

PERSEPSI KAUM MILENIAL TERHADAP EKONOMI DIGITAL BERBASIS PENDIDIKAN DI PESANTREN AL KIFAYAH RIAU

Mukhyar

Institut Agama Islam Diniyah (IAID) Pekanbaru,
Jl. Kua No. 1 Kecamatan Sukajadi Pekanbaru

mukhyarpakngahriau@gmail.com

Abstrak, Persepsi kaum milenial terhadap ekonomi digital berbasis pendidikan adalah tanggapan para santri terhadap maraknya ekonomi digital dari perspektif pendidikan yang berfokus pada lima aspek utama, yaitu: (a) Pengetahuan ekonomi digital, (b) Manfaat ekonomi digital, (c) Mengenal jenis-jenis ekonomi digital, (d) Kemampuan mengakses bisnis digital, (e) Ketertarikan terhadap bisnis digital. Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Kifayah Riau, Pekanbaru dengan meneliti persepsi santri. Untuk memenuhi maksud penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk menggali persepsi secara mendalam peneliti menggunakan model berpikir induktif, yakni sebuah pendekatan dengan melakukan wawancara yang dimulai dari aspek spesifik kemudian berlanjut pada aspek yang lebih luas atau umum tentang ekonomi digital berbasis pendidikan. Penelitian ini berkesimpulan santri pondok pesantren Al Kifayah Riau memiliki persepsi bervariasi terhadap ekonomi digital. Namun secara mayoritas memiliki pandangan yang sama, yaitu sama-sama memandang perlu ekonomi digital.

Kata Kunci: Persepsi; Kaum Milenial; EkonoI Digital; Pendidikan.

Abstract, Millennials' perception of the education-based digital economy is the response of the students to the rise of the digital economy from an educational perspective which focuses on five main aspects, namely: (a) Knowledge of the digital economy, (b) Benefits of the digital economy, (c) Recognizing the types of type of digital economy, (d) Ability to access digital business, (e) Interest in digital business. This research was conducted at the Al Kifayah Islamic Boarding School in Riau, Pekanbaru by examining the perceptions of students. To fulfill the purpose of research, this research uses a qualitative approach. Meanwhile, to explore perceptions in depth, researchers used an inductive thinking model, which is an approach by conducting interviews that start from specific aspects and then move on to broader or general aspects of the education-based digital economy. This research concludes that the students of the Al Kifayah Islamic boarding school in Riau have varied perceptions of the digital economy. However, the majority share the same view, namely that they both view the need for a digital economy.

Keywords: Perception; Millennials; Digital Economy; Education.

A. PENDAHULUAN

Percepatan pertumbuhan jumlah penduduk dunia setiap tahunnya diprediksi mengalami peningkatan. Tercatat hingga bulan November tahun 2022, jumlah penduduk dunia mencapai delapan miliar jiwa. Dari jumlah yang besar tersebut sebaran populasi penduduk dunia hampir setengahnya berada dalam kawasan Benua Asia. Sementara itu, Indonesia sebagai sebuah negara yang berada dalam kawasan ini, termasuk dalam kelompok 10 negara yang memiliki jumlah penduduk terpadat di dunia. Secara urutan Indonesia berada pada peringkat ke empat, setelah China, India, dan Amerika Serikat.¹

Indonesia sebagai negara berkembang yang memiliki kepadatan populasi penduduk, sebenarnya memiliki dua sisi keuntungan dan beban secara bersamaan. Sebagai beban, dengan peningkatan jumlah penduduk tentu akan menambah beban ekonomi negara untuk menjamin ketersediaan sandang, papan, pangan, lapangan pekerjaan. Apalagi untuk menjamin ketersediaan bahan makanan pokok masyarakat. Namun sebaliknya besarnya pertumbuhan populasi penduduk Indonesia memberikan keuntungan bagi negara, karena pertumbuhan penduduk Indonesia diikuti dengan bonus demografi. Dalam publikasi terbaru Badan Pusat Statistik dapat dilihat analisis yang memperkirakan Indonesia akan memasuki masa bonus demografi dengan periode puncak antara tahun 2020-2030 yang ditandai dengan peningkatan jumlah penduduk usia produktif mencapai hingga dua kali lipat dari jumlah penduduk usia anak dan lanjut usia.²

Tersedianya jumlah penduduk usia produktif sebagai bonus demografi sesungguhnya memberikan keuntungan tersedianya jumlah tenaga kerja produktif yang melimpah untuk dapat diberdayakan dalam menggerakkan percepatan pembangunan, terutama sebagai pelaku usaha dalam menggerakkan pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital. Kelompok milenial ini juga dapat digerakkan untuk melakukan berbagai terobosan-terobosan yang lebih berani dalam mencari alternatif-alternatif baru dalam menggerakkan perubahan dan pembaharuan ekonomi yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Karena itu,

¹ Kompas Cyber Media, "10 Negara dengan Penduduk Terbanyak di Dunia 2022, Ada Indonesia? Halaman all," KOMPAS.com, July 25, 2022, <https://travel.kompas.com/read/2022/07/25/083336127/10-negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-2022-ada-indonesia>, diakses pada tanggal 31 Januari 2023.

² "Badan Pusat Statistik," <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/24/ea52f6a38d3913a5bc557c5f/analisis-profil-penduduk-indonesia.html>, diakses pada tanggal 31 Januari 2023.

kaum milenial sebagai generasi produktif harus diberbedayakan dengan berbagai keterampilan sesuai dengan perkembangan teknologi yang akan mereka hadapi dan taklukkan.

Neil Howe dan William Strauss³ menjelaskan bahwa generasi millennium merupakan generasi terhebat yang memiliki kekayaan ide dan gagasan untuk dapat secara cepat melakukan berbagai perubahan, terutama dalam bidang pemberdayaan dan pengembangan ekonomi. Namun demikian, sebagai generasi yang berada dalam era percepatan perkembangan teknologi multimedia, generasi milenial cenderung mudah terbuai oleh aneka bentuk ‘*cyber society*’ sehingga mengakibatkan mereka terlena untuk mengoptimalkan potensi untuk menjadikan diri mereka generasi yang mandiri secara ekonomi sekaligus mampu menciptakan peluang-peluang usaha untuk dapat berkontribusi secara aktif terhadap pengembangan kekuatan ekonomi masyarakat.⁴

Sementara seiring dengan perubahan kehidupan dunia yang ditandai percepatan perubahan teknologi komunikasi dan informasi yang lebih populer perubahan teknologi digital, maka terjadi pula perubahan tantangan yang harus dihadapi dan ditaklukkan oleh banyak negara, terutama negara berkembang seperti Indonesia. Dalam bidang pendidikan misalnya, kalau awal kemerdekaan dan masa orde baru, pengembangan pendidikan lebih ditekankan pada mempersiapkan generasi yang mampu mengembangkan lahan pertanian dan pengembangan ekonomi sektor pertanian. ternyata untuk mempersiapkan generasi milenial pembangunan pendidikan bergeser menjadi inovasi sistem pendidikan berbasis iptek, dan inovasi pengembangan ekonomi berbasis digital, agar kaum milenial tidak sebatas menjadi manusia Indonesia yang berperadaban, tetapi sebagaimana yang dinyatakan dalam buku “Demokrasi Milenial,”⁵ kaum milenial harus mampu membangun pengembangan ekonomi kreatif sekaligus menjadi *millennial leader* yang memiliki karakter responsif, partisipatif, komunikatif, dan adaptif untuk mewujudkan jiwa entrepreneurship.

³ Neil Howe dan William Strauss, *Millennials Rising: The Next Great Generation* (Canada: Knopf Doubleday Publishing Group, 2009), h. 6.

⁴ Peribadi Harnia Muhammad Arsyad, Samsul, La Patuju, La Ode Marhini, Iwan Patta, dan Sitti, *Potensi Dan Problematika Wilayah Perdesaan : Menyoal Keberadaan Desa-Desa Tertinggal*, (Indramayu: Adanu Abimata, 2020.), h. 17.

⁵ Galih Prasetyo, *Demokrasi Milenial*, (Yogyakarta: Ruas Media, 2019), h. xxvii.

Dilain pihak, memberdayakan generasi milenial sebagai kaum yang dapat menggerakkan perekonomian tidak mungkin dipisahkan dengan dunia digitalisasi. Dalam buku *Digital Dividends* yang diterbitkan oleh World Bank,⁶ dijelaskan bahwa pengembangan ekonomi berbasis digital merupakan kemampuan mendapatkan akses peluang dengan cepat, baik pengembangan secara individu maupun memperluas jaringan, sehingga memiliki kemampuan daya saing yang tinggi untuk memenangkan kompetisi di antara ganasnya persaingan melalui pemanfaatan kecerdasan buatan. Sedangkan motivasi kaum milenial secara mandiri untuk mengembangkan ekonomi kreatif *entrepreneurship* belum begitu membanggakan, bahkan masih tertinggal dari negara-negara lain. Hal ini terbukti dari data yang menunjukkan jumlah pengusaha di Indonesia hanya 1,8 persen dari populasi penduduk. Bandingkan dengan Amerika Serikat 11, persen, China 12 persen. Bahkan dengan Singapura pun meninggalkan Indonesia, yakni 8,4 persen dari jumlah penduduk di negara itu.⁷ Padahal percepatan menciptakan generasi *entepreneur* dapat dilakukan melalui pengembangan ekonomi berbasis digital.

Daniel R. A. Schallmo dan Christopher A. Williams,⁸ memberikan penekanan bahwa digital bukan ditentukan penentuan sesuatu yang berasal dari sebuah proses. Melainkan tentang bagaimana sebuah perusahaan menjalankan bisnis dan mendapatkan keuntungan. Karena itu, dalam konteks bisnis, digital dibagi dalam tiga fokus utama, yaitu: *Pertama*, Menciptakan nilai di batas baru dunia bisnis; *Kedua*, Mengoptimalkan proses yang secara langsung memengaruhi pengalaman pelanggan; *Ketiga*, Membangun kemampuan dasar yang mendukung keseluruhan inisiatif bisnis. Dengan demikian, secara tegas transformasi digital untuk percepatan pengembangan bisnis, adalah penggunaan teknologi untuk meningkatkan kinerja atau jangkauan perusahaan secara radikal.

⁶ World Bank Group, *World Development Report 2016: Digital Dividends*, (Washington DC: World Bank Publications, 2016), h. 2.

⁷ Galih Prasetyo, *Demokrasi Milenial*, (Yogyakarta: Ruas Media, 2019), h. xxvii.

⁸ Daniel R. A. Schallmo and Christopher A. Williams, *Digital Transformation Now!: Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*, (Switzerland: Springer, 2018), h. 3.

Sementara itu, kalau merujuk analisis Desi Ariani⁹, mempersandingkan Milenial dan generasi Z. Jika ingin mempercepat pertumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif di era revolusi industri 4.0, bahkan sampai menaklukkan 5.0, maka Milenial dan generasi Z harus dijadikan objek utama sebagai aktor yang akan menggerakkan sektor ekonomi tersebut. Generasi ini sangat mudah mengadopsi percepatan pertukaran teknologi, karena memang mereka hidup dan bertumbuh dalam era teknologi digital, sehingga secara otomatis sejak mereka lahir telah “diasuh” dalam dinamika pertumbuhan teknologi digital. dari kenyataan ini, maka pilihannya adalah mendesain pengasuhan generasi Milenial dan generasi Z agar berkolaborasi sebagai *agent of change* dan *agen of social control*.

Kaum Milenial dan generasi Z sebagai *agent of change*, dapat memainkan peran dalam mempercepat tumbuhnya gagasan-gagasan baru yang melahirkan pemikiran kreatif dan inovatif menemukan terobosan-terobosan baru mempercepat peralihan dari teknologi yang sudah ada melompat ke teknologi berikutnya sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan zaman. Namun sebagai generasi dapat didesain cepat mengadopsi perubahan dan perkembangan teknologi digital, belum tentu cepat pula menyesuaikan kemampuan intelektual dengan matangnya pertumbuhan kepribadian. Karena itu dalam mendesain model pendidikan harus dirancang kurikulum ataupun program lembaga yang bermuatan akidah, ibadah, akhlak, serta didukung oleh bahan ajar yang terkait dengan pembinaan fisik, akal pikiran, keterampilan, ilmu pengetahuan dan teknologi. sehingga persiapan kedua generasi ini matang secara intelektual sekaligus tumbuh dalam tradisi akhlakul karimah yang senantiasa terasah dan teruji setiap waktu.¹⁰

Selanjutnya sebagai *agent of social control*, kaum Milenial dan generasi Z menurut Eka Yudhyani¹¹ dapat dipahami sebagai kekuatan generasi muda dalam menghadapi sekaligus menaklukkan era revolusi industri, sehingga generasi milenial tidak hanya sebatas sebagai objek, tetapi ikut terlibat secara langsung sebagai pelaku melakukan perubahan dan pengembangan serta mendapat manfaat langsung dari peristiwa tumbuh pesatnya industri,

⁹ Desi Ariani, *Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*, (Atambua Barat: Fianosa Publishing, 2020), h. 148.

¹⁰ Abuddin Nata, *Pendidikan Islam Di Era Milenial*, (Jakarta: Prenada Media, 2020), h. 192.

¹¹ Eka Yudhyani M.Si S. E. et al., *Pancasila Di Era Milenial*, (Media Sains Indonesia, 2021), h. 11-12.

terutama industri digitalisasi. Mempersiapkan generasi milenial agar memiliki kemampuan secara mandiri agar mampu sebagai pelaku merupakan aspek penting harus mendapatkan perhatian. Karena generasi milenial akan menjadi akar kekuatan bangsa yang akan meneruskan cita-cita pembangunan. Peran generasi milenial menjadi faktor penting bahkan dapat menjadi penentu di masa depan untuk mempertahankan pembangunan Indonesia ber peradapan yang tetap mempertahankan nilai-nilai luhur Pancasila.

Jika membicarakan alih generasi ke generasi berikutnya yang notabeneanya akan datang saat kaum milenial menjadi pelaku merupakan keniscayaan. Mempersiapkan generasi milenial sebagai bonus demografi agar memiliki kemampuan menjadi pelaku ekonomi hampir terjadi di semua sektor. menjadi bentuk tindakan nyata yang dilakukan, baik oleh pemerintah maupun lembaga-lembaga yang diinisiasi oleh masyarakat. Mulai dari dalam keluarga melalui pendidikan keluarga, transformasi pengetahuan secara alami dalam masyarakat, pelatihan-pelatihan, lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, lembaga pendidikan formal dan non formal, hingga menjamurnya pendirian pondok pesantren.

Pondok pesantren sebagai basis pengembangan keilmuan Islam dipandang memiliki kekuatan dan pengembangan kemampuan kaum milenial. Karena memang pesantren tempat mendidik dan melatih generasi muda agar memiliki kedalaman ilmu agama dan memiliki kemampuan dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan setelah mereka tidak lagi menjadi santri dalam pondok. Pesantren mesti memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada seluruh warga pesantren, terutama para santri dengan tujuan agar santri mendapatkan pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi pelaku ekonomi digital yang tetap mengedepankan nilai-nilai syariah. Karena itu menjadi penting untuk ditelusuri lebih mendalam bagaimana persepsi santri terhadap digitalisasi ekonomi untuk pengembangan ekonomi masyarakat secara mandiri, kreatif dan inovati, terutama pengembangan ekonomi syariah. Maka berkaitan dengan tumbuh dan berkembangnya ekonomi digital, perlu ditelusuri lebih mendalam persepsi kaum milenial terhadap ekonomi digital. Dalam penelitian ini persepsi santri di Pondok Pesantren Al Kifayah Riau.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, oleh karena itu jenis data yang dipakai mengarah pada data-data kualitatif dengan menitik beratkan pada persepsi mendalam santri terhadap ekonomi digital berbasis pendidikan. Dalam penelitian ini persepsi yang ingin digali secara mendalam adalah persepsi santri pondok Pesantren Al Kifayah Riau-Pekanbaru. Untuk memperoleh kebenaran fakta ilmiah, maka peneliti menggali langsung persepsi santri dengan menggunakan metode wawancara langsung agar dapat menemukan persepsi langsung dari santri. Sedangkan untuk menggali persepsi secara mendalam peneliti menggunakan model berpikir induktif, yakni sebuah pendekatan dengan melakukan wawancara yang dimulai dari aspek spesifik kemudian berlanjut pada aspek yang lebih luas atau umum tentang ekonomi digital berbasis pendidikan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi Kaum Milenial dan Ekonomi Digital

Persepsi dalam secara makna kata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, memiliki dua pengertian: (1) tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, (2) proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya. Dengan demikian, menurut makna kamus persepsi merupakan tanggapan atau penerimaan secara langsung dari sesuatu atau berarti juga proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya.¹²

Analisis persepsi yang sudah cukup lama dikemukakan Barbara Lounsberry dan Grace Ann Hovet,¹³ bahwa persepsi mampu memberikan pengaruh terhadap perluasan budaya ataupun penyempitan budaya. Apabila terbentuk persepsi yang sama secara meluas terhadap sesuatu maka akan mempengaruhi. Jika sesuatu itu merupakan perilaku ekonomi, akan terbentuk model perilaku ekonomi baru yang berasal dari persepsi yang seragam tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika persepsi melahirkan pandangan yang beragam, apa lagi cenderung berbenturan dapat mempersulit untuk menyatukan pandangan dalam melahirkan gerakan

¹² "Arti Kata Persepsi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," <https://kbbi.web.id/persepsi>, diakses pada tanggal 22 Januari 2023.

¹³ Barbara Lounsberry and Grace Ann Hovet, "Principles of Perception in Toni Morrison's Sula," *Black American Literature Forum* 13, no. 4 (1979), h. 126, <https://doi.org/10.2307/3041476>, diakses pada tanggal 19 Januari 2023.

kekuatan bersama untuk membangun suatu kekuatan, termasuk dalam merancang dan melaksanakan kekuatan ekonomi dengan gaya baru.

Sedangkan Mathias Spahlinger berkebangsaan Jerman satu eksponen musik modernis pasca-Perang Dunia Kedua yang paling dihormati di tanah airnya. Sebagaimana yang diulas kembali oleh Neil Thomas Smith,¹⁴ menyatakan bahwa persepsi merupakan kecenderungan untuk memberikan penilaian melali kekuatan pemikiran dan kekuatan estetika yang dimiliki manusia, dan karena kemampuan tersebut, manusia mampu memberikan tanggapan terhadap sesuatu dengan mengabaikan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi penilaian tersebut. Itulah sebabnya dalam konteks karya musik, setiap orang mampu secara mandiri tanpa terpengaruh oleh aspek di luar dirinya memberikan penilaian sesuai dengan versi pemikiran dan kekuatan estetika yang dimilikinya.

Persepsi didefinisikan sebagai proses kognitif di mana seorang idividu memilih, mengorganisasikan, dan memberikan arti kepada stimulus lingkungan. Melalui persepsi, individu berusaha untuk merasionalisasikan lingkungan dan objek, orang, dan peristiwa di dalamnya. Karena setiap orang memberikan pengertian mereka sendiri terhadap stimulus, individu yang berbeda akan “mempersepsikan” hal yang sama dengan cara yang berbeda. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. William James menyatakan bahwa persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indera kita, serta sebagian lainnya diperoleh dari pengolahan ingatan (memory) kita (diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki).

Jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, Milenial mengandung pengertian kelas nomina atau kata benda, sehingga generasi dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Sedangkan dari aspek nomina (kata benda), milenial dapat dipahami dalam dua kategori, yaitu: *Pertama*, orang yang lahir pada tahun 1990-an dan 2000-an; *Kedua*, anak muda zaman sekarang. Dari dua aspek ini, maka dapat disimpulkan kata milenial merupakan anak muda zaman sekarang yang lahir pada

¹⁴ Neil Thomas Smith, *Mathias Spahlinger*, NED-New Edition, (Intellect, 2021), h. 29-52, <https://www.jstor.org/stable/j.ctv36xw3j3>, diakses pada tanggal 23 Januari 2023

tahun 1990-an dan 2000-an. Generasi ini memiliki kehidupan yang sangat terkait dengan teknologi terutama internet.¹⁵

Kaum mileneal memang hidup dalam era digital dan mengembangkan kehidupan melalui teknologi digital pula. Karena itu memberdayakan generasi mileneal menggunakan pendekatan digitalisasi adalah keniscayaan. Dilain pihak situasi miris juga melanda kaum mileneal, Muhammad Aziz et al¹⁶ menjelaskan Indonesai merupakan negara yang penduduknya sebanyak 63 juta orang menggunakan internet sebesar 95 persen untuk mengakses jejaring sosila atau media sosial. Tidak berhenti sampai di situ, warga Indonesia telah menempati peringkat lima terbesar pengguna Twitter di seluruh dunia. sebenarnya sangat disayangkan, karena banyak warga Indonesai yang menggunakan mesia sosial hanya digunakan untuk membuat status, memamerkan keunggulan diri, dan juga mem-*bully* setiap orang yang dinilai melakukan kesalahan yang tidak sesuai dengan persepsi diri sendiri. Perilaku buruk dan membuang waktu itu akan terus membudaya jika tidak segera diminimalisir secepatnya.

Sementara itu jika bicara tentang pengertian ekonomi digital, maka bisa dibilang sebagai kegiatan perekonomian yang mengandalkan bantuan internet atau *Artificial Intelligence* (AI). Dengan adanya ekonomi jenis ini, maka seseorang dapat menghasilkan uang dengan mudah dan fleksibel. Selain bagi pelaku ekonomi, manfaat ekonomi digital juga bisa dirasakan oleh konsumen. Pengertian Ekonomi digital adalah kegiatan perekonomian yang memanfaatkan bantuan internet dan kecerdasan buatan atau AI (*Artificial Intelligence*). Adanya perekonomian digital bisa memudahkan kegiatan ekonomi secara umum. Perekonomian digital mengubah pola bisnis, dari yang semula serba dilakukan secara manual berubah menjadi serba otomatis. Pelaku bisnis bisa mengandalkan sistem untuk menjalankan usahanya. Kegiatan operasional yang biasanya memerlukan tenaga kerja kini dapat dilakukan oleh sistem.

¹⁵ Moch Rizky Prasetya Kurniadi, "2 Arti Kata Milenial di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)," KBBI, <https://kbbi.lektur.id/milenial>, diakses pada tanggal 22 Januari 2023.

¹⁶ Muhammad Aziz et al., *Dari Moderasi Beragama Hingga Rekonstruksi Fikih : Sebuah Refleksi Akademisi Di Indonesia*, (Malang: LP2M Raden Mas Said Surakarta Bekerja Sama dengan Madza Media, 2021), h. 101.

Adanya perubahan akibat ekonomi digital adalah membuka toko tanpa harus mempunyai bangunan fisik. Untuk mempunyai sebuah usaha, seseorang tidak harus membangun toko fisik karena bisa berjualan secara *online*. Salah satunya, kita dapat berjualan melalui *marketplace*. Seiring dengan sistem transaksi berbasis *online*, pembayaran pun sama. Sebelumnya, metode pembayaran hanya dengan tatap muka, tetapi sekarang, seseorang bisa membayar apa saja dengan memanfaatkan ponsel mereka kapan pun dan di mana pun. Perubahan kegiatan ekonomi menjadi serba *online* merupakan bukti nyata dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Banyak perusahaan *startup* yang terus berinovasi demi memberikan pelayanan online kepada konsumennya.

2. Temuan Penelitian dan Pembahasan

Menggali temuan dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam dengan informan penelitian sebanyak 16 orang santri. Namun yang dibahas dalam penelitian tidak orang per orang informan keseluruhan jawaban dari informan. Tetapi peneliti melakukan reduksi¹⁷ dari jawaban dengan melakukan mengelompokkan jawaban yang sama atau bermaksud sama dalam klaster-klaster. Sedangkan untuk menggali informasi dari informan, peneliti menggunakan model berpikir induktif, yakni sebuah pendekatan dengan melakukan wawancara yang dimulai dari aspek spesifik kemudian berlanjut pada aspek yang lebih luas atau umum tentang ekonomi digital berbasis pendidikan dalam kaitan ini peneliti mengerucut pada 5 (lima) aspek penting yang berkaitan dengan persepsi kaum milenial terhadap ekonomi digital berbasis pendidikan pada santri di pondok pesantren Al Kifayah Riau, Pekanbaru.

Selanjutnya sesuai dengan kontruksi teori dalam penelitian ini bahwa persepsi kaum milenial terhadap ekonomi digital berbasis pendidikan adalah tanggapan para santri terhadap maraknya ekonomi digital dari perspektif pendidikan yang berfokus pada lima aspek utama, yaitu: (a) Pengetahuan ekonomi digital, (b) Manfaat ekonomi digital, (c) Mengenal jenis-jenis ekonomi digital, (d) Kemampuan mengakses bisnis digital, (e) Ketertarikan terhadap bisnis digital.

¹⁷ Mereduksi jawaban dari informan penelitian, pada prinsipnya bagian dari proses reduksi data yang merupakan bahan dasar untuk melakukan analisis data dalam penelitian kualitatif dengan tujuan utamanya untuk mempertajam pengelompokkan data, mengateogrikan, mengarahkan, memperjelas, memfokuskan, dan mengornisasikan data. Dengan demikian, saat data disajikan proses analisisnya dapat dilakukan dengan mendalam sehingga mengarah pada kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Lihat Priyono dan Abd Wahab Hasyim, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*, (CV Literasi Nusantara Abadi, 2023), h. 86.

a. Pengetahuan Ekonomi Digital

Pengetahuan ekonomi digital yang ingin digali pada informan penelitian adalah pengetahuan informan penelitian terhadap perkembangan ekonomi terutama peralihan aktifitas ekonomi dari konvensional kepada digitalisasi. Kemudian digali pengetahuan informan penelitian terhadap perubahan perekonomian berbasis digital dimana kondisi tersebut membawa berbagai dampak dan perubahan positif di setiap sektor perdagangan dan mengedepankan otomatisasi dalam melakukan kegiatan ekonomi dari yang sebelumnya membutuhkan energi manual. Ternyata, memulai bisnis dapat dengan memanfaatkan sesuatu yang tidak konkrit [baca alam maya] melalui pemanfaatan media internet.

Sebagai upaya untuk menggali pengetahuan ekonomi digital informan penelitian, maka peneliti mempertajam penggalan informasi dengan tiga pertanyaan pokok, yaitu: *Pertama*, pemahaman informan (santri) tentang ekonomi digital; *Kedua*, dari mana informan (santri) memperoleh informasi tentang adanya ekonomi digital; *Ketiga*, pendapat informan (santri) terhadap pemberlakuan aktifitas ekonomi memanfaatkan sistem digital, terutama dari perspektif ajaran Islam.

Untuk pertanyaan *pertama*, ternyata pengetahuan santri masih sebatas apa yang dipahami oleh masyarakat umum. Dari 16 santri yang ditanya, memiliki jawaban yang hampir sama, yaitu mereka menyatakan bahwa ekonomi digital sebatas kegiatan jual beli dengan memanfaatkan handphon. Artinya pengetahuan santri terhadap ekonomi digital baru sebatas mereka sebagai konsumen dengan melakukan transaksi melalui pemanfaatan gaway. Mereka belum memahami bahwa ekonomi digital merupakan investasi yang tidak hanya sebagai fasilitas jual-beli. Tetapi jauh lebih luas dari pada itu dapat membuka lapangan kerja baru sampai menggerakkan roda perekonomian.

Sedangkan ketika ditanya santri dapat mengenal ekonomi digital hampir secara keseluruhan menjawab ekonomi digital mereka ketahui dari handphone sekaligus dari berbagai aplikasi yang disediakan secara elektronik terutama dari fasilitas playstore yang secara otomatis terdapat dalam gaway yang mereka miliki.

Begitu juga ketika santri diminta untuk memberikan pendapatnya tentang ekonomi digital santri memberikan jawaban yang cenderung seragam. Dari 16 orang santri, 10 orang memiliki jawaban yang senada, yakni berpendapat bahwa adanya ekonomi digital adalah menggantikan pasar yang langsung menjadi melalui handphone. Sedangkan enam orang lagi

memiliki jawaban yang jauh lebih mendalam yakni memandang ekonomi digital sebagai media elektronik yang dapat memberikan kemudahan dalam pengembangan bisnis, sekaligus memberikan peluang kepada semua orang untuk berbisnis tanpa harus bersusah payah mengumpulkan modal banyak

b. Manfaat Ekonomi Digital

Tidak dapat dipungkiri ekonomi digital memberikan pengaruh pada perilaku kehidupan masyarakat. Bahkan tidak hanya berpengaruh dari aspek ekonomi. Tetapi membawa dampak pada pola hidup secara sosial serta culture masyarakat. Biasanya masyarakat bertemu dengan penjual di pasar, dan terjadi pergaulan sosial. Namun ketika aktifitas ekonomi bergeser tidak lagi berkomunal tetapi personal, otomatis pergaulan sosial masyarakat juga mengalami perubahan.

Berkaitan dengan manfaat ekonomi digital dalam persepsi santri, peneliti mendalaminya melalui tiga penelusuran, yaitu: apakah diperlukan ekonomi digital untuk meningkatkan ekonomi, kemudian menggali pandangan santri kepentingan umat Islam terhadap kehadiran ekonomi digital. Kemudian ditutup dengan pendalaman pandangan santri tentang kemaslahatan yang diperoleh umat Islam atas pemberlakuan ekonomi digital.

Ternyata santri yang menjadi objek penelitian di pondok pesantren Al Kifayah Riau, memiliki pandangan yang bervariasi, yakni: lima orang santri berpandangan ekonomi digital tidak dibutuhkan untuk meningkatkan ekonomi. Kemudian tiga orang memiliki pandangan boleh ada boleh tidak. Sedangkan mayoritas berpendapat sudah saatnya penggunaan ekonomi digital diterapkan dalam setiap lini aktifitas ekonomi masyarakat. Karena dengan menggunakan digitalisasi dapat memudahkan setiap pekerjaan, termasuk dalam aktifitas ekonomi.

Dari pertanyaan kemanfaatan sistem digital untuk meningkatkan perekonomian sejalan dengan pandangan santri terhadap kebutuhan umat Islam terhadap ekonomi digital. lima orang santri tetap pada pendapatnya bahwa umat Islam tidak membutuhkan ekonomi digital. Namun selebihnya beranggapan ekonomi digital sangat dibutuhkan oleh umat Islam. Karena berkat digitalisasi dalam ekonomi umat Islam tidak mengalami ketertinggalan untuk senantiasa dapat mengikuti perkembangan zaman. Sehingga umat Islam dapat mengikuti perkembangan ekonomi dunia.

Disamping itu santri juga berpendapat ekonomi digital memiliki manfaat sekaligus maslaha yang luas bagi kepentingan umat Islam, jauh melampaui sebatas aktifitas jual beli. Santri memiliki kesadaran bahwa digitalisasi ekonomi memberi manfaat dalam kehidupan sehari-hari, antara lain: *Pertama*, Menyediakan informasi yang lebih luas, Dalam hal ini, internet memungkinkan setiap orang memiliki lebih banyak informasi dan pilihan. sehingga akan lebih mudah mencari merek atau brand terbaik yang diinginkan saat hendak membeli sesuatu, serta bisa membandingkan harga antara satu toko online dengan lainnya; *Kedua*, lebih menghemat waktu, adanya perkembangan ekonomi digital, pemesanan dan pembayaran bisa dilakukan hanya dari rumah, sehingga sangat efisien terhadap biaya dan waktu; *Ketiga*, Menghemat biaya, Ekonomi digital juga memungkinkan perusahaan memotong aspek ritel dan mengirim barang sesuai kebutuhan pelanggan dengan cara langsung dikirim dari pabrik atau gudang supplier, bukan dari toko; *Keempat*, menurunkan hambatan, kehadiran ekonomi digital telah membawa banyak layanan baru yang tidak terbayangkan sebelumnya; *Kelima*, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Manfaat pertumbuhannya bukan sekadar bagi perusahaan atau lembaga saja, tetapi ekonomi digital juga bermanfaat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi personal, komunal, bahkan nasional.

Sedangkan pengembangan ekonomi digital sebenarnya memberikan peluang untuk lebih memberikan maslaha kepada umat Islam melalui peluang bisnis ekonomi digital, seperti: *Pertama*, peluang membuka bisnis transportasi, Ekonomi digital membuat bisnis transportasi online semakin lebih menjanjikan; *Kedua*, peluang bisnis bidang kesehatan, disebabkan tingginya kesibukan masyarakat karena semakin tingginya tuntutan kehidupan, maka dipastikan masyarakat tidak lagi memiliki waktu banyak untuk melakukan aktifitas lain, termasuk untuk menyediakan waktu terhadap kesehatan pribadi. Karena itu kehadiran ekonomi digital membuat masyarakat Indonesia mulai berpindah menggunakan layanan kesehatan secara online; *Ketiga*, peluang untuk Perbankan, Perkembangan marketplace dan bisnis kecil yang menyediakan layanan online tentunya membuat layanan digital banking menjadi semakin dibutuhkan; *Keempat*, Peluang untuk UMKM, Adanya perkembangan digital juga membuka peluang yang besar untuk meningkatkan omset UMKM.

c. Mengenal jenis-jenis ekonomi digital

Melaksanakan aktifitas ekonomi digital tentunya tidak dapat dilepaskan dari kemampuan pelaku ekonomi terhadap berbagai jenis-jenis ekonomi digital. Karena itu

diperlukan penelusuran lebih mendalam terhadap pandangan santri tentang berbagai jenis ekonomi digital. Pandangan terhadap produk-produk digital sangat diperlukan jika ingin memberikan pengetahuan kepada santri agar kelak santri memiliki kemampuan bukan hanya sebatas penikmat digitalisasi, tetapi dapat memanfaatkan kemudahan digital untuk mengembangkan usaha perekonomian secara mandiri.

Ekonomi digital di Indonesia telah berkembang dengan adanya revolusi industri 4.0 segala hal dapat dikendalikan di segala tempat melalui jaringan internet, namun hal itu tidak semua memberi efek yang baik di tengah-tengah masyarakat, misalkan munculnya usaha-usaha online, ojek online hingga pembayaran digital atau nontunai membuat masyarakat yang belum mengerti perkembangan ekonomi digital di Indonesia resah karna masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengikuti perkembangan ekonomi digital dikarenakan faktor-faktor tertentu yang bisa saja merugikan mereka, misalnya toko atau usaha-usaha yang bersifat offline.

Guna mendapatkan penelusuran mendalam persepsi santri, peneliti menggali informasi melalui pertanyaan mendasar jenis-jenis apa saja produk ekonomi digital yang mereka ketahui dan jenis apa saja yang dapat dijadikan lahan bisnis dari ekonomi digital. Merata santri memberikan jawaban bahwa jenis ekonomi digital yang mereka ketahui adalah aplikasi yang biasa mereka gunakan dalam belanja secara online. Kemudian yang sering digunakan oleh orang mereka yaitu aplikasi pembayaran-pembayaran tagihan, dan e-banking.

d. Kemampuan mengakses bisnis digital

Ekonomi digital merupakan fenomena yang beberapa tahun terakhir muncul terkait dengan aspek-aspek mikro, makro, dan teori organisasi dan administrasi. Fakta ini akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan beberapa dekade yang akan datang. Dari kejadian ini yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah aktivitas e-commerce antar perusahaan dan individu, distribusi digital barang-barang dan jasa-jasa, dukungan pada penjualan-penjualan barang-barang terutama sistem dan jasa-jasa yang menggunakan internet.

Di Indonesia, transaksi digital dari tahun ke tahun semakin berkembang. Hal ini membuktikan bahwa negara ini juga ikut bersaing dalam dunia baru ini. Economist Intelligence Unit merilis urutan negara-negara berdasarkan perkembangan perekonomian

suatu negara. Negara kita menempati urutan 65 dari 70 negara. Mc Kinsey dalam laporan bertajuk 'Unlocking Indonesia's Digital Opportunity' juga menyebutkan, peralihan ke ranah digital akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi hingga US\$ 150 miliar dolar pada 2025. Laporan itu menyatakan pula, 73 persen pengguna internet disini mengakses internet melalui perangkat selular.

Pada dasarnya perilaku konsumen adalah kegiatan yang menjadi sebuah dasar bagi konsumen hingga akhirnya membuat keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen sangat berkaitan erat dengan proses pembelian. Proses pembelian disini bermaksud ketika konsumen melakukan pencarian, penelitian hingga mengevaluasi sebuah produk atau jasa. Perilaku konsumen juga berhubungan dengan kualitas sebuah barang atau jasa tersebut, berapa harganya, bagaimana fungsi atau kegunaannya hingga bagaimana kualitasnya.

Kegiatan yang berupa merancang, memperhitungkan dan mempertanyakan barang sebelum membeli juga termasuk ke dalam perilaku konsumen. Begitu meluasnya penggunaan perangkat selular dalam menggerakkan roda perekonomian sekaligus mengembangkan berbagai aktifitas ekonomi. Maka dipandang perlu untuk menelusuri secara mendalam kemampuan santri dalam mengakses bisnis digital. Untuk itu gali melalui empat tema utama, yaitu: kemampuan menggunakan atau mengakses aplikasi bisnis digital. Kemudian pernah atau tidak menggunakan aplikasi bisnis online. Kalau pernah, aplikasi apa saja yang pernah digunakan dan apakah pernah melakukan transaksi.

Dari empat aspek pokok yang ingin ditelusuri, santri memiliki keseragaman, rata-rata santri memiliki kemampuan untuk mengakses aplikasi bisnis digital. Santri juga mengakui pernah menggunakan aplikasi belanja online dalam memenuhi kebutuhan mereka. Sedangkan aplikasi yang mereka gunakan, adalah aplikasi yang umum dipakai oleh kebanyakan masyarakat Indoseia. Sedangkan pendapat mereka terhadap belanja online dari aspek ajaran Agama, mayoritas santri memiliki pemahaman yang sama, yaitu tidak dilarang oleh agama. Namun jika belanja tidak terkontrol dan diluar kebutuhan masuk dalam kategori mubazir.

e. Ketertarikan terhadap bisnis digital

Perkembangan teknologi saat ini membuat masyarakat Indonesia menginginkan semua hal yang serba praktis. Salah satunya adalah aktivitas berbelanja yang dapat dilakukan dengan

bersantai di rumah, di sela kegiatan kantor atau di tengah berbagai macam kesibukan lainnya. Hal ini memicu para pebisnis/perusahaan untuk menyediakan layanan online pada *store* mereka. Karena mau tidak mau para pebisnis ini harus memasuki dunia persaingan bisnis online agar tetap dapat bersaing dengan pebisnis lainnya dalam rangka survive. Adanya dukungan teknologi informasi membuat pebisnis dapat melakukan transaksi dengan para pembelinya dimanapun dan kapanpun tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Bisnis online yang dilakukan oleh para pebisnis biasanya menggunakan jaringan media sosial internet karena mengandung berbagai macam sumber informasi yang dibutuhkan dalam sebuah perusahaan. Karena internet dapat menjangkau semua wilayah – wilayah potensial dan cepat dalam menyampaikan berbagai informasi secara universal, berkualitas, dan hampir tidak memerlukan biaya. Internet juga memiliki daya tarik dan keunggulan bagi para konsumen maupun sebuah organisasi atau komunitas misalnya dalam kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi alternatif ruang maupun pilihan yang relatif tak terbatas, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain. Saat ini, hampir semua transaksi bisnis dapat dilakukan melalui jaringan internet dan *Smartphone*. Adanya kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dan *smartphone* inilah yang disebut dengan bisnis online. Banyak sekali keuntungan yang didapatkan dengan berlangsungnya bisnis online ini. Salah satunya adalah para pembeli tidak perlu repot-repot mengeluarkan tenaga untuk mendapatkan sebuah barang yang diinginkannya. Pembeli secara praktis bisa mendapatkan apa pun yang diinginkannya hanya dengan menjelajah internet saja.

Kemajuan teknologi ini akhirnya dimanfaatkan oleh para pebisnis online yang memiliki *market place* seperti Zalora, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, SaleStock, Shopee, dan sebagainya dalam memasarkan dan menjual berbagai macam produknya di internet. Kemudahan yang bisa dirasakan manfaatnya oleh konsumen saat ini menjadi sebuah peluang bagi toko – toko online untuk memasarkan produk-produknya. Mereka saling bersaing agar bisa merebut hati para konsumen dengan berbagai masing-masing produk andalan yang mereka tawarkan.

Melihat berbagai perkembangan bisnis online tentu diperlukan ketertarikan terlebih dahulu baru dapat seseorang terjun dalam bisnis tersebut. berkaitan dengan aspek ini, tertanya santri pesantren Al Kifayah Riau memiliki pandangan yang variatif. Santri yang tidak

memahami penguasaan smartphone, cenderung memberikan jawaban tidak menarik jika kelak mereka meneruskan kehidupan dengan memanfaatkan bisnis digital. Berbeda dengan santri yang paham dengan penggunaan media handphone sangat antusias ingin mengembangkan bisnis secara online.

Begitu juga dengan keyakinan berbisnis online dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian mereka bahkan mampu mandiri dalam berusaha. Sedangkan dari aspek syariah, para santri memiliki kesamaan pendapat, jika tidak mengandung unsur riba dan penipuan diperbolehkan dalam Islam. Namun santri mengalami keraguan, jika berbisnis online dapat menjadi ahli sedekah. Walaupun mereka menyadari bahwa Bisnis digital adalah bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi yang telah mengubah infrastruktur dalam berbisnis dimana internet menjadi media utama dalam implementasi bisnis digital. Saat ini bisnis digital sebagian besar dilakukan anak muda dan lebih dikenal dengan Startup, dimana bisnis digital ini sebagai wadah bagi anak muda untuk berkreatifitas dan inovasi dalam menciptakan ide bisnis. Banyak peluang bisnis yang tercipta dari bisnis digital ini hingga berkembang menjadi besar seperti beberapa unicorn yang ada di Indonesia.

D. KESIMPULAN

Merujuk pembahasan dan analisisnya di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi santri Pondok Pesantren Al Kifayah terhadap ekonomi digital berbasis pendidikan terbagi dalam tiga kategori: Pertama, santri memiliki pandangan yang sama terhadap perlunya pengetahuan ekonomi digital; Kedua, santri belum memahami secara luas kemanfaatan ekonomi digital diluar aplikasi tempat jual-beli; Ketiga, santri memiliki pandangan yang sama, secara syar'i melakukan aktifitas ekonomi menggunakan digitalisasi tidak dilarang oleh ajaran agama.

REFERENSI

- Abuddin Nata. *Pendidikan Islam Di Era Milenial*. Prenada Media, 2020.
- Ariani, Desi. *Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*. Fianosa Publishing, 2020.
- “Arti Kata Persepsi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Accessed February 23, 2023. <https://kbbi.web.id/persepsi>.
- Aziz, Muhammad, Muhammad Solikhudin, Neny Muthi'atul Awwaliyah, Muhammad Reza Fadil, Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makhasi, M. Nur Fauzi, M. Agus Wahyudi, et al. *Dari*

moderasi beragama hingga rekonstruksi fikih : sebuah refleksi akademisi di Indonesia.
Madza Media, n.d.

“Badan Pusat Statistik.” Accessed January 31, 2023.
<https://www.bps.go.id/publication/2022/06/24/ea52f6a38d3913a5bc557c5f/analisis-profil-penduduk-indonesia.html>.

Eka Yudhyani, S. E., Dr Evi Kurniasari Purwaningrum Psikolog M. Psi, Christina Bagenda M.H S. H., Dr Drs Irman Syahriar M.Hum SH, Khairunnisah M.H S. H., Grizelda M.H S. H., Dr Mia Kusuma Fitriana M.Hum S. H., Drs H. Maskan AF M.Si, Dr H. Abdul Rokhim M.Hum SH, and M. Ibnu Ashari R M.Si S. Sos. *Pancasila Di Era Milenial*. Media Sains Indonesia, 2021.

Group, World Bank. *World Development Report 2016: Digital Dividends*. World Bank Publications, 2016.

Harnia, Peribadi, Muhammad Arsyad, Samsul, La Patuju, La Ode Marhini, Iwan Patta, dan Sitti. *Potensi Dan Problematika Wilayah Perdesaan : Menyoal Keberadaan Desa-Desa Tertinggal*. Penerbit Adab, n.d.

Howe, Neil, and William Strauss. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Knopf Doubleday Publishing Group, 2009.

Kurniadi, Moch Rizky Prasetya. “2 Arti Kata Milenial di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).” KBBI, February 23, 2023. <https://kbbi.lektur.id/milenial>.

Lounsberry, Barbara, and Grace Ann Hovet. “Principles of Perception in Toni Morrison’s Sula.” *Black American Literature Forum* 13, no. 4 (1979): 126–29. <https://doi.org/10.2307/3041476>.

Media, Kompas Cyber. “10 Negara dengan Penduduk Terbanyak di Dunia 2022, Ada Indonesia? Halaman all.” KOMPAS.com, July 25, 2022. <https://travel.kompas.com/read/2022/07/25/083336127/10-negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-2022-ada-indonesia>.

Priyono, dan Abd Wahab Hasyim, *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV Literasi Nusantara Abadi, 2023.

Prasetyo, Galih. *Demokrasi Milenial*. Ruas Media, 2019.

Schallmo, Daniel R. A., and Christopher A. Williams. *Digital Transformation Now!: Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*. Springer, 2018.

Smith, Neil Thomas. *Mathias Spahlinger*. NED-New edition. Intellect, 2021. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv36xw3j3>.