

TEKNOLOGI DIGITAL: SOLUSI DI TENGAH KRISIS KETENAGAKERJAAN



Edy Prayitno, S.Kom., S.E., M.Eng
Dosen Prodi : Sistem Informasi Akuntansi
Universitas Teknologi Digital Indonesia
(dahulu STMIK AKAKOM)
Bidang Keminatan Penulis :
Sistem Informasi, E-commerce

BELAKANGAN ini, kondisi ketenagakerjaan di Indonesia menghadapi tantangan besar. Gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) semakin sering terjadi, dengan banyak perusahaan yang terpaksa

merampingkan jumlah tenaga kerja mereka. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada 5 November 2024 menunjukkan tingkat pengangguran per Agustus 2024 berada di angka 4,91%, dan terus bertambah seiring peningkatan jumlah tenaga kerja yang terdampak PHK. Industri manufaktur dan tekstil menjadi sektor yang paling terpukul, dengan ribuan pekerja kehilangan pekerjaan akibat tekanan ekonomi global dan kebijakan impor yang longgar.

Salah satu faktor utama penyebab situasi ini adalah pergeseran struktur ekonomi. Sektor manufaktur yang selama ini menjadi tulang punggung penciptaan lapangan kerja mulai tergerus oleh tren otomatisasi dan ketergantungan pada produk impor. Di sisi lain, investasi yang lebih besar dialihkan ke sektor berbasis komoditas, yang sayangnya tidak banyak menyerap tenaga kerja seperti halnya manufaktur.

Namun, di tengah tantangan ini, teknologi digital membuka peluang baru bagi mereka yang terdampak. Digitalisasi bukan hanya sekadar tren, tetapi juga solusi nyata yang dapat membantu masyarakat ber-



tahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Dengan berkembangnya platform e-commerce, ekonomi gig, kecerdasan buatan (AI), dan pekerjaan berbasis digital, banyak individu kini dapat menciptakan sumber penghasilan baru tanpa harus bergantung pada pekerjaan konvensional.

Berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada telah memudahkan masyarakat untuk memulai bisnis online dengan modal kecil. Data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) menunjukkan bahwa transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp476,3 triliun pada 2023, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Ini membuktikan bahwa potensi bisnis digital semakin terbuka luas.

Selain itu, gig economy juga berkembang pesat dengan kehadiran platform seperti Upwork, Fiverr, dan Sribulancer, yang memungkinkan para pekerja lepas

menawarkan jasa mereka ke pasar global. Profesi seperti desain grafis, penulisan konten, hingga pengembangan perangkat lunak kini tidak lagi terbatas oleh lokasi geografis. Bahkan, perusahaan internasional kini lebih terbuka terhadap tenaga kerja remote dari Indonesia, memberikan kesempatan bagi para profesional untuk bersaing di tingkat global.

Peran kecerdasan buatan (AI) dalam ekonomi digital juga semakin signifikan. AI memungkinkan otomatisasi tugas-tugas tertentu, mulai dari analisis data hingga pembuatan konten digital. Dengan platform seperti ChatGPT, Midjourney, dan DALL-E, banyak individu kini bisa memanfaatkan AI untuk meningkatkan produktivitas, menciptakan karya inovatif, dan bahkan menghasilkan pendapatan dari jasa yang berbasis AI. Dengan kemajuan AI, pekerja yang memiliki keterampilan dalam pengelolaan dan pengembangan teknologi ini akan semakin dibutuhkan di pasar tenaga kerja.

Namun, untuk benar-benar memanfaatkan peluang ini, masyarakat perlu meningkatkan literasi digital dan keterampilan berbasis teknologi. Di sinilah pentingnya peran institusi pendidikan dalam mencetak

tenaga kerja yang siap menghadapi transformasi digital. **Universitas Teknologi Digital Indonesia** hadir sebagai solusi bagi mereka yang ingin mengembangkan diri di bidang teknologi digital dan bisnis digital. Dengan program studi yang berorientasi pada masa depan, universitas ini membekali mahasiswa dengan keterampilan yang relevan, mulai dari analisis data, kecerdasan buatan, hingga strategi bisnis berbasis digital.

Di tengah ketidakpastian ekonomi, satu hal yang pasti: mereka yang mampu beradaptasi dengan teknologi akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Maka, kini saatnya kita memanfaatkan teknologi digital sebagai batu loncatan menuju masa depan yang lebih cerah. (*)

GABUNG BERSAMA



UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

pmb.utdi.ac.id

PENDAMPINGAN KARAKTER PEDULI LINGKUNGAN
Diadakan UAD di SMK Ibrahim Fikri Malaysia

MALAYSIA (KR) -

Selama dua hari, 18-19 Februari 2025, SMK Ibrahim Fikri di Kuala Nerus Terengganu Malaysia menjadi tuan rumah kegiatan yang bertujuan untuk menguatkan karakter peduli lingkungan dan literasi digital di kalangan sivitas akademika sekolah tersebut. Kegiatan ini diselenggarakan tim pengabdian Universitas Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta bersama dengan Universiti Malaysia Terengganu (UMT).

Kegiatan mengusung tema 'Penguatan Karakter Peduli Lingkungan Berbasis Literasi Digital' ini, dipimpin Dosen Prodi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Terapan UAD Sri Handaningsih ST MT didampingi Nurul Suwaratiningsih SPd MSc (Dosen



KR-Istimewa

Penandatanganan dan penyerahan Implementing Agreement antara FAST UAD dengan Kepala SMK Ibrahim Fikri Malaysia.

Program Studi Sistem Biologi UAD) dan Dr Mmu Atiqah Mohd Roslan (Dosen Matematika di Faculty of Computer Science and Mathematics UMT).

Menurut Sri Handaningsih, selama dua hari, peserta yang terdiri siswa dan tenaga pendidik SMK Ibrahim Fikri diberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai pentingnya kepedulian terhadap lingkung-

an. Selain itu, mereka juga diajarkan cara-cara praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran serta berbagi informasi mengenai isu-isu lingkungan yang sedang berkembang. "Dalam sesi pelatihan, para peserta diberikan materi pengelolaan sampah, konservasi energi dan penerapan teknologi dalam upaya pelestarian lingkungan,"

ujarnya, Rabu (19/2).

Dalam kesempatan yang sama, Dr Mmu Atiqah Mohd Roslan menambahkan, integrasi teknologi dalam pendidikan, terutama yang terkait dengan isu lingkungan, merupakan langkah yang tepat untuk menciptakan generasi yang lebih sadar dan peduli terhadap pelestarian bumi. Dengan kemampuan literasi digital yang baik, mereka dapat menjadi agen perubahan di masa depan.

Sri Handaningsih berharap, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi SMK Ibrahim Fikri, dengan menciptakan generasi muda yang tidak hanya terampil dalam bidang teknologi, tetapi juga memiliki karakter peduli lingkungan yang kuat. **(Jay)-f**

SMP Muhadesta Gelar Pengajian dan Baksos

SLEMAN (KR) - Menyambut Ramadan 1446 H, SMP Muhammadiyah 2 Depok Sleman (Muhadesta) menyelenggarakan pengajian akbar, Minggu (16/2) dengan pembicara Ketua Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) DIY, Dr Ikhwan Ahada SAg MA. Selain itu, seko-

lah juga mengadakan bakti sosial berupa pemberian paket sembako serta alat tulis kepada masyarakat yang membutuhkan. Kepala SMP Muhammadiyah 2 Depok, Hendro Sucipto MPd menuturkan, dalam program baksos, sekolah bersinergi dengan Lazismu Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Kapanewon Depok serta forum silaturahmi orang tua siswa. Setelah itu dilakukan peluncuran video profil sekolah yang baru. "Ini sebagai komitmen berinovasi dan



KR-Istimewa

Pengajian akbar dan baksos di Muhadesta.

kepedulian kepada warga masyarakat," katanya.

Ketua PCM Depok, H Muhammad Ichsan SE MM mengapresiasi kegiatan ini serta mendukung program-program Muhadesta. "Saya yakin Muhadesta menjadi sekolah unggul di masa mendatang, karena programnya diminati masyarakat," jelasnya seraya berterima kasih kepada Muhadesta dan jemaah Masjid Al-Arqom karena sering digunakan untuk tempat pengajian mualaf yang men-

jadi program PCM Depok.

Ketua PWM DIY, Ikhwan Ahada berpesan kepada seluruh jemaah pengajian untuk senantiasa bergembira menyambut Ramadan. Menurutnya, ciri-ciri warga Muhammadiyah yakni hatinya ikhlas, gemar beramal saleh, tawakal dan konsisten berbuat baik.

Ciri-ciri itu melekat dalam diri warga Muhammadiyah dan dididik melalui berbagai cara, salah satunya lewat sekolah. **(Dev)-f**

EKONOMI

MENYIASATI PELUANG

Digital Marketing: Email Marketing (2)

PEMASARAN email langsung membuat berbeda dari spam, karena beberapa elemen. Pemasaran email memiliki tujuan untuk memberi informasi, melibatkan, dan mengonversi audiens mereka. Sebaliknya, spam sering dikirim dengan tujuan menipu penerima atau mempromosikan konten yang tidak relevan. Pemasaran email menargetkan audiens tertentu, yang sering kali disegmentasikan berdasarkan preferensi, perilaku, atau demografi. Spam dikirim tanpa pandang bulu, tanpa mempertimbangkan minat penerima.

Konten berkualitas merupakan ciri khas pemasaran email, merek menginvestasikan waktu dalam menyusun pesan yang bermakna. Spam tidak memiliki upaya ini, sering kali ditulis dengan buruk dan tidak relevan. Pemasaran email yang efektif menghargai waktu penerima, mengirimkan email pada waktu yang optimal dan pada frekuensi yang tidak berlebihan. Email spam dikirim berulang kali, tanpa pola atau pertimbangan apa pun. Konsep di balik pemasaran email langsung adalah mengirim iklan yang profesional dan menarik ke sekelompok kecil penerima yang mungkin lebih tertarik menerima pesan tersebut.

Pesan pemasaran email langsung sering kali menyertakan mekanisme yang memberikan umpan balik kepada pengirim tentang efektivitas kampanye. Hal ini memungkinkan organisasi melacak metrik seperti jumlah pesan yang dibuka, jumlah klik yang dihasilkan dari pesan, jumlah penerima yang meminta penghapusan dari daftar pengiriman, dan jumlah pesan yang ditolak oleh server penerima. Pemasaran email langsung umumnya merupakan email keikutsertaan berbasis izin, berbeda dengan email komersial yang tidak diminta. Kampanye email yang dikirim langsung ke pelanggan yang berminat membuat calon pelanggan lebih mengetahui produk atau penawaran

penjualan terbaru organisasi.

Manfaat dan efektivitas pemasaran email langsung. Beberapa manfaat pemasaran email langsung meliputi pemasaran email yang dipersonalisasi. Pemasaran email yang dipersonalisasi yang menyertakan nama penerima atau menargetkan minat atau hobi memungkinkan organisasi untuk meningkatkan kemungkinan konversi yang berhasil sekaligus mampu menargetkan khalayak khusus. Pemasaran email langsung juga dapat membuat hubungan yang lebih dekat dengan khalayak target. Pemasaran melalui email menumbuhkan ikatan antara merek dan pelanggan. Konten yang bernilai dan teratur dapat mengubah pelanggan biasa menjadi pelanggan setia.

Organisasi dapat mempersonalisasi emailnya untuk setiap penerima berdasarkan informasi pelanggan yang mungkin sudah dimilikinya dan dapat membuat pesannya profesional atau kasual untuk mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan calon pelanggan. Pemasaran email langsung juga dapat menggunakan metrik untuk mengukur keberhasilan. Hasil yang membantu menentukan kampanye pemasaran email yang sukses meliputi rasio buka, klik-tayang, konversi, dan rasio pengiriman.

Pilihan yang terjangkau untuk menjangkau banyak orang dengan cepat. Pemasaran email langsung adalah cara yang hemat biaya bagi organisasi untuk menjangkau audiens target mereka dengan cepat. Beberapa layanan pemasaran email menawarkan sejumlah email tertentu secara gratis dan kemudian mengenakan biaya minimal per email. Dengan strategi yang tepat, pemasaran melalui email dapat menawarkan laba atas investasi (ROI) yang tinggi dan meningkatkan rasio konversi.

***) Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Amikom Yogyakarta**

BI Putuskan BI-Rate Tetap 5,75 Persen

JAKARTA (KR) - Bank Indonesia (BI) mempertahankan tingkat suku bunga acuan BI-Rate sebesar 5,75 persen. Selain itu, BI memutuskan suku bunga Deposit Facility sebesar 5,00 persen dan suku bunga Lending Facility sebesar 6,50 persen.

"Keputusan ini konsisten dengan upaya menjaga prakiraan inflasi 2025 dan 2026 tetap terkendali dalam sasaran 2,5 persen, plus-minus satu persen, stabilisasi nilai tukar Rupiah sesuai dengan fundamental di tengah ketidakpastian global yang masih tinggi dan turut mendorong pertumbuhan ekonomi," kata Gubernur BI, Perry Warjiyo, dalam jumpa pers secara daring di Jakarta, Rabu (19/2).

Dijelaskan, ke depan BI terus

mencermati prospek inflasi dan pertumbuhan ekonomi dalam memanfaatkan ruang penurunan suku bunga BI-Rate. Hal itu dilakukan dengan mempertimbangan pergerakan nilai tukar Rupiah.

Sementara itu, kebijakan makroprudensial dan sistem pembayaran terus diarahkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Gubernur BI menambahkan, kebijakan sistem pembayaran juga diarahkan untuk turut menopang pertumbuhan, khususnya sektor perdagangan dan UMKM. Dengan memperkuat keandalan infrastruktur dan struktur industri sistem pembayaran serta memperluas akseptasi digitalisasi sistem pembayaran.

LSP PARSI-LSPRO PUTRI KEDATON

Jalin Kerja Sama dengan IHGMA DPD Yogya

YOGYA (KR) - Lembaga Sertifikasi Profesi P-3 Pariwisata dan Spa Indonesia (LSP P-3 Parsi) dan Lembaga Sertifikasi Produk dan Jasa Usaha Pariwisata (LSPPro) PT Putri Kedaton Group menjalin kerja sama dengan Indonesian Hotel General Manager Association (IHGMA) DPD Yogyakarta di Hotel @HOM Premiere Timoho, Yogyakarta, Selasa (18/2).

Kerja sama ditandai dengan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) oleh Direktur LSP Parsi dan Lembaga Sertifikasi Produk dan Jasa

Usaha Pariwisata PT Putri Kedaton Group, Dr Lastiani Warih Wulandari SE MM dan Ketua IHGMA

DPD Yogyakarta, Iwan Ridwan Munajat STIr Par. Turut menyaksikan Dewan Pengarah LSP Parsi, Taz-



KR-Devid Permana

Penandatanganan kerja sama antara LSP P-3 Parsi dan LSPPro PT Putri Kedaton Group dengan IHGMA DPD Yogyakarta.

bir Abdullah SH MHum dan Legal Corporate PT Putri Kedaton Group Alouvie Ridha Mustafa SH MH.

Lastiani Warih Wulandari menuturkan, implementasi dari kerja sama ini yaitu sertifikasi usaha dalam hal ini perhotelan dan sertifikasi profesi tenaga kerjanya.

"Jadi LSP P-3 Parsi yang akan mensertifikasi SDM tenaga kerjanya, sedangkan LSPPro PT Putri Kedaton akan mensertifikasi usahanya," ujarnya di sela-sela acara yang dihadiri sejumlah anggota IHGMA DPD Yogyakarta. **(Dev)-f**