



Literasi Ekonomi Digital Para Pelaku UMKM sebagai Upaya Optimalisasi Tata Kelola Bisnis

Nickytha Lincah De Hans Lumban Gaol¹, Harkim², Syah Paradibasari Sirait³,
Bambang Sugiharto⁴, Edison Parulian⁵

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Profesional, Indonesia

⁴Universitas Pembinaan Masyarakat, Indonesia

⁵Universitas IBBI Medan, Indonesia

E-mail: nickytha.lumbangaol96@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-10-11 Revised: 2024-11-27 Published: 2024-12-06	The development of digital technology has brought significant impacts to the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector. Digital economic literacy is an important factor in encouraging MSMEs to optimize their business governance, expand markets, and increase competitiveness in the digital era. This study aims to examine the importance of digital economic literacy for MSME players and how its implementation can improve business governance. The method used in this research is a literature study, by analyzing various sources related to digital economic literacy and its implementation in MSMEs. The results show that digital economic literacy can help MSMEs manage finances, marketing, and operations more efficiently, thereby increasing their productivity and competitiveness in the global market. The study suggests that the government and private sector strengthen their support for digital literacy for MSMEs through better training, infrastructure provision and access to technology.
Keywords: <i>Literacy;</i> <i>Digital Economy;</i> <i>MSMEs;</i> <i>Optimization;</i> <i>Business.</i>	
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-10-11 Direvisi: 2024-11-27 Dipublikasi: 2024-12-06	Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Literasi ekonomi digital menjadi faktor penting dalam mendorong UMKM agar dapat mengoptimalkan tata kelola bisnisnya, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya literasi ekonomi digital bagi pelaku UMKM dan bagaimana penerapannya dapat memperbaiki tata kelola bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, dengan menganalisis berbagai sumber terkait literasi ekonomi digital dan implementasinya pada UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi digital dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan, pemasaran, serta operasional yang lebih efisien, sehingga meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka di pasar global. Penelitian ini menyarankan agar pemerintah dan sektor swasta memperkuat dukungan terhadap literasi digital bagi UMKM melalui pelatihan, penyediaan infrastruktur, dan akses ke teknologi yang lebih baik.
Kata kunci: <i>Literasi;</i> <i>Ekonomi Digital;</i> <i>UMKM;</i> <i>Optimalisasi;</i> <i>Bisnis.</i>	

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia, dihadapkan pada tantangan besar untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi ini. Literasi ekonomi digital yang mencakup kemampuan untuk menggunakan berbagai teknologi digital dalam kegiatan ekonomi menjadi hal yang sangat penting bagi UMKM. Kesadaran literasi digital dan kritis menjadi kunci untuk menjaga partisipasi politik yang inklusif dan sehat di era digital yang terus berkembang (Elizamaharti & Nelfira, 2023).

Model bisnis berubah sebagai akibat dari perkembangan teknologi yang dinamis di dunia digital modern, yang pada gilirannya menentukan perubahan radikal dalam pengelolaan sumber daya manusia (Adenuddin Alwy, 2022). Di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Transformasi digital kini menjadi faktor penting dalam pengembangan dan pengelolaan bisnis, termasuk untuk UMKM. Dalam konteks ini, literasi ekonomi digital menjadi salah satu pilar utama yang dapat mendukung keberlanjutan dan optimalisasi tata kelola bisnis UMKM.

Literasi digital ini tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan

alat atau platform digital, tetapi juga dengan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis. Dalam konteks UMKM, literasi ekonomi digital diharapkan dapat meningkatkan efektivitas operasional, mempercepat proses bisnis, serta memperluas akses pasar yang lebih besar.

Literasi ekonomi digital merujuk pada kemampuan individu atau pelaku bisnis untuk memahami dan menggunakan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi mereka. Literasi ini meliputi pemahaman tentang berbagai alat digital yang dapat digunakan untuk mengelola keuangan, pemasaran, distribusi produk, serta komunikasi dengan konsumen. Literasi ekonomi digital bukan hanya tentang pemahaman teknologi, tetapi juga tentang bagaimana teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan daya saing bisnis. Sistem pembayaran dan pola bertransaksi dalam ekonomi mengalami perubahan (Seftarita & Azra, 2017).

Namun, meskipun penting, masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mengimplementasikan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Beberapa tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan tentang teknologi, biaya untuk berinvestasi dalam teknologi digital, serta kurangnya infrastruktur yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai peran literasi ekonomi digital dalam meningkatkan tata kelola bisnis UMKM dan cara-cara untuk mengoptimalkannya. Semakin pesat akan perkembangan teknologi tentu semakin mempermudah kegiatan bertransaksi (Fitriani & Taufiq, 2023).

Bagi banyak pelaku UMKM, keterbatasan dalam akses teknologi, kurangnya pemahaman tentang penggunaan alat digital, serta kurangnya pelatihan mengenai ekonomi digital menjadi tantangan utama. Sebagian besar UMKM, terutama yang berbasis di daerah terpencil atau pedesaan, belum memiliki pemahaman yang cukup tentang potensi yang ditawarkan oleh dunia digital. Hal ini membuat banyak dari mereka masih mengandalkan metode bisnis tradisional yang terbatas pada pasar lokal. Bahkan mungkin baru didamba untuk kebutuhan kesahtraan keluarga sendiri dulu. Kehidupan yang sejahtera menjadi dambaan setiap orang untuk memenuhi hasrat ekonominya berupa segala kebutuhan baik sandang, pangan dan papan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya (Srijani, 2020).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Cresswell, 2012), dengan pendekatan studi literatur, yang berfokus pada pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber yang relevan, seperti artikel ilmiah, laporan penelitian, buku, dan jurnal yang membahas tentang literasi ekonomi digital, UMKM, dan tata kelola bisnis (Rianto, 2016). Melalui studi literatur ini, penulis berusaha untuk menggali berbagai pandangan dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara literasi ekonomi digital dan tata kelola bisnis UMKM.

Data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif untuk menggambarkan pentingnya literasi ekonomi digital bagi UMKM dan berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi tersebut. Peneliti membuat daftar kategori yang menonjol sesuai dengan tujuan penelitian yang terdapat dalam data-data hasil pengumpulan data (Wijaya, 2018). Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting (Rizal et al., 2018). Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada manfaat literasi ekonomi digital bagi UMKM, tantangan yang dihadapi, dan solusi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan tata kelola bisnis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pentingnya Literasi Ekonomi Digital bagi UMKM

Literasi ekonomi digital memainkan peran penting dalam membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar global. Dengan menguasai berbagai alat dan platform digital, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan tata kelola bisnisnya dalam beberapa aspek, antara lain: Melalui aplikasi keuangan digital, UMKM dapat dengan mudah mengelola arus kas, melakukan pencatatan keuangan, dan menyusun laporan keuangan secara lebih akurat. Hal ini membantu pelaku UMKM untuk lebih efisien dalam mengelola dana dan meningkatkan transparansi. Seperti yang semua orang tahu, dunia sedang mengalami masa transmisi yang berubah dari manual ke digital (Singh et al., 2023). Betul sekali, aplikasi keuangan digital memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dalam hal pengelolaan arus kas dan pencatatan keuangan. Berikut adalah beberapa manfaat

lebih rinci yang dapat diraih oleh UMKM melalui penggunaan aplikasi keuangan digital.

Aplikasi keuangan digital membantu UMKM untuk memantau pemasukan dan pengeluaran secara real-time. Dengan demikian, pelaku usaha dapat melihat secara jelas arus kas masuk dan keluar, sehingga memudahkan mereka untuk mengambil keputusan berdasarkan kondisi keuangan terkini. Aplikasi digital umumnya menyediakan fitur untuk mencatat setiap transaksi dengan rapi dan terstruktur. Hal ini mengurangi risiko kesalahan pencatatan yang sering terjadi saat pencatatan manual. UMKM juga dapat mencatat transaksi harian dengan lebih mudah dan cepat. Aplikasi keuangan digital memungkinkan pembuatan laporan keuangan otomatis yang terperinci, mulai dari laporan laba rugi, neraca, hingga laporan arus kas. Model bisnis termasuk perusahaan media sosial, pasar e-commerce, layanan cloud, dan platform layanan berbasis web, semuanya telah memotivasi kebijakan pajak yang ditargetkan (Bunn et al., 2020).

Dengan laporan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kondisi keuangan bisnis mereka. Aplikasi keuangan digital biasanya dilengkapi dengan fitur manajemen hutang dan piutang, yang membantu UMKM melacak pembayaran yang masih tertunda atau yang perlu dilakukan. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat mengelola kewajiban dan pendapatan mereka secara lebih efektif. Bagi UMKM yang memiliki beberapa anggota tim, penggunaan aplikasi digital memungkinkan semua pihak yang relevan untuk mengakses data keuangan dengan mudah sesuai dengan hak akses yang diatur. Hal ini meningkatkan transparansi dan membantu mencegah potensi kesalahan atau penyalahgunaan dana.

Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau. Penggunaan media sosial, mesin pencari (SEO), dan iklan online adalah beberapa contoh pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk menarik konsumen baru. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp adalah alat yang efektif untuk UMKM dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan konten yang kreatif dan menarik, pelaku UMKM dapat membangun hubungan yang dekat dengan konsumen dan meningkatkan brand awareness. Media sosial juga menyediakan

opsi iklan berbayar yang memungkinkan target audiens dipilih berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku. SEO adalah proses meningkatkan visibilitas website bisnis UMKM di mesin pencari seperti Google. Dengan menggunakan teknik SEO, seperti kata kunci yang relevan dan konten berkualitas, UMKM dapat meningkatkan peluang mereka muncul di halaman pertama pencarian. Hal ini membuat produk atau jasa mereka lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen yang memang sedang mencari solusi atau produk serupa. Dampak AI dalam pemasaran digital telah menjadi isu yang hangat dibicarakan setidaknya selama 5 tahun terakhir (Nirwana, 2023).

Teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui otomatisasi proses bisnis, seperti pengelolaan inventaris, sistem pemesanan, dan pengelolaan sumber daya manusia (SDM). UMKM yang mengadopsi sistem pemesanan digital dapat memudahkan pelanggan untuk memesan produk atau jasa secara online. Otomatisasi dalam sistem pemesanan membantu mencatat setiap pesanan, memverifikasi pembayaran, dan mengatur pengiriman dengan lebih cepat dan akurat. Ini meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengurangi risiko kesalahan yang sering terjadi dalam pemesanan manual. Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar di berbagai bidang. Salah satu bidang yang semakin diminati adalah digital marketing (Syahril et al., 2023).

2. Tantangan dalam Meningkatkan Literasi Ekonomi Digital pada UMKM

Banyak UMKM yang masih kesulitan untuk mengakses teknologi digital yang memadai, baik dalam bentuk perangkat keras maupun perangkat lunak. Akses internet yang terbatas juga menjadi hambatan besar, terutama di daerah-daerah terpencil. Anda benar sekali, tantangan akses teknologi digital bagi UMKM terutama terasa di daerah terpencil. Selain keterbatasan perangkat keras dan lunak, faktor infrastruktur seperti keterbatasan akses internet yang stabil juga menghambat kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi. Padahal, teknologi digital dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, menjangkau lebih banyak konsumen, dan bersaing dengan usaha yang lebih besar. Ekonomi digital yang didasarkan

konsep kepada data besar, internet untuk seluruh aktifitas, kecerdasan buatan, teknologi robotik dan sensor secara umum membawa transaksi ekonomi lebih cepat, lebih murah, lebih efektif (Idat, 2019).

Sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara menggunakan teknologi digital untuk mengelola bisnis mereka. Kurangnya pelatihan dan edukasi digital menjadi salah satu penyebab utama ketertinggalan ini. Betul sekali, kurangnya literasi digital merupakan tantangan besar bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan bisnis. Banyak pelaku UMKM yang masih terbatas pada cara-cara tradisional, dan seringkali merasa kesulitan ketika dihadapkan pada teknologi baru, baik dari segi penggunaan perangkat lunak, pemasaran digital, hingga manajemen data. Pelatihan dan Edukasi Digital Gratis atau Bersubsidi: Program pelatihan yang terstruktur dan berkesinambungan sangat penting untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Pelatihan ini bisa difokuskan pada pengelolaan keuangan digital, pemasaran online, dan penggunaan platform e-commerce. Pemasaran adalah upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen atau masyarakat. Pemasaran adalah sebuah kegiatan untuk membangun merek atau reputasi (Asri, 2022).

Penerapan teknologi digital memerlukan biaya yang tidak sedikit, baik untuk membeli perangkat, perangkat lunak, maupun pelatihan untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia (SDM) UMKM. Benar sekali, biaya merupakan salah satu hambatan utama bagi UMKM untuk beralih ke teknologi digital. Di banyak kasus, UMKM menghadapi kesulitan untuk menyediakan anggaran bagi perangkat dan perangkat lunak baru, serta pelatihan yang dibutuhkan untuk meningkatkan keterampilan digital SDM mereka. Faktor ini terutama berdampak pada UMKM kecil dan mikro, yang memiliki keterbatasan modal dan cenderung memprioritaskan kebutuhan bisnis sehari-hari dibandingkan investasi dalam teknologi. Internet merupakan salah satu bentuk media baru yang menawarkan beragam platform yang dapat dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan penggunaannya (Afrilia, 2018).

Pemerintah dapat menyediakan subsidi atau bantuan dana khusus bagi UMKM yang ingin beralih ke digitalisasi. Bantuan ini bisa

mencakup pembelian perangkat keras, lisensi perangkat lunak, hingga pelatihan digital. Untuk mengurangi beban biaya di awal, penyedia perangkat teknologi atau lembaga keuangan dapat menyediakan opsi leasing atau cicilan. Dengan demikian, UMKM bisa mendapatkan perangkat teknologi yang diperlukan dengan pembayaran bertahap yang lebih ringan. Banyak perangkat lunak berbasis open source atau platform gratis yang dapat digunakan UMKM untuk memulai digitalisasi dengan biaya minimal. UMKM bisa memanfaatkan software akuntansi, pemasaran digital, atau e-commerce yang bebas biaya atau berbiaya rendah. Beberapa perusahaan besar atau lembaga nonprofit sering kali menyediakan program pelatihan dan akses perangkat teknologi gratis bagi UMKM dalam rangka mendukung inklusi digital. Inklusi keuangan saat ini selalu menjadi bahasan penting pada taraf global maupun nasional (Marginingsih, 2021).

3. Upaya untuk Meningkatkan Literasi Ekonomi Digital pada UMKM

Transformasi digital juga memengaruhi lanskap politik dan masyarakat sipil (Hartiwiningsih, 2017), termasuk dalam konteks ini adalah UMKM. Untuk mengatasi tantangan tersebut, sejumlah upaya perlu dilakukan, antara lain: Pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dapat menyediakan pelatihan yang fokus pada peningkatan literasi digital bagi UMKM. Program pelatihan ini harus mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan e-commerce, pemasaran digital, hingga pengelolaan keuangan melalui aplikasi digital. Betul, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta sangat diperlukan untuk menyediakan pelatihan literasi digital yang komprehensif bagi UMKM. Melalui pelatihan yang terfokus dan menyeluruh, UMKM bisa lebih siap memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis mereka, mulai dari pemasaran hingga manajemen keuangan.

Penggunaan Platform E-commerce: Mengajarkan UMKM cara mendaftar, mengatur, dan mengelola toko online di platform e-commerce akan membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan ini juga bisa mencakup tips tentang fotografi produk, deskripsi produk yang menarik, serta pengelolaan inventaris secara digital. Pemasaran Digital dan Media Sosial: Literasi

digital di bidang pemasaran sangat penting agar UMKM bisa mempromosikan produk secara efektif. Materi pelatihan bisa mencakup strategi pemasaran di media sosial, penggunaan iklan berbayar, optimasi konten, dan analisis data audiens. Banyak UMKM yang masih menggunakan metode pencatatan manual dalam keuangan. Pelatihan dalam penggunaan aplikasi keuangan dan akuntansi digital dapat membantu mereka mengelola keuangan lebih efisien dan akurat, sehingga mereka dapat membuat keputusan bisnis berdasarkan data yang tepat. AI masih merupakan teknologi inovatif di bidang keuangan, yang menyiratkan bahwa mendanai aplikasi AI sangat penting dan tidak mudah diberikan (Giacomo CALZOLARI, 2021).

Keamanan Siber dan Privasi Data: Mengingat dunia digital juga memiliki risiko keamanan, pelatihan tentang keamanan siber penting untuk melindungi data UMKM dan pelanggan mereka. Materi ini bisa mencakup cara melindungi akun, mengenali penipuan online, dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan. Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan: Mengajarkan UMKM cara memahami dan menggunakan data penjualan, interaksi pelanggan, dan tren pasar akan membantu mereka membuat keputusan yang lebih informasional. Pelatihan ini juga bisa mengajarkan penggunaan alat analitik yang mudah digunakan. Kondisi ini juga diikuti oleh munculnya media baru yang difasilitasi oleh kemampuan dari kemajuan di bidang information and communication technology (ICT) (Fatmarina et al., 2019).

Produktivitas dan Kolaborasi Online: Pelatihan tentang penggunaan aplikasi kolaborasi seperti Google Workspace atau Microsoft 365 juga penting, terutama bagi UMKM yang memiliki tim. Alat-alat ini memungkinkan mereka bekerja lebih efisien dan terorganisir, serta mendukung produktivitas meski berada di lokasi yang berbeda. Kolaborasi dari pihak-pihak terkait akan memastikan bahwa program ini dapat diakses dengan mudah dan menyeluruh, serta bisa menjangkau UMKM di berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil. Dengan begitu, UMKM dapat lebih percaya diri dan siap bersaing di era digital. Artificial Intelligence atau AI merupakan salah satu teknologi yang sedang populer saat ini. Berbagai bidang industri sudah memanfaatkan teknologi tersebut, mulai dari kesehatan, keuangan, dan lain-lain (Sobron & Lubis, 2021).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Literasi ekonomi digital memiliki peran penting dalam mengoptimalkan tata kelola bisnis UMKM. Dengan meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM, mereka dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memperbaiki pengelolaan keuangan dan pemasaran. Namun, untuk mencapai hal ini, perlu adanya upaya bersama dari pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan dalam menyediakan pelatihan, infrastruktur, serta fasilitas pembiayaan yang mendukung transformasi digital pada UMKM. Dukungan ini akan memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan lebih kompetitif dalam pasar global.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Literasi Ekonomi Digital Para Pelaku UMKM sebagai Upaya Optimalisasi Tata Kelola Bisnis.

DAFTAR RUJUKAN

- Adenuddin Alwy, M. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia Di Era Digital Melalui Lensa Manajer Sumber Daya Manusia Generasi Berikutnya. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2265–2276.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.334>
- Afrilia, A. M. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 20–30.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Asri, A. A. S. M. . (2022). Digital Marketing In The Era of Society 5.0 By Applying Design Thinking. *International Conference on Industrial Revolution 4.0*, 284–295.
- Bunn, D., Elke, A., & Cristina, E. (2020). Digital Taxation Around the World. *The Tax Foundation*, 1–42.
<https://files.taxfoundation.org/20200610094652/Digital-Taxation-Around-the-World1.pdf>

- Cresswell, J. (2012). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach. In *Sage Publication* (Vol. 1999, Issue December).
- Elizamiharti, E., & Nelfira, N. (2023). Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01), 61-72.
<https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.342>
- Fatmarina, N., Rini, A. S., & PS, M. (2019). Literasi Internet dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Pulau Pramuka. *Prosiding Comnews 2019*, 1(1), 57-67.
<https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1080>
- Fitriani, R. E., & Taufiq, M. (2023). Analisis Pengaruh Wakaf Digital Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah ...*, 67-78.
<https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimesha/article/view/201%0Ahttps://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimesha/article/download/201/133>
- Giacomo CALZOLARI. (2021). Artificial Intelligence and the financial sector at crossroads. *Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies Directorate-General for Internal Policies, May*.
- Hartiwiningsih. (2017). Peran Transformasi Digital dalam Meningkatkan Demokrasi yang berkepastian Hukum. *Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia*, 1-13.
- Idat, D. G. (2019). Memanfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 38, 5-11.
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56-64.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Nirwana, A. (2023). Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: a Thematic Review and Practical Exploration Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing
- Development: a Thematic Review and Practical Exploration. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan (JAMBAK)*, 2(1), 85-112.
- Rianto, P. (2016). Modul Metode Penelitian. In *Metode penelitian* (Vol. 5, Issue July).
- Rizal, M., Saputra, dani nur, & lis hafrida. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Seftarita, C., & Azra, U. (2017). Analisis Peluang Penggunaan Layanan Keuangan Digital (Lkd) Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Besar Provinsi Aceh. *Jurnal Ekombis*, III(1), 1-16.
<http://180.250.41.45/ekombis/article/view/385>
- Singh, P., Verma, A., Vij, S., & Thakur, J. (2023). Implications & Impact of Artificial Intelligence in Digital Media: With Special Focus on Social Media Marketing. *E3S Web of Conferences*, 399.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202339907006>
- Sobron, M., & Lubis. (2021). Implementasi Artificial Intelligence Pada System Manufaktur Terpadu. *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU*, 4(1), 1-7.
<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/semnastek/article/view/4134>
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Syahril, F. B., Kharisma, A. P., & Ananta, M. T. (2023). Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Online Course Sharing Digital Marketing sebagai Platform Belajar Digital Marketing menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Mi Studio). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(6), 2798-2803.
- Wijaya, H. (2018). Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi). *Research Gate, March*, 1-9.
<https://www.researchgate.net/publication/323557072>