

DIGITALISASI EKONOMI KREATIF MELALUI STARTUP: KAJIAN BISNIS KONTEMPORER DI INDONESIA

¹Rindy Pratiwi, ²Muhajirin

¹²Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹rindyptw@gmail.com, ²salimmuhajirin@gmail.com

ABSTRAK

Tantangan pendirian bisnis baru di Indonesia bermacam-macam, di antaranya adalah kemajuan teknologi industri seperti digitalisasi di berbagai sektor. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui digitalisasi ekonomi kreatif melalui startup sebagai kajian bisnis kontemporer. Informasi dikumpulkan dengan pembacaan yang serius dari beberapa sumber seperti: artikel-artikel yang sudah publish di jurnal, buku-buku pustaka, pengamatan langsung di lapangan, dan sebagainya. Hasil dari analisis ditemukan bahwa digitalisasi ekonomi kreatif melalui startup di Indonesia merupakan bentuk bisnis kontemporer yang diminati generasi muda. Bisnis model ini bisa menopang pertumbuhan ekonomi nasional asalkan negara memberikan perhatian dan perlindungan serius terutama dari gempuran pasar global kapitalisme.

Kata Kunci: Bisnis digital, Startup, Kapitalisme global

تجريدي

تتنوع تحديات إنشاء شركة جديدة في إندونيسيا ، بما في ذلك التطورات التكنولوجية الصناعية مثل الرقمنة في مختلف القطاعات. تهدف هذه المقالة إلى معرفة رقمنة الاقتصاد الإبداعي من خلال الشركات الناشئة كدراسة أعمال معاصرة. يتم جمع المعلومات من خلال القراءة الجادة من عدة مصادر مثل: المقالات التي تم نشرها في المجلات ، والببليوغرافيات ، والملاحظات المباشرة في هذا المجال ، وما إلى ذلك. وجدت نتائج التحليل أن رقمنة الاقتصاد الإبداعي من خلال الشركات الناشئة في إندونيسيا هي شكل معاصر من الأعمال التجارية التي يطلبها جيل الشباب. يمكن لنموذج الأعمال هذا أن يحافظ على النمو الاقتصادي الوطني طالما أن الدولة توفر اهتماما وحماية جادين، خاصة من هجمة السوق العالمية للرأسمالية.

الكلمات المفتاحية: الأعمال الرقمية ، الشركات الناشئة ، الرأسمالية العالمية

PENDAHULUAN

يشير بدء التشغيل إلى شركة لم تعمل منذ فترة طويلة. هذه الشركات في الغالب حديثة التأسيس وهي في مرحلة التطوير والبحث للعثور على السوق المناسب. قد يكون التعريف أعلاه أكثر من حيث المصطلحات أو اللغة ، ولكن سيكون من الأسهل إذا تم تفسير مصطلح Startup على أنه شركة جديدة يتم تطويرها. هذا يعني أن الشركة لا تزال في مرحلة التأسيس. بدأت الشركات الناشئة في التطور في أواخر 90 إلى أواخر القرن العشرين ، ولكن في الواقع يتم الجمع بين مصطلح بدء التشغيل على نطاق واسع مع كل ما يتعلق بالتكنولوجيا والويب والإنترنت وتلك المتعلقة بهذه المجالات. إذا نظرنا إلى الوراء ، اتضح أن هذا حدث لأن مصطلح Startup نفسه بدأ يحظى بشعبية دولية خلال فقاعة dot-com ، وكانت ظاهرة فقاعة dot-com عندما تم إنشاء العديد من شركات dot-com في تلك الفترة (1998-2000) في نفس الوقت (Albar et al., 2023).

في ذلك الوقت، كانت العديد من الشركات تفتح مواقعها الشخصية & (Setiawan Luthfiyani, 2023). المزيد والمزيد من الناس يتعرفون على الإنترنت كمجال جديد لبدء أعمالهم. وبدأت في ذلك الوقت ، ولدت Startup وتطورت. ومع ذلك ، وفقا لرونالد ويدا من TemanMacet.com ، فإن الشركات الناشئة ليست فقط شركات جديدة تتلامس مع التكنولوجيا أو الفضاء الإلكتروني أو التطبيقات أو المنتجات ولكن يمكن أن تكون أيضا حول الخدمات والحركات الاقتصادية للأشخاص الذين يمكن أن يكونوا مستقلين دون مساعدة من شركات أكبر أخرى. يمكن أن يساعد استخدام دردشة Gpt في البحث الاقتصادي الذي يمكن أن يؤثر على الأعمال الرقمية (Kajayaan et al., 2023; Utomo, 2023).

من المتوقع أن يضيف هذا البحث إلى مساهمة الخطاب في الاستعداد للأعمال ، خاصة لخريجي الجامعات الذين تخرجوا للتو من الكلية (Amanda & Utomo, 2025; Khairunnisa, 2023; Muhammad Khoirul Rojiqin et al., 2022; Siswanto et al., 2024; Tumiwa et al., 2023; Wijiharta et al., 2023). تكمن أهمية هذه المقالة في شكل من أشكال الخبرة الحقيقية للمؤلف كطالب في السنة النهائية يواجه ظروفًا تجارية خارج المحاضرات التي تتطلب امتلاك مهارات ناعمة عملية ، بما في ذلك كتابة بيانات المعلومات وحفرها.

METODE

تمت كتابة هذه المقالة باستخدام طريقة نوعية مع شكل من أشكال النهج لسرد المعلومات التي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة ، مثل: المقالات والكتب والمجلات المنشورة. يتم التحليل من خلال جمعها من مصادر مختلفة وفحصها بعناية ودقة ، ثم تقديمها في شكل استنتاجات. يتم جمع المعلومات من خلال القراءة الجادة من عدة مصادر مثل: المقالات التي تم نشرها في المجلات، والببليوغرافيات، والملاحظات المباشرة في هذا المجال، وما إلى ذلك. لتحليل المستخدم هو تحليل المحتوى. تتم قراءة جميع المعلومات التي تم جمعها من مختلف المصادر الموجودة بجدية للحصول على محتوى معلومات مهم وفقا للغرض من هذا البحث. يتم إجراء القراءة الجادة بشكل متكرر ، ثم يتم تصنيف المحتوى وفقا للموضوع ، حتى يتم العثور على صياغة للناتج المقدمة في هذه المقالة.

HASIL DAN DISKUSI

تطوير الشركات الناشئة يتسبب في "فقدان" الأسرار بين البشر. الآن لا يوجد شيء لإخفائه بعد الآن بمعنى أن العالم مفتوح بالفعل بسبب الإنترنت. بطبيعة الحال ، فإن وجود ابتكارات جديدة من مختلف المنتجات والخدمات في الشركات الناشئة يؤثر بشكل كبير على تحسين الاقتصاد في إندونيسيا بشكل عام. كما أدى التطور المتزايد للشركات الناشئة إلى فتح مليون فرصة عمل جديدة محتملة فتحت حوالي 5.7 مليون وظيفة جديدة ، ويتم الحصول على المعلومات من بحث INDEF في عام 2018. يمكن للاقتصاد الرقمي أن يفتح العديد من فرص العمل التي من المتوقع أن تستمر في النمو (Siregar & Sugianto, 2024)، حيث تم الحصول على المعلومات من تقرير eConomy SEA 2019 الذي ذكر أن الاقتصاد الرقمي في إندونيسيا وحدها وصل إلى 40 مليار دولار من عام 2019 ومن المتوقع أن يستمر في النمو مرة أخرى إلى 130 مليار دولار بحلول عام 2025 (Mackintosh, 2022; Panchal et al., 2023; Sarwoko, 2008).

لذلك ، تعد الشركات الناشئة فرصة وفرصة فريدة للمجتمع ، ولجيل الشباب ، لتعلم ما يجب ابتكاره وخلقها في المستقبل ، والذي يمكن أن يقدم حولا للمشاكل الاجتماعية (Setianto, 2020). من المؤكد أن التقدم في الابتكار المستدام يمكن أن يدعم التنمية الاقتصادية في إندونيسيا. بالطبع ، لدعم هذا ، نحتاج إلى أشخاص لديهم معرفة ومهارات مختلفة مطلوبة ليكونوا مستعدين للمضي قدما وصنع أشياء حجرية تستخدم الابتكار في استخدامها. بحيث يمكن أن تستمر التطورات الجديدة في الظهور ولا تتوقف وتخلق عددا كبيرا من الشركات الناشئة المختلفة ذات التكنولوجيا المتقدمة بشكل متزايد ، لأن هذا الوضع يمكن أن يعمل ويزدهر للعديد من الأشخاص الذين ستستمر مهاراتهم في خلق فرص عمل توفر الفرص.

هناك حاجة أيضا إلى دعم السلطات العامة لتكون مستعدة لتعزيز الشركات الناشئة في إندونيسيا من خلال تشجيع تطوير إطار شامل للابتكار بحيث يمكن أن يصل استخدام التكنولوجيا إلى العديد من الأشخاص الذين لا يستطيعون التجمع في وقت ما. تعد الشركات الناشئة واحدة من أكثر المجالات تأثيرا في الصناعة الإبداعية ، كما تخدم الشركات الناشئة مجالات الصناعة الإبداعية الأخرى كمجمعات قادرة على توسيع السوق (Ginantra et al. ، 2020). من الواضح جدا أن الشركات الناشئة لها تأثير كبير على الصناعة الإبداعية. الشركات الناشئة هي واحدة من قطاعات الصناعة الإبداعية التي لها تأثير كبير ، مع نمو في غضون بضع سنوات فقط وتقييمات تصل إلى تريليونات الروبية. على سبيل المثال ، يمكن أن تصل قيمة Go- في غضون 3-4 سنوات إلى 1.2 مليار دولار أمريكي. هذا الوضع يجعل الشركات الناشئة بلا شك أكثر أهمية من مختلف المجالات الأخرى للاقتصاد الإبداعي. علاوة على ذلك ، يمكن للشركات الناشئة أن تكون مساعدا آخر لنمو الاقتصاد الإبداعي. على سبيل المثال ، هناك Qlapa وهو مركز تجاري للأعمال الفنية ، ثم Kravasia الذي يبيع الباتيك ، إلخ. قد تكون شركة Soundcloud الناشئة في الخارج هي التي تساعد العديد من الموسيقيين المستقلين على نشر أغانيهم. لذلك ، يمكن للشركات الناشئة فتح فرص سوقية كبيرة للجهات الفاعلة الأخرى في الاقتصاد الإبداعي (Nurohmah & Utomo, 2024).

إندونيسيا بلد ذو إمكانيات سوقية كبيرة. من وجهة نظر مجتمع المستهلكين، دخلت العديد من الشركات الناشئة إندونيسيا للحصول على المزيد من الأرباح وفرص السوق. من الواضح أن العديد من الشركات الناشئة في العالم ، مثل Netflix و HOOQ ، بدأت في غزو إندونيسيا. يمكن أن نرى بوضوح أن العديد من الشركات الناشئة من جميع أنحاء العالم قد بدأت في دخول إندونيسيا، على سبيل المثال HOOQ و Netflix. حققت وسائل النقل عبر الإنترنت مثل Grab توسعا هائلا بعد قراءة إمكانيات الأعمال المفتوحة بسبب ظاهرة GoJek أو ميزات الموسيقى أو خدمات بث الموسيقى مثل Deezer و Spotify، بالإضافة إلى خدمات الاتصالات مثل Whatsapp والعديد من الخدمات الأخرى للشركات الناشئة. لا تتطور الشركات الناشئة في البلدان المتقدمة فحسب، بل بدأت الشركات الناشئة أيضا في دخول البلدان النامية مثل إندونيسيا، والتي كانت سريعة جدا في الآونة الأخيرة. تتميز الزيادة في هذه الشركة الناشئة الأكثر شهرة بوجود خدمة نقل عبر الإنترنت ، وهي Go-Jek. يوضح GoJek أن الشركات الناشئة يمكن أن تبدأ بإنشاء سوقها الخاص من خلال توفير الوسائط بين المستخدمين والمطورين كشركاء ، بدلا من البدء بدخول السوق. بسبب هذه الظاهرة والسوق الذي شكلته GoJek ، يحاول العديد من المنافسين المحليين والأجانب دخول هذا السوق.

تعد الشركات الناشئة واحدة من أكثر المجالات تأثيرا في الصناعة الإبداعية ، كما تخدم الشركات الناشئة مجالات أخرى من الصناعة الإبداعية كمجمعات قادرة على توسيع السوق. من الواضح جدا أن الشركات الناشئة لها تأثير كبير على الصناعة الإبداعية. الشركات الناشئة هي واحدة من قطاعات الصناعة الإبداعية التي لها تأثير كبير ، مع نمو في غضون بضعة سنوات فقط وتقييمات تصل إلى تريليونات الروبية. على سبيل المثال ، يمكن أن تصل قيمة Go- في غضون 3-4 سنوات إلى 1.2 مليار دولار أمريكي. هذا الوضع يجعل الشركات الناشئة بلا شك أكثر أهمية من مختلف المجالات الأخرى للاقتصاد الإبداعي. علاوة على ذلك ، يمكن للشركات الناشئة أن تكون مساعدا آخر لنمو الاقتصاد الإبداعي. على سبيل المثال، هناك Qlapa وهو مركز تجاري للأعمال الفنية ، ثم Kravasia الذي يبيع الباتيك ، إلخ. قد تكون شركة Soundcloud الناشئة في الخارج هي التي تساعد العديد من الموسيقيين المستقلين على نشر أغانيهم. لذلك ، يمكن للشركات الناشئة فتح فرص سوقية كبيرة للجهات الفاعلة الأخرى في الاقتصاد الإبداعي. إن خصوصية الاقتصاد الإبداعي ليست في الواقع شيئا آخر بالنسبة لإندونيسيا ، التي ثبت منذ فترة طويلة أن لديها موارد إبداعية. في الواقع ، لا تفتقر إندونيسيا إلى رأس المال البشري الإبداعي ، بل إنها لم تكن قادرة على تنسيقه. وهذا يعني وجود طريقة لربطهم ببقية العالم. ربما تكون إحدى الطرق التي تتماشى مع وجود الاقتصاد الإبداعي هي بناء شركة قائمة على التكنولوجيا ، أي شركة ناشئة متصلة بالإنترنت. يتم ذلك لمساعدة برامج الاقتصاد الإبداعي الفعالة على التقدم. يعد التطور المتزايد للصناعة الإبداعية في إندونيسيا أحد نقاط القوة والدليل على أن ظهور الشركات الناشئة لديها كفاءات مؤهلة وقادرة على المنافسة.

يتميز هذا التقدم بظهور العديد من الشركات الناشئة في إندونيسيا إلى جانب تحسين جودة المنتجات المنتجة حتى تتمكن من المنافسة في السوق العالمية. مع تزايد عدد الشركات الناشئة المولودة ، سيشجع نمو الاقتصاد الإبداعي في إندونيسيا. في الوقت الحاضر ، هناك حاجة إلى الإبداع ، وبدون الإبداع سوف يترك الشخص وراءه بسبب التغيرات السريعة والجذرية. هنا في إندونيسيا ، يشير تقرير صادر عن جمعية مزودي خدمة الإنترنت الإندونيسية (APJII) ومركز أبحاث دراسات الاتصال في جامعة إندونيسيا ، إلى أنه بحلول نهاية عام 2014 ، كان لدى إندونيسيا بالفعل 88,700,000 مستخدم للإنترنت عبر الهاتف المحمول وسيزداد هذا العدد باستمرار إلى 112 مليون مستخدم للإنترنت عبر الهاتف المحمول ، بحلول عام 2017. وبالتالي ، تتمتع إندونيسيا بإمكانات كبيرة لتصبح مركزا جديدا للنمو الاقتصادي الرقمي. ويعزز ذلك عدد سكان إندونيسيا الشباب والمتزايد، والذي لديه القدرة على الوصول إلى 280 مليون شخص بحلول عام 2030، مما يساهم بمتوسط نمو اقتصادي سنوي يبلغ 2.4٪ حتى تلك النقطة.

تحتاج الحكومة الإندونيسية وأصحاب المصلحة إلى العمل بشكل أوثق لدفع النمو المستدام في الاقتصاد الرقمي. بدأت إندونيسيا الآن في اللحاق بالبلدان التي تركز على الاقتصاد الرقمي ، من خلال تحسين تنفيذ البنية التحتية للنطاق العريض ، بما في ذلك النطاق العريض الثابت والمحمول ، ونشر تكنولوجيا الجيل الرابع (4G). الهدف من RPI (خطة النطاق العريض الإندونيسية) هو تحويل ما يصل إلى 135 مدينة ومنطقة بحلول عام 2019 كإرث للرئيس الحالي. وهذا سيزيد من تشجيع نمو إندونيسيا كدولة اقتصاد رقمي. لا يعمل الاقتصاد الرقمي على تسوية ساحة اللعب فحسب ، بل يعمل أيضا على تسوية كل الأعمال من أي حجم وصناعة ومنطقة. فيما يلي أربعة مجالات في كل شركة تستجيب بشكل جيد للسرعة المتزايدة والتعاون والرؤى التي أحدثها الاتصال الفائق: استراتيجية الأعمال والتطوير. تقليديا ، كان دخول السوق الدولية يعتبر خطوة محفوفة بالمخاطر. الآن ، تستفيد العديد من الشركات من إزالة الحواجز التي كانت تردع نواياها. ووفقا لدراسة وحدة الاستخبارات الاقتصادية، على الرغم من أن 39% لا يزالون قلقين من أن المضي قدما سيضغط على الأسواق القائمة، إلا أن ما يقرب من نصف المشاركين يوافقون على أن خططهم للتوسع العالمي هي وسيلة استراتيجية لمواكبة الطلب المتغير باستمرار من القنوات الرقمية. علاوة على ذلك ، فإن معرفة إلى أين يذهبون بعد ذلك أصبح أسهل - سيكون 40% أكثر قدرة على تحديد منطقة جديدة جاهزة لعرضهم الحالي.

تطوير المنتجات. يتمتع عملاء اليوم برأي أكبر في كيفية تصنيع المنتجات وشحنها أكثر من أي وقت مضى. ولكن في المستقبل ، سنرى كيف ستكون العلاقة بين العملاء والشركات أقرب من خلال القنوات الرقمية. تشير دراسة EIU إلى أن أكثر من 50% من المستجيبين يخططون لتصميم المنتجات والخدمات لتلبية الاحتياجات الفردية. والأكثر إثارة للدهشة هو 41% الذين يتوقعون دمج العملاء في عملية تطوير المنتج. ومع ذلك ، فإن المصدر الرئيسي للضغط التنافسي لا يأتي من العملاء. بدلا من ذلك ، إنه عرض رقمي لأهم منافس راسخ. يقول أكثر من النصف (57%) أنهم واجهوا ضغوطا تنافسية "معتدلة" أو "شديدة" نتيجة للعروض الرقمية من المنافسين الراسخين. ولا يبدو أن هذا الضغط سيخف - حيث يتوقع 69% منافسة كبيرة من نفس المنافسين. سلسلة التوريد. وفورات كبيرة في التكاليف لما لا يقل عن 35% من المستجيبين ذكروا دراسة EIU. ومع ازدياد عدد الشركات التي تغتنم الفرصة لتوسيع أعمالها، يجد 38% أيضا أن الاتصال الفائق يمكنهم من العمل بشكل جيد مع الموردين الدوليين. لماذا؟ لا يفتح الاقتصاد الرقمي الأبواب أمام كل مورد في جميع أنحاء العالم فحسب ، بل يفتح أيضا المشترين لمنتجاتك. ونتيجة لذلك، ستكون الشركات أكثر انتقائية بشأن الموردين الذين تختارهم (39%) وزيادة تنوع المواد المشتراة من خلال سلسلة التوريد (27%).

الموارد البشرية في دراسة EIU ، كان التأثير الأكثر استشهادا للربط الفائق هو تسريع العمليات التجارية. في الواقع ، يشير 46% إلى عمليات أتمتة الأعمال باعتبارها الاستجابة الأكثر اعتمادا للترابط بين البيانات والعمليات وأشياء أخرى. في المستقبل، يعتقد ما يقرب من نصف المشاركين أن الاتصال الفائق يمكن أن يساعد مؤسساتهم على أن تصبح أكثر مرونة وابتكارا مع تقليل التحكم المركزي. على سبيل المثال ، PT Kereta Api Indonesia (Persero). تقوم المؤسسة الإندونيسية المملوكة للدولة التي يبلغ عمرها 151 عاما ، والتي تقدم خدمات النقل بالسكك الحديدية في إندونيسيا ، بمطابقة نموذج أعمالها مع العمليات التجارية الناتجة عن العالم الرقمي. من خلال تبسيط الخدمات من خلال الاتصال الفائق ، تقوم PT Kereta Api Indonesia (Persero) ببناء ثقة العملاء من خلال توفير أكثر ما يحبه العملاء ، أي خدمة عملاء موثوقة وسريعة الاستجابة وتنافسية.

تتمثل رؤية PT Kereta Api Indonesia لتكنولوجيا المعلومات في أن تكون محركا تجاريا في تحقيق رؤية الشركة للتحويل إلى أفضل مزود لخدمات السكك الحديدية. ولتحقيق هذه الرؤية، لجأت إدارة الشركة إلى حلول SAP لدفع أعمالها من خلال تنفيذ حل رئيسي لتخطيط موارد المؤسسات لمشروع Railstar الخاص بها، لتمكين التحسينات في صيانة البنية التحتية للسكك الحديدية. ويسمح هذا الدفع نحو التحسين بإجراء تغييرات فعالة في عملية الإدارة والإبلاغ المالي، فضلا عن تحسين إدارة المقبوضات والمدفوعات، وتحسين كفاءتها. بغض النظر عن كل مرة تقوم فيها بتغيير عملية أو أتمتتها أو تسريعها ، - يكون الأشخاص دائما في قلب هذا التحويل. وبتأثير الاتصال الفائق، قدم أكثر من الثلث تدريبا رقميا لدعم التحولات مثل أتمتة الأعمال (46%)، والوظائف التي تم الحصول عليها من خلال الاستعانة بمصادر خارجية (33%)، وممارسات التطوير السريع (39%). ومع ذلك ، يبدو أن هذه هي بداية شيء أكبر.

كما أظهرت دراسة وحدة الاستخبارات الاقتصادية أن 39% يتوقعون تحسين إدارة التغيير الجوهري في جميع المجالات بسبب احتياجات السوق المتغيرة. بالإضافة إلى ذلك، ولضمان توفر المهارات المناسبة لدعم بيئة الأعمال المتطورة باستمرار، يتوقع 37% أنهم سيكونون قادرين على مطابقة المرشحين لفرص العمل بسرعة أكبر وفعالية أكبر. عصر الاقتصاد الرقمي له تفرد خاص مقارنة بالعصر السابق. عصر الاقتصاد الرقمي هو أيضا عصر لا يمكننا تجنبه ، مع الأخذ في الاعتبار أن المزيد والمزيد من الناس مرتبطون بالتكنولوجيا. مع الالتزام الجاد من مختلف الأطراف ، يمكننا الاستفادة بشكل كبير من موجة الاقتصاد الرقمي.

PENUTUP

من نتائج التفسير أعلاه ، نعلم أن واقع وظاهرة الاقتصاد الإبداعي ليس في الواقع شيئا جديدا بالنسبة لإندونيسيا ، التي ثبت أن لديها أصولا إبداعية لفترة طويلة. لا تعاني إندونيسيا في الواقع من نقص في رأس المال الإبداعي ، بل إنها لا تزال تفتقر إلى القدرة على دمجه. وهذا هو ، كيفية ربط منتجاتها مع العالم الخارجي. ربما تكون إحدى الطرق التي تتناغم مع وجود الاقتصاد الإبداعي هي بناء الشركات الناشئة المرتبطة بذلك. يتم ذلك لدعم برنامج الاقتصاد الإبداعي الذي يتم الترويج له. التكنولوجيا هي فرع من فروع الأنثروبولوجيا الثقافية التي تتعامل مع دراسة الثقافة المادية. هذا هو المقصود أكثر كعمليات بشرية في التعامل مع بيئتهم المادية والتحكم فيها. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) كجزء من العلوم والتكنولوجيا بشكل عام هي جميع التقنيات المتعلقة بجمع المعلومات وجمعها ومعالجتها وتخزينها ونشرها وعرضها. إذا نظرت إلى اليوم ، فإن تطور تكنولوجيا المعلومات ، وخاصة في إندونيسيا ، آخذ في الازدياد. مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، يمكن أن يسهل علينا التعلم والحصول على المعلومات التي نحتاجها من أي مكان وفي أي وقت ومن أي شخص.

إن تطوير الشركات الناشئة في إندونيسيا يزداد حجما مع هذا ، يجب أن يكون هناك دعم وجدية من الحكومة في تطوير هذا المجال لأن الشركات الناشئة جزء من الاقتصاد الإبداعي الذي سيساعد على نمو الاقتصاد في إندونيسيا. يعد إنشاء مشروع تجاري على أساس قدرات الفرد مهارة كبيرة يمتلكها الشخص في تنفيذ قدراته في الأنشطة التجارية. ولكن سيكون من الجيد أن يهتم رجال الأعمال المبتدئون بالتخطيط طويل الأجل للأعمال التي تم إنشاؤها. لأنه ليس هناك عدد قليل من رجال الأعمال المبتدئين يفشلون بسبب عدم نضج الخطة. لا تدخر حكمة استخدام التكنولوجيا من كيفية استخدام شخص ما للمرافق التي تم تقديمها. سيكون من الرائع أن يتمكن رجال الأعمال من خلال التكنولوجيا من الإدارة على النحو الأمثل في إصدار الابتكارات من الأعمال التي تم تشغيلها. بعد التعرض الطويل أعلاه ، نجد أن العلاقة الوثيقة بين الرقمنة الصناعية والشركات الناشئة والاقتصاد الإبداعي وثيقة. الشركات الناشئة كمثال على تنفيذ الرقمنة الصناعية لها دور إيجابي في تطوير الاقتصاد الإبداعي في إندونيسيا.

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, K., Abubakar, A., & Arsyad, A. (2023). Islamic Business Ethics in Online Commerce: A Perspective from Maqashid Shariah by Imam Haramain. *Jurnal Islam Nusantara*, 7(2), 273–289. <https://doi.org/10.33852/jurnalnu.v7i2.501>
- Amanda, R., & Utomo, Y. T. (2025). MENCARI SOLUSI PROBLEM PERINDUSTRIAN INDONESIA : STUDI KASUS PT . SRITEX TAHUN 2024 PENDAHULUAN : *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 3(5), 56–66.
- Kajayaan, R., Putra, T., Saputro, F. R., Hakim, L., & Ramadhan, Y. (2023). Fenomena ChatGPT : Peningkatkan civic skill digital native generation. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 140–147.
- Khairunnisa, F. et. a. (2023). Meningkatkan Kinerja Karyawan Dengan Self Efficacy , Organizational Citizenship Behavior (OCB), Dan Job Dan Job Satisfaction Dalam Perspektif Islam. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1, 71–80.
- Mackintosh, S. P. M. (2022). Climate Crisis Economics. In *Taylor & Francis*. Routledge.
- Muhammad Khoirul Rojiqin, Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jamasy: Jurnl Akuntansi, Manajemen, Dan Perbankan Syariah*, 2(2020), 1–16.
- Nurohmah, A., & Utomo, Y. T. (2024). PENDIDIKAN KEUANGAN SYARIAH DI ERA MODERN. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(4), 7–14.
- Panchal, G. B., Mirzahosseinian, H., Tiwari, S., Kumar, A., & Mangla, S. K. (2023). Supply chain network redesign problem for major beverage organization in ASEAN region. *Annals of Operations Research*, 324(1–2), 1067–1098. <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04571-0>
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Modernisasi Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97–115. <https://doi.org/10.21067/jem.v4i2.880>
- Setiawan, A., & Luthfiyani, U. K. (2023). Penggunaan ChatGPT Untuk Pendidikan di Era Education 4.0: Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis. *JURNAL PETISI (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 4(1), 49–58. <https://doi.org/10.36232/jurnalpetisi.v4i1.3680>
- Siregar, F. S., & Sugianto. (2024). Will Indonesia Surpass Malaysia in SGIE ? *JIEI: Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Islam, 10(01), 918–924.

- Siswanto, E., Hayati, A., Farhan, H., Andrini, S., Yulianto, A., Utomo, Y. T., Rahayu, T., Darlen, M. F., Musta'ana, Listiani, Sam, N. F., Trigunadi, A., & Wau, S. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif* (A. Surachman & V. A. Rengganis (eds.)). Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/571393/buku-ajar-metode-penelitian-kualitatif#cite>
- Tumiwa, R. A. F., Ningsih, G. M., Romarina, A., Setyadjit, Slamet, B., Waruwu, E., Ie, M., & Utomo, Y. T. (2023). Investigating halal food Supply chain management, halal certification and traceability on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1889–1896. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.003>
- Utomo, Y. T. (2023). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wijiharta, W., Yohana, A., Khairawati, S., & Utomo, Y. T. (2023). Kegiatan – kegiatan Pendidikan Pembentuk Customer Experience Mahasiswa pada Kampus Ekonomi Islam Berpesantren STEI Hamfara Yogyakarta. *SoftPD: Jurnal Softskill & Personality Development Training*, 03(02), 1–9.