serentak **31 Maret 2017 - 2 April 2017** di **30 kota** di Indonesia.

REGISTRASI MENJADI UMKM ONLINE **HIBURAN & GAMES**

MANFAAT MENGIKUTI PROGRAM INI BAGI UMKM:

- TOKO ONLINE UMKM, PEMOTRETAN DAN DESKRIPSI PRODUK (dibuatkan oleh Nurbaya Initiative)
- UMKM HANYA BAWA PRODUK UNGGULAN
- Dapat DOMAIN (.ID) & HOSTING GRATIS
- Dapat NPWP GRATIS
- Berada dalam "PROMOSI DAN DITEMPATKAN DI MARKET PLACE ternama"
- Menjadi bagian dari data UMKM yang MENDAPATKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR)

BAGAIMANA CARA DAFTARNYA?

- Kirim SMS ke 081310018008
- Format: Nama UMKM, Lokasi, Produk/Service yang ditawarkan
- WWW.ID FORMULIR ONLINE di <http://umkmonline.id/>

KOLABORASI DARI:

KEMENTERIAN KOPERASI & UKM, KOMINFO, POS INDONESIA, BUMN, NURBAYA INITIATIVE, METR

Data Kemenkominfo memproyeksikan pada tahun 2020 ekonomi digital di Indonesia bisa tumbuh mencapai 130 miliar dollar AS atau sekitar Rp 1.700 triliun. Angka proyeksi ekonomi digital 2020 ini diperkirakan sebesar 20 persen dari total PDB (produk domestik bruto) Indonesia. Proyeksi ekonomi digital ini naik dari realisasi 2017 sebesar 75 miliar dollar AS atau sekitar Rp 1.000 triliun. Saat ini Indonesia tengah memasuki era ekonomi digital, pembangunan nasional dan khususnya pembangunan perekonomian Digital untuk Mendukung Kewirausahaan. Bahkan Presiden Jokowi telah menetapkan visi untuk menempatkan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada Tahun 2020. Data bulan Januari tahun 2016. Sementara dari sisi sumber daya manusia, Indonesia saat ini tengah memasuki fase bonus demografi yang harus dapat dimanfaatkan dengan baik. Proporsi penduduk muda saat ini yang berjumlah lebih dari 25% dari total sekitar 250 juta jiwa penduduk Indonesia, yang diikuti dengan 59,2 juta unit Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang telah berkontribusi sebesar 61,41% terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) nasional.

Pemanfaatan sektor digital yang bertujuan meningkatkan efisiensi dalam sistem perekonomian telah terimplementasi untuk mendorong perbaikan peringkat *Ease of Doing Business (EODB)* Indonesia terutama pada indikator Pembayaran Pajak. Melalui Paket Kebijakan Ekonomi, pembayaran dengan sistem *online* yang memudahkan bisnis khususnya bisnis digital. Pengembangan usaha digital tidak hanya focus pada pendanaan dan kapasitas SDM, tapi juga pada pasar yang mudah diakses, infrastruktur TIK, kerangka regulasi, perizinan dan sistem pendukung lainnya. Aktivitas transaksi digital diharapkan dapat menjadi gerakan inklusif yang bermanfaat bagi masyarakat. Melalui e-Commerce, diharapkan para pelaku usaha rumahan di dapat beralih menjadi UMKM digital sehingga dapat meningkatkan dan memperluas usahanya dan pada akhirnya bisa meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan. Sementara untuk mencapai pemerataan melalui transaksi digital, Indonesia masih menghadapi beberapa kendala yang perlu diselesaikan bersama. Masalah yang terkait langsung dalam upaya peningkatan jumlah atau intensitas transaksi online adalah belum meratanya ketersediaan infrastruktur internet. Sementara itu, perlunya peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi on-line membutuhkan kajian lebih dalam, sektor pendukung untuk meningkatkan kualitas transaksi digital dengan menyediakan konektivitas, sektor *e-commerce* membutuhkan dukungan dan perhatian yang besar dengan menguatkan para pelaku usaha sebagai *backbone* dan penggerak aktif kegiatan *e-commerce* pada digitalpreneur dan creativepreneur.

Strategi Indonesia dalam pembangunan ekonomi digital harus dapat dipahami secara lebih menyeluruh

atau terintegrasi dan dipersiapkan pula strategi pembangunan dan tatanan yang baik untuk ekonomi Indonesia yang *adaptif* terhadap perkembangan teknologi dalam era digital dan era inovatif distruktif. Pengembangan sektor usaha digital tidak hanya berada pada pendanaan dan kapasitas SDM, tapi juga ekosistem yang menyeluruh seperti pasar yang mudah diakses, infrastruktur TIK, kerangka regulasi, perizinan dan sistem pendukung lainnya. Ekonomi digital tidak hanya berfokus pada penjualan barang dan jasa saja, tetapi masih banyak hal baru yang bisa digali dan bisa menjadi sumber perekonomian lain seperti jasa transportasi online, jasa pengiriman, monetisasi aplikasi, layanan jasa keuangan berbasis digital, bahkan kuliah pun sudah bisa secara digital dengan *e-learning*. Semua sumber usaha tersebut, menjadi aspek yang bisa memacu pertumbuhan ekonomi melalui digitalpreneur dan creativepreneur.

Digitalpreneur dan cretaivepreneur bisa menjadi peluang emas untuk memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun-tahun yang akan datang. Jumlah penduduk Indonesia yang semakin meningkat dan semakin tumbuhnya pengguna Internet menjadi faktor yang mendorong ekonomi digital.

Gerakan nasional 100.000 UMKM Online bertujuan dapat memberikan peluang bagi UMKM mendapatkan akses pembiayaan serta mengembangkan usaha. Peserta Gerakan 100.000 UMKM *Go Online* dapat transformasi dari *unbanked* ke *banked (financial inclusion)* mendapatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Manfaat lain dari Gerakan 100.000 UMKM adalah pelaku UMKM yang mendaftar dapat memiliki domain (.id) dan hosting gratis selama setahun. Selain itu peserta gerakan nasional UMKM juga mendapat kemudahan dalam memasarkan produk UMKM melalui *marketplace* terkemuka seorti bukalapak, tokopedia, Olx, Blibli, Elevenia, dan lainnya serta mendapat pendampingan mengelola toko online.

Gerakan ini merupakan Gebrakan sejahtera untuk Indonesia yang menggaungkan Dunia Digital 100 Ribu UMKM serentak di 30 kota Indonesia yang dikampanyekan melalui UMKM On line. Berikut gambar manfaat UMKM Online

Gambar 4.4
Manfaat UMKM Online

The infographic is titled "Manfaat UMKM Harus Online" and is part of the "Gerakan Nasional Pemerataan Ekonomi Digital Bagi UMKM Indonesia" (National Movement for Digital Economic Equality for Indonesian MSMEs). It is scheduled for 31 Maret - 2 April 2017 in 30 cities. The main theme is "Gebrakan Sejarah, Indonesia Gegerkan Dunia Digital: 100 Ribu UMKM Serentak di 30 kota Indonesia Go Online".

Key benefits listed include:

- TOKO ONLINE UMKM, PEMOTRETAN DAN DESKRIPSI PRODUK dibuahkan oleh Nurbaya Initiative (with a shopping cart icon).
- UMKM HANYA BAWA PRODUK UNGGULAN (with a shopping cart icon).
- Dapat DOMAIN (.id) & HOSTING GRATIS (with a .id icon).
- Dapat NPWP GRATIS (with a NPWP icon).
- ikut serta dalam PROMOSI DAN DITEMPATKAN DI MARKET PLACE ternama* (with a globe icon). *Tokopedia, Bukalapak, Toki, Domy, Elevenia dan lainnya.
- Menjadi bagian dari data UMKM yang MENDAPATKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) (with a Rp icon).

Organizations participating in the movement (KOLABORASI DARI) include: BSN (Badan Nasional Penjaminan Likuiditas), BLMN (Badan Layanan Masyarakat), POKI INDONESIA (Pergerakan Organisasi Kerajinan Indonesia), BLMN (Badan Layanan Masyarakat), NURBAYA INITIATIVE (Nurbaya Initiative), and METRO TV.

Dalam mewujudkan Indonesia yang lebih berdaya saing melalui pengembangan wirausaha dan sektor digital, dibutuhkan kerja sama semua pihak. Tidak hanya pemerintah, tapi juga dunia usaha, akademisi, dan masyarakat luas untuk menciptakan ekosistem yang kondusif. dengan semangat penuh untuk membangun perekonomian Indonesiadi era digital. Serta sekaligus mencetak wirausahawan yang mampu menggerakkan ekonomi dan menciptakan berbagai lapangan pekerjaan baru dengan kreatifitas daninovasi usahanya

KESIMPULAN

Dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2015 – 2020, industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan terutama di Indonesia, karena bangsa Indonesia memiliki sumber daya insani kreatif dan warisan budaya. Potensi industri kreatif bila terus digali potensinya dan dikembangkan secara berkelanjutan dan berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual tentunya akan dapat lebih memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia dan dapat memberikan kontribusi secara signifikan bagi pertumbuhan perekonomian, meningkatkan daya saing dan memiliki keunggulan dalam ekonomi global.

Industri kreatif melalui digitalpreneur dan creativepreneur juga diharapkan dapat memiliki daya saing dimana setiap pelaku usaha siap menghadapi tantangan teknologi tidak hanya di Indonesia tapi secara global, tidak hanya meningkatkan keshidupan perekonomian tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selanjutnya Diharapkan Gerakan Nasional 1000 UMKM dapat menjadi Gerakan yang berkesinambungan dan mencapai visi Indonesia bersama yaitu menjadikan Indonesia sebagai “*Digital Energy of Asia*” pada 2020. Potensi ekonomi digital menjadi peluang emas yang harus dimanfaatkan. Aktivitas ekonomi digital melalui digitalpreneur dan creativepreneur akan terus meningkat seiring dengan berkembangnya informasi teknologi, dan hal ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin berkualitas, berkeadilan dan berdaya saing Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Jhinghan, ML. 2000, Ekonomi Pembanguna dan Perencanaan; PT.Raja Grafindo Persada
- Hendro. 2011. Dasar – dasar Kewirausahaan, Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki dunia Bisnis. Jakarta. Erlangga.
- Kasmir. 2006. Kewirausahaan. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada
- Sukirno Sadono, 2000. Makro Ekonomi Modern, Rajawali Press, Jakarta
- Todaro, M.P & Smith, S.C. 2006. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Edisi Kesembilan. Terjemahan Haris Munandar dan Puji AL 2006. Jakarta: Erlangga.

http://id.wikipedia.org/wiki/Pertumbuhan_ekonomi

<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/programs/apa-itu-ekonomi-kreatif>
www.bps.go.id
www.kemenkue.go.id
www.bapenas.go.id