

PERKEMBANGAN BISNIS DIGITAL DALAM MENGHADAPI TRANSFORMASI EKONOMI GLOBAL

Abstrak

Transformasi ekonomi global yang didorong oleh digitalisasi telah mengubah paradigma bisnis dan pola interaksi ekonomi lintas negara. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran dan perkembangan bisnis digital dalam menghadapi transformasi ekonomi global serta mengidentifikasi peluang dan strategi pengembangannya di Indonesia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur dari berbagai jurnal, laporan, dan data sekunder terkait ekonomi digital, UMKM, serta kebijakan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing nasional, khususnya melalui e-commerce, fintech, dan integrasi teknologi seperti AI dan cloud computing. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan SDM digital dan keamanan data perlu menjadi perhatian serius. Dengan dukungan kebijakan pro-digitalisasi, investasi infrastruktur, serta penguatan literasi digital, Indonesia berpotensi menjadi pemain utama ekonomi digital di Asia Tenggara.

Kata kunci: *bisnis digital, transformasi ekonomi global, pengembangan strategi*

Abstract

The global economic transformation driven by digitalization has shifted business paradigms and patterns of cross-border economic interaction. This study aims to analyze the role and development of digital businesses in facing this global economic transformation and identify opportunities and strategies for their development in Indonesia. The method used is descriptive qualitative, through a literature review of various journals, reports, and secondary data related to the digital economy, MSMEs, and government policies. The results indicate that digital businesses play a significant role in increasing efficiency, innovation, and national competitiveness, particularly through e-commerce, fintech, and the integration of technologies such as AI and cloud computing. However, challenges such as limited digital human resources and data security require serious attention. With the support of pro-digitalization policies, infrastructure investment, and strengthening digital literacy, Indonesia has the potential to become a major player in the digital economy in Southeast Asia.

Keywords: *digital business, global economic transformation, strategy development*

PENDAHULUAN

Perubahan lanskap ekonomi global akibat globalisasi dan digitalisasi telah merevolusi interkoneksi antarnegara melalui aliran data lintas batas yang melebihi nilai perdagangan barang konvensional, menciptakan pasar terbuka, efisien, dan inklusif. Globalisasi digital memfasilitasi perdagangan internasional, investasi asing, dan pertukaran pengetahuan melalui teknologi informasi dan komunikasi (TIK), sehingga mengurangi hambatan geografis dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, dampak ini terlihat dari peningkatan nilai ekonomi digital mencapai Rp714,4 triliun pada tahun 2022, tumbuh 27,6% year-on-year, mendorong penetrasi internet dan inovasi sektor e-commerce serta fintech. Penelitian (Firdaus et al., 2024) menemukan bahwa globalisasi mempengaruhi struktur ekonomi Indonesia secara menyeluruh melalui integrasi pasar global dan peningkatan ekspor, meskipun menimbulkan ketimpangan akses teknologi di daerah pedesaan. (Zuhri et al., 2024) mengonfirmasi dampak positif ekonomi digital terhadap PDB, dengan kontribusi 8% dari sektor telekomunikasi, serta menciptakan lapangan kerja baru melalui platform digital. Selain itu, (Pratiwi & Amalya, 2024) menyoroti nilai ekonomi digital global \$11,5 triliun, yang mendukung inklusi UMKM dalam rantai pasok global.

Teknologi digital memainkan peran sentral dalam mengubah model bisnis konvensional menjadi berbasis platform yang fleksibel, dengan menurunkan biaya transaksi, produksi, dan pencarian pelanggan melalui AI, cloud computing, dan big data. Bisnis tradisional seperti ritel fisik dan logistik beralih ke e-commerce, memungkinkan personalisasi layanan, proses otomatisasi, dan akses pasar global secara real-time, seperti kasus Amazon yang mengganggu industri dengan model pasar. Di Indonesia, UMKM mengadopsi platform seperti Shopee dan Tokopedia, meningkatkan penjualan hingga 30% dan efisiensi operasional. Penelitian (Mahdini et al., 2024) menunjukkan transformasi digital menciptakan model bisnis adaptif, meningkatkan produktivitas melalui inovasi e-commerce dan fintech, dengan dukungan kebijakan pemerintah seperti Strategi Nasional Ekonomi Digital 2030. (Saputra, 2024) menemukan bahwa kepemimpinan kewirausahaan dan literasi digital secara signifikan mempengaruhi penerapan media digital pada UMKM, menghasilkan peningkatan kinerja selama pandemi COVID-19. (Manalu et al., 2025) menegaskan teknologi digital sebagai mesin pertumbuhan ekonomi global, berkontribusi pada daya saing sektor manufaktur Indonesia melalui digitalisasi proses produksi.

Urgensi bisnis digital semakin mendesak dalam menghadapi transformasi ekonomi global, karena ketidakadaptasian terancam punah di era Industri 4.0, sementara penerapan cepat mendorong inovasi, pengurangan biaya, dan pertumbuhan inklusif. Bisnis digital memungkinkan respons cepat terhadap fluktuasi pasar, analisis data prediktif, dan ekspansi lintas batas, krusial bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memanfaatkan AI dan semikonduktor sebagai pengungkit. Penelitian (Syahputra et al., 2025) mengungkap dampak globalisasi pada perdagangan internasional melalui akses digital, otorisasi peningkatan infrastruktur untuk UMKM agar bersaing secara global.

Penelitian (Imelda et al., 2024) membuktikan transformasi UMKM digital meningkatkan efisiensi hingga 30%, memperluas pasar melalui e-commerce, dan mendukung keinginan ekonomi pasca-pandemi. Secara keseluruhan, industri manufaktur menyoroti bahwa globalisasi-digital menuntut strategi adaptif untuk mengantisipasi perubahan, dengan rekomendasi investasi SDM dan infrastruktur. Integrasi ini bukan hanya peluang, tapi keharusan strategi bagi pelaku ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan bisnis digital dalam konteks transformasi ekonomi global, dengan fokus pada bagaimana digitalisasi mendorong pertumbuhan ekonomi, efisiensi operasional, serta daya saing usaha, khususnya bagi UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian ini ingin mengidentifikasi peluang dan strategi pengembangan bisnis digital yang relevan dengan dinamika pasar global, termasuk peran kebijakan pemerintah, infrastruktur teknologi, dan kolaborasi lintas sektor dalam memperkuat ekosistem digital nasional menuju ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi literatur, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena perkembangan bisnis digital dalam transformasi ekonomi global. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah secara mendalam berbagai sumber pengetahuan teoretis dan empiris tanpa melakukan intervensi langsung terhadap objek penelitian. Data penelitian diperoleh dari sumber sekunder berupa jurnal ilmiah nasional dan internasional, laporan lembaga penelitian resmi seperti BPS, Bank Indonesia, dan Bank Dunia, serta publikasi kebijakan pemerintah yang relevan dengan ekonomi digital.

dan pengembangan UMKM. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap literatur yang terbit dalam rentang tahun 2018–2025 menggunakan kata kunci seperti bisnis digital , transformasi ekonomi global , dan ekonomi digital di Indonesia . Selanjutnya data dianalisis dengan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran, tantangan, peluang, serta strategi pengembangan bisnis digital. Hasil analisis kemudian disintesis menjadi pembahasan konseptualisasi yang teori dengan kondisi faktual di Indonesia, guna menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai posisi bisnis digital dalam dinamika transformasi ekonomi global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Bisnis Digital

Perkembangan bisnis digital telah mengalami evolusi signifikan dari era e-commerce sederhana menuju platform dan ekosistem digital yang terintegrasi, didorong oleh kemajuan teknologi seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan cloud computing. Awalnya, e-commerce muncul sebagai transaksi jual-beli berbasis internet pada akhir tahun 1990-an, seperti model B2C yang diimplementasikan oleh platform seperti Shopee dan Tokopedia, yang memungkinkan akses pasar global tanpa batasan geografis. Evolusi ini berkembang menjadi platform digital yang menghubungkan berbagai layanan, di mana big data memproses volume data besar untuk analisis perilaku konsumen, AI mengotomatisasi personalisasi dan pengambilan keputusan secara real-time, serta cloud computing yang menyediakan infrastruktur skalabel untuk efisiensi operasional. Penelitian (Kibtyah et al., 2021) menunjukkan bahwa pemasaran digital dalam e-commerce merevolusi interaksi merek-konsumen melalui personalisasi, sementara (Marbun & Simanjuntak, 2021) mengidentifikasi empat strategi transformasi digital utama: digitalisasi proses internal, pengembangan model platform, peningkatan pengalaman pelanggan berbasis data, dan pembangunan kapabilitas organisasi digital, dengan 81% studi melaporkan dampak positif pada kinerja finansial dan non-finansial.

Model bisnis digital semakin beragam, mencakup pasar yang menghubungkan penjual-pembeli, platform berbasis aplikasi seperti Gojek dan Grab, fintech untuk

pembiayaan dan pembayaran digital, serta layanan digital seperti streaming dan telemedicine. Model ini mengubah pola konsumsi global, di mana konsumen beralih ke preferensi on-demand, personalisasi, dan transaksi cepat melalui seluler, didorong oleh penetrasi smartphone dan internet. Di tingkat global, tren 2025 menyoroti otomatisasi bertenaga AI, metaverse untuk pelatihan virtual, Web3 dengan blockchain, serta hybrid cloud untuk kolaborasi fleksibel, memungkinkan perusahaan seperti Amazon dan Uber mendominasi melalui luasnya pasar dan efisiensi. Penelitian (Saifuddin, 2021) menegaskan bahwa digitalisasi mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di negara berkembang melalui UMKM inklusi, dengan model fintech yang memfasilitasi pendanaan dan pembayaran online.

Secara nasional, khususnya di Indonesia sebagai negara berkembang, bisnis digital tumbuh pesat dengan proyeksi peningkatan 9,71% pada tahun 2025, dipimpin e-commerce yang menjadikan negeri ini pemimpin lalu lintas Asia Tenggara. Sebanyak 27 juta UMKM telah mengadopsi digitalisasi, didukung kebijakan pemerintah dan startup lokal, meskipun tantangan infrastruktur dan keterampilan tetap ada. (Riska Amalia et al., 2023) menemukan adaptasi cepat dari offline ke online, sementara penelitian (Ananta, 2024) menyoroti peran revolusi 4.0 dalam menciptakan model bisnis baru berbasis teknologi. Penelitian (Khaira et al., 2022) melalui analisis bibliometrik mengkonfirmasi dampak transformasi digital pada model bisnis, dengan adaptasi strategi sebagai kunci keberhasilan. Secara keseluruhan, evolusi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional melalui AI-cloud di UMKM tetapi juga membuka peluang inklusif, namun memerlukan kesiapan budaya dan inovasi. Integrasi teknologi ini membentuk ekosistem yang tangguh, dimana bisnis yang adaptif mendominasi lanskap ekonomi masa depan.

Peran Bisnis Digital dalam Transformasi Ekonomi Global

Perkembangan bisnis digital memainkan peran krusial dalam transformasi perekonomian global melalui peningkatan efisiensi, integrasi pasar, dan penciptaan inovasi, dengan kontribusi mencapai \$11,5 triliun terhadap PDB dunia melalui alur digital. Otomatisasi proses bisnis melalui AI dan pembelajaran mesin menggantikan tugas manual, meningkatkan produktivitas hingga 40% di sektor manufaktur dan layanan, sementara blockchain mengurangi biaya transaksi lintas negara hingga 80% dengan menghilangkan

perantara tradisional seperti bank. Penelitian (Khaira et al., 2022) menemukan digitalisasi akuntansi meningkatkan efisiensi operasional 40% dan mengurangi biaya overhead 25% pada UMKM.

Integrasi pasar global difasilitasi platform digital seperti Amazon dan Shopee, yang memberikan akses 2,14 miliar pembeli online bagi UMKM tanpa batasan geografis, mempercepat transaksi dari hari menjadi menit melalui pembayaran lintas batas. Bisnis digital mendukung perdagangan global dengan logistik terintegrasi dan penerjemahan AI, meningkatkan volume e-commerce hingga \$994 miliar pada tahun 2020, serta memperluas partisipasi negara berkembang dalam alur ekonomi dunia. (Dwi Okta Putri et al., 2025) menyoroti platform digital menurunkan biaya interaksi internasional hingga 50%, sementara studi Huawei-Oxford Economics mengonfirmasi kontribusi ekonomi digital terhadap PDB global melalui perluasan pasar ini.

Penciptaan nilai dan inovasi muncul dari produk digital seperti metaverse commerce dan layanan personalisasi berbasis big data, yang mengubah model bisnis tradisional menjadi ekosistem berbasis pengetahuan dan kreativitas. Ekonomi pengetahuan ini memanfaatkan AI, komputasi awan, dan blockchain untuk ekstraksi data menjadi inovasi, dengan investasi infrastruktur digital mendorong pertumbuhan radikal di perusahaan. Penelitian (Lestari et al., 2020) menemukan transformasi digital meningkatkan kinerja finansial dan efisiensi tugas pada berbagai jenis perusahaan.

Tantangan dan Hambatan Bisnis Digital

Bisnis digital menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang menghambat transformasi penuh, meliputi pelemahan teknologi, keamanan data, regulasi lintas batas, serta keterbatasan SDM, dengan perkiraan kerugian global akibat serangan siber mencapai \$10,5 triliun pada tahun 2025. Kesempurnaan digital muncul dari infrastruktur tidak merata, di mana hanya 60% wilayah pedesaan Indonesia memiliki akses broadband cepat, sementara UMKM kekurangan anggaran untuk cloud dan AI. Keamanan data dan privasi terancam oleh ransomware serta deepfake AI, dengan 45% perusahaan mengalami serangan mingguan dan adanya GDPR/UU PDP menambah beban operasional. Penelitian

(Surveyandini & Wijayanto, 2023) mengonfirmasi kesenjangan digital kerentanan keamanan siber melalui ketidaksetaraan akses pendidikan dan pekerjaan.

Tantangan regulasi dan kebijakan mencakup perbedaan antarnegara, di mana kurangnya konteks global menyebabkan pajak berganda pada platform seperti Google dan Amazon, serta kesulitan pengakuan untuk transaksi virtual tanpa kantor fisik. Isu perpajakan digital rumit karena produk intangible sulit ditelusuri, sementara perlindungan konsumen memerlukan harmonisasi seperti DST Prancis yang memicu konflik perdagangan. Studi (Surveyandini & Wijayanto, 2023) menyoroti keterbatasan kerangka internasional yang memicu praktik perpajakan timpang.

Tantangan sumber daya manusia fokus pada kebutuhan kompetensi digital, di mana 70% karyawan Indonesia kekurangan literasi AI dan data analitik, menyebabkan resistensi perubahan dan penggantian pekerjaan oleh otomatis. Adaptasi tenaga kerja memerlukan pelatihan berkelanjutan seperti e-learning dan soft skill kolaborasi virtual, namun hierarki budaya menghambat. Penelitian (Armiani et al., 2021) menemukan resistensi karyawan dan ketimpangan generasi memerlukan SHRM proaktif. Secara keseluruhan, tantangan ini diatasi melalui infrastruktur investasi, regulasi yang harmonis, dan peningkatan keterampilan masif, meskipun kesenjangan digital tetap menjadi ancaman utama di Indonesia dengan ROI rendah di daerah terpencil.

Peluang dan Strategi Pengembangan Bisnis Digital

Peluang bisnis digital di era ekonomi global membuka ekspansi pasar yang luas melalui platform e-commerce dan teknologi digital, memungkinkan UMKM Indonesia menjangkau konsumen internasional dengan efisiensi tinggi. Kolaborasi dan kemitraan digital semakin krusial, seperti business match dengan platform seperti Tokopedia dan Shopee, yang memperluas akses pasar, mengoptimalkan sumber daya, serta meningkatkan daya saing UMKM secara global. Strategi transformasi digital tekanan integrasi teknologi seperti AI, IoT, dan cloud computing untuk mengubah proses bisnis secara menyeluruh, selaras dengan visi pemerintah melalui program seperti Digital Talent Scholarship. Inovasi organisasi berkelanjutan dan tangkas mendorong ekosistem melalui kepemimpinan adaptif, pengujian ide cepat, serta sinergi inovasi hijau, yang

meningkatkan ketahanan bisnis di tengah gangguan. Peran pemerintah dan pemangku kepentingan terlihat pada kebijakan pendukung ekonomi digital, termasuk Strategi Nasional Ekonomi Digital 2030, Visi Indonesia Digital 2045, serta lima prioritas seperti penelitian inovasi dan investasi digital untuk mencapai nilai US\$130 miliar pada tahun 2025. Penguatan ekosistem digital nasional dilakukan melalui infrastruktur 5G, Palapa Ring, pelatihan talenta, serta kolaborasi ASEAN DEFA, guna menciptakan inklusivitas dan pertumbuhan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan bisnis digital telah memberikan kontribusi signifikan terhadap transformasi ekonomi global melalui peningkatan efisiensi, penciptaan lapangan kerja, dan percepatan pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, digitalisasi memperkuat daya saing UMKM dengan peningkatan penjualan hingga 30% dan efisiensi operasional melalui e-commerce dan fintech. Teknologi seperti AI, cloud computing, dan big data menjadi pendorong utama dalam menciptakan model bisnis yang adaptif dan inovatif. Namun tantangan seperti kesenjangan infrastruktur digital, keamanan siber, dan rendahnya literasi digital masih perlu diatasi. Kesimpulannya, penguatan ekosistem digital melalui sinergi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat merupakan strategi penting untuk menghadapi dinamika ekonomi global, mendukung pertumbuhan inklusif, serta memastikan berakhirnya digitalisasi ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, W. R. (2024). *Peningkatan Strategi Pemasaran Di Era Digital Dengan Pembuatan Desain Logo Pada UMKM Jipang Alghi Desa Gebang Pesawaran*.
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>

- Dwi Okta Putri, W., Soleh, A., & Rahma Putri, A. (2025). Platform Digital (Instagram & Tiktok) Dalam Pengembangan Usaha Bagi Pelaku Umkm Di Kota Bengkulu Studi Kasus: Lupinut (Umkm Bengkulu). *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 4(1), 159–164.
- Firdaus, M. F., Ratnawati, D. E., & Setiawan, N. Y. (2024). Analisis Sentimen Berbasis Aspek Pada Ulasan Pelanggan Restoran Menggunakan Algoritma Support Vector Machine (Studi Kasus: Depot Bamara). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 11(06), 1265–1272. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2024117564>
- Imelda, T., Shintia, A., Wati, W., Julana, P. R., & Mariana, M. (2024). Strategi Pengelolaan Keuangan Negara: Implementasi Akuntansi Pemerintahan untuk Efisiensi dan Transparansi. *Ekalaya : Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 02(04), 345–351. <https://doi.org/https://doi.org/10.59966/ekalaya.v2i4.1466>
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan Konten dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 06(02), 314–326. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3237>
- Kibtyah, M. R., Mulyawan, I., & Kania, R. (2021). Pengaruh Video Advertising pada Platform Digital Tik-Tok terhadap Niat Membeli. *The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1279–1285.
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 01(01), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Mahdini, A. S., Larasati, E., & Lituhayu, D. (2024). Implementasi Kebijakan Sistem Finger Print Pasien Khusus Rawat Jalan Bpjs Kesehatan Di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong. *Journal of Public Policy and Management Review*, 13(04), 139–159. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v13i4.47162>
- Manalu, L., Asbari, M., Manalu, F., & Mintari, N. (2025). *Memahami Komunikasi Bisnis : Peran Konsep , Model , dan Komunikasi Verbal serta Non-Verbal dalam Meningkatkan Efektivitas Organisasi pada PT Home Center Indonesia*. 02(01), 18–24.

- Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 130–142. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.125>
- Pratiwi, R. I., & Amalya, W. R. (2024). Kajian Bibliometrik Dan Tinjauan Literatur Tentang Strategi Konten Marketing Dari Aspek Sosial Dan Budaya. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 26(02), 227–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/sosiologi.v26i2.1398>
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, & Riki Gana Suyatna. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>
- Saputra, R. (2024). *Peningkatan Daya Saing UMKM Jipang Alghi Di Desa Gebang Melalui Penjualan Online Agar Meningkatnya Produksi Serta Dapat Menciptakan Peluang Kerja Bagi Sdm Sekitar Desa Gebang.*
- Surveyandini, M., & Wijayanto, W. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Yang Efektif Di Era Digitalisasi. *WIKUACITYA: Jurnal ...*, 02(01), 10–14. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v2i1.42>
- Syahputra, G. A., Indrawati, N., & Gunawan, A. (2025). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Efisiensi Kerja Pegawai: Systematic Literature Review. *Jurnal Strategi Bisnis Dan Keuangan*, 06(01), 192–199. <https://ijurnal.com/1/index.php/jsbk/article/view/473>
- Zuhri, M. S., Islam, M. T., Nurdiyanto, Marjany, N., Ulufah, A. N., & Khoiry, U. U. (2024). The Effect of the Implementation of Islamic Religious Education and Religious Character on Independence for Class XI Students of SMA Negeri 3 Boyolali for the 2021/2022 Academic Year. *Jurnal Syntax Transformation*, 5(3), 784–799.

