

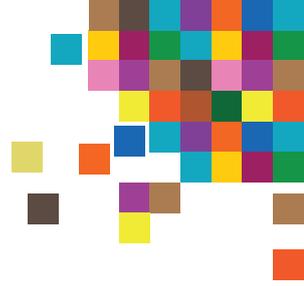
INDEKS POTENSI INVESTASI DAERAH

SEKTOR
DIGITAL

KEBANGKITAN KOTA SATELIT



Didukung oleh



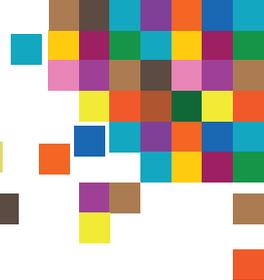
DAFTAR ISI

PENDAHULUAN 2

METODOLOGI 4

PEMETAAN POTENSI
INVESTASI DAERAH 8

KESIMPULAN 14



Ekonomi digital di Indonesia tumbuh sangat signifikan beberapa tahun belakangan ini. Menurut laporan *e-Conomy SEA 2021* oleh Google Temasek, potensi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia 2021-2025 dapat mencapai 20% per tahun. *Gross Merchandise Value (GMV)* pada 2025 diperkirakan akan mencapai USD 146 miliar, hampir tiga kali lipat Vietnam, yang memiliki GMV terbesar kedua di Asia Tenggara.

Pertumbuhan ekonomi digital ini ditunjukkan oleh geliat berbagai sektor yang mengadopsi digital. Adopsi digital tersebut mengalami percepatan selama pandemi Covid-19, yang membatasi mobilitas fisik warga. Sektor-sektor tersebut antara lain pendidikan melalui media belajar jarak jauh, kesehatan (*telemedicine*), dan bahan pangan yang dipasarkan melalui platform *e-commerce groceries*.

E-commerce merupakan salah satu layanan digital yang bertumbuh cukup signifikan beberapa tahun belakangan ini. Pertumbuhan sektor ini pada 2021 mencapai 54% dibandingkan tahun sebelumnya, dan diperkirakan terus bertumbuh hingga 18% per tahun sampai 2025.

Sektor *e-commerce* ini juga ikut membantu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam memasarkan produk. Penjualan melalui platform *e-commerce* memperluas jaringan penjualan dan distribusi hingga ke pelosok Indonesia. UMKM pun merasa perlu *go digital* agar dapat memanfaatkan saluran penjualan *e-commerce*.

UMKM yang *go digital* hingga kuartal tiga 2021 telah mencapai 15,9 juta (24,9% dari seluruh UMKM). S, Sebelum pandemi Covid-19 terjadi, UMKM *go digital* hanya mencapai 8 juta. Pemerintah pun terus mendorong UMKM untuk *go digital* melalui berbagai macam program. Pemerintah menargetkan 30 juta UMKM terhubung dengan platform digital pada 2024.

Dukungan pemerintah terwujud dalam program nasional #BanggaBuatanIndonesia yang merupakan kerja sama berbagai kementerian dan perusahaan rintisan (*startup*). Program nasional, yang diluncurkan pada 14 Mei 2020 dan diperkuat dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 2021 tentang Tim Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia pada tanggal 15 September 2021 ini, telah membawa 3,7 juta UMKM *go digital* [AR1] sejak diluncurkan.

Berbagai program terkait mengembangkan UMKM juga bermunculan, termasuk kerja sama antara startup dan pemerintah daerah. Contohnya adalah SIRCLO, perusahaan teknologi penyedia solusi *e-commerce*, dengan program Merdeka Jualan Online, Blibli dengan kolaborasi meluncurkan Galeri Indonesia x Blibli Mitra, dan Tokopedia dengan menghadirkan fitur daftar usaha bagi UMKM.

Selain UMKM *go digital*, perkembangan sektor digital di daerah juga cukup pesat, contohnya platform *e-commerce* dan pembayaran digital. Ekspansi sektor digital memang tidak sama dengan ekspansi sektor bisnis konvensional lainnya. Aplikasi atau platform digital dapat digunakan di mana pun asal memiliki akses internet.

Tentu saja penetrasi aplikasi digital dan peningkatan penjualan layanan digital ini tetap dapat ditingkatkan dengan mengetahui karakteristik tiap daerah. Pemahaman karakter kota atau kabupaten ini kemudian juga disesuaikan dengan visi misi dan target perusahaan agar sejalan dengan rencana jangka panjang perusahaan digital tersebut.

Pengembangan dan peningkatan usaha digital di suatu daerah mempertimbangkan banyak hal, antara lain kondisi perekonomian daerah tersebut, yaitu daerah yang memiliki aktivitas perekonomian dan perdagangan yang tinggi. Selain itu, kondisi infrastruktur digital di suatu daerah juga akan mempengaruhi penggunaan aplikasi digital perusahaan tersebut.

Faktor-faktor penentu pengembangan perusahaan digital di suatu daerah akan bervariasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Namun, hal-hal yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh semua jenis perusahaan terangkum dalam Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital pada laporan ini.

Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital ini terdiri dari sub-indeks yang dapat menggambarkan situasi suatu kota/kabupaten di Indonesia. Sub-indeks ini dihitung berdasarkan pilar-pilar yang berkaitan. Adapun pilar-pilar tersebut dihitung dari indikator-indikator yang datanya diperoleh dari berbagai sumber.

Perhitungan Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital ini dilakukan pada 157 kota/kabupaten. Pemilihan 157 kota/kabupaten ini merujuk pada laporan Bank Dunia yang berjudul “Time to ACT: Realizing Indonesia’s Urban Potential” yang diterbitkan pada 2019. Laporan tersebut mengidentifikasi 80 kota/kabupaten yang membentuk 28 kawasan metropolitan dan 82 kota/kabupaten dengan tingkat urbanisasi mencapai 50% atau lebih. DKI Jakarta, yang memiliki enam kota dan kabupaten administratif dihitung sebagai satu kesatuan.

Kerangka Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital

Katadata Insight Center menyusun perbandingan Potensi Investasi di 157 kota/kabupaten di Indonesia dalam bentuk indeks. Indeks ini terdiri atas empat sub-indeks utama yang secara keseluruhan menggambarkan Potensi Investasi masing-masing daerah. Masing-masing sub-indeks tersebut terdiri dari tiga pilar pembentuk, sehingga total ada 12 pilar yang membentuk indeks. Masing-masing pilar terdiri atas 3-5 indikator sehingga total terdapat 48 indikator. Berikut penjelasan unsur-unsur pembentuk empat sub-indeks dan 12 pilar tersebut.

1. Daya Tarik Ekonomi

Sub-Indeks Potensi Ekonomi merujuk pada kondisi perekonomian dan demografi wilayah sehingga nantinya kondisi ekonomi di suatu daerah dapat menjadi salah satu Potensi Investasi tersendiri. Sub-Indeks Potensi Ekonomi ini terdiri dari tiga pilar yang dapat menjadi referensi investor, yaitu jumlah dan kepadatan penduduk, daya beli dan konsumsi, serta keberadaan mitra eceran dan grosir.

2. Infrastruktur dan Logistik

Pembangunan infrastruktur dan keberadaan logistik merupakan faktor penting dalam mendukung dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Infrastruktur dan logistik yang memadai berpengaruh pada kelancaran produksi dan distribusi barang dan jasa. Hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta menjadi Potensi Investasi di suatu daerah. Sub-indeks ini terdiri dari tiga pilar yaitu Pilar Infrastruktur Fisik, Pilar Infrastruktur Digital, dan Pilar Akses pada Fasilitas Logistik.

3. Kesiapan Digital

Kesiapan digital di daerah membantu kelancaran kegiatan yang berkaitan dengan digital. Berbagai kegiatan sehari-hari yang beralih ke ranah maya memerlukan kesiapan digital. Oleh karena itu, kesiapan digital menjadi salah satu faktor pertimbangan investor ketika berinvestasi di suatu daerah. Sub-indeks Kesiapan Digital terdiri dari tiga pilar yang menggambarkan kesiapan digital, yaitu penggunaan internet, penggunaan *e-commerce* provinsi, dan literasi digital.

4. Kesiapan Finansial

Kesiapan finansial di suatu daerah menggambarkan aktivitas ekonomi daerah tersebut. Semakin tinggi aktivitas ekonomi daerah tersebut, semakin tinggi juga potensi pertumbuhan ekonominya. Salah satu bukti kesiapan finansial daerah yaitu dalam penyaluran dana kepada masyarakat yang membutuhkan modal usaha untuk usaha mikro, kecil maupun menengah. Sub-indeks Kesiapan Finansial ini terdiri dari tiga pilar yaitu akses pada Lembaga Pembiayaan Lokal, Penggunaan Keuangan Digital dan Literasi Keuangan.

Komponen penghitungan Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital ini terdiri dari sub-indeks, pilar, dan indikator seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Setiap komponen indeks tersebut, baik indikator, pilar, maupun sub-indeks, mengandung bobot yang sama. Untuk menyetarakan setiap indikator, nilai aktual masing-masing indikator dikonversi menjadi skor standar dengan skala 0 sampai 100.

Digitalisasi, Game Changer Industri Logistik Nasional

Setelah mengalami kontraksi akibat pandemi Covid-19, perekonomian Indonesia diyakini akan kembali melesat. Geliat ekonomi itu tak lepas dari dukungan konsumsi domestik dan fokus pemerintah pada industri manufaktur untuk mengurangi ekspor bahan mentah. Tak pelak, kondisi ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kekuatan ekonomi terbesar ke-16 di dunia.

Geliat ekonomi tersebut berdampak terhadap industri logistik, yang memegang peranan penting dalam dunia usaha. Sektor ini, yang juga menghadapi tantangan besar di masa pandemi, dituntut untuk merespon perubahan pola belanja masyarakat. Pandemi Covid-19 mempercepat pergeseran perilaku belanja konsumen, dari offline ke online. Transaksi e-commerce, misalnya, melonjak dan terus tumbuh hingga saat ini.

Industri logistik nasional pun mengalami perubahan dramatis. Industri ini dituntut menghadirkan layanan yang handal dan terjangkau bagi konsumen. Di saat yang sama, pemerintah berupaya memperbaiki kebijakan dan infrastruktur untuk meningkatkan performa logistik, di antaranya melalui penerapan *industry 4.0* dan pengembangan *National Logistics Ecosystem (NLE)*.

Di tengah arus deras perubahan tersebut, digitalisasi dan kolaborasi menjadi dua hal yang harus ditempuh oleh para pelaku usaha.



Digitalisasi mempercepat proses bisnis dan menghadirkan layanan yang lebih baik bagi konsumen. Digitalisasi juga membantu pelaku usaha menekan biaya operasional dan mengoptimalkan seluruh titik operasional.

Dalam digitalisasi, integrasi data untuk memperlancar proses rantai pasok merupakan hal krusial. Data yang terintegrasi dapat memangkas waktu untuk memproses barang hingga ke tangan konsumen. Selain itu, integrasi data membantu pemantauan proses operasional.

Kolaborasi tak terhindarkan untuk mewujudkan integrasi rantai pasok yang efisien dan lebih terjangkau. Kolaborasi diperlukan karena pelaku usaha masih tersegmentasi dalam industri logistik, yang menyebabkan inefisiensi dan sumber daya untuk melayani konsumen.

Digitalisasi dan kolaborasi dapat dicapai dengan melibatkan penyedia jasa logistik pihak keempat (*fourth-party logistics/4PL*). 4PL merupakan penyedia layanan logistik lengkap melalui pengelolaan sumber daya, teknologi, infrastruktur, dan bahkan menyediakan strategi wawasan bisnis untuk pengembangan usaha. Salah satu penyedia layanan ini adalah Shipper.

Shipper merupakan perusahaan teknologi yang berdiri sejak 2017 di Indonesia yang menyediakan solusi logistik yang terintegrasi untuk berbagai skala usaha dengan pelayanan dari hulu ke hilir (*end-to-end*). Shipper menyediakan platform aggregator logistik digital dengan ribuan pelanggannya yang didukung dengan 40 mitra logistik ternama dan 12.000 jaringan agen di seluruh Indonesia.



Saat awal berdiri, Shipper hanya memiliki 40 unit gudang yang kini telah berkembang menjadi lebih dari 300 gudang di 35 kota dengan total lebih dari 500.000 m² lahan pergudangan di seluruh Indonesia. Shipper telah mengembangkan basis pelanggannya dari 2.700 menjadi 20.000+ penjual online, termasuk ratusan perusahaan papan atas di berbagai industri.

Layanan yang disediakan 4PL merupakan solusi bagi pelaku usaha, tidak hanya bertahan, tapi juga mengembangkan usaha dengan menghadirkan produk dan layanan yang terjangkau oleh konsumen. Shipper merupakan 4PL yang mendedikasikan diri untuk mencapai tujuan tersebut.

Untuk memaksimalkan efisiensi, Shipper menyediakan layanan logistik *end-to-end*. Shipper merupakan pionir digitalisasi dan penyediaan data insights. Layanan pergudangan yang dihadirkan Shipper juga membantu pelaku usaha meningkatkan kapasitas usaha dan menekan biaya operasional.

Layanan tersebut mempermudah rantai distribusi barang hingga ke daerah, sehingga konsumen di daerah tak merasa dinomorduakan. Sebaliknya, pelaku usaha yang berkolaborasi dengan Shipper juga dapat memperluas pasar hingga ke daerah dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dalam empat tahun beroperasi, Shipper telah menerima berbagai penghargaan seperti “The Most Innovative Digital Logistic Company” dari Bisnis Indonesia Award 2021, Top Company 2021 by Y Combinator, 15 LinkedIn Top Startups in Indonesia serta #GenTList2021 Leader of Tomorrow untuk Budi Handoko, COO & Co-Founder Shipper Indonesia.

Pencapaian Shipper diperoleh berkat kolaborasi & dukungan masyarakat sehingga bertekad untuk terus memberikan sumbangsih kepada masyarakat melalui layanan logistiknya dalam menciptakan nilai-nilai bersama yang diwakili slogan #ShipperuntukIndonesia. Fokus #ShipperuntukIndonesia adalah untuk mendorong layanan logistik yang berkualitas dan memberikan akses logistik yang lebih luas dan merata kepada pelaku usaha, mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, serta memberikan nilai tambah berupa dampak sosial yang positif kepada masyarakat.

Shipper juga telah bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mendukung program yang berdampak bagi kesejahteraan masyarakat. Sebagai contoh, Shipper telah bekerja sama dengan Kemenkes & MRTJ untuk program penanggulangan Covid-19, Sehati Group dalam mendukung kesehatan ibu dan bayi serta penanggulangan stunting di Indonesia. Pengembangan UMKM

di Indonesia juga selalu menjadi salah satu fokus utama Shipper sejak berdiri, sehingga tercatat sudah ada lebih dari 10.000 UMKM yang didukung Shipper.

Shipper telah berkolaborasi dengan banyak pelaku usaha. Kolaborasi dengan Shipper terbukti menguntungkan karena pelaku usaha tak perlu memikirkan penyimpanan dan pengiriman produk dengan beragam ukuran dan berat. Selain itu, perusahaan dapat mendistribusikan produk hingga daerah terluar di Indonesia. Hal ini membuat perusahaan tersebut mampu memperluas pasar dan menjangkau lebih banyak konsumen berbagai pelosok.

Maka, tak dapat dipungkiri, keunggulan yang dimiliki Shipper merupakan pertimbangan utama dalam menentukan 4PL yang akan dijadikan mitra kolaborasi. Perusahaan harus memastikan bahwa dengan berkolaborasi, semua lini logistik akan dikelola oleh 4PL sehingga perusahaan bisa lebih memfokuskan sumber daya untuk meningkatkan kualitas produk.

Kehadiran Shipper merupakan solusi bagi Industri logistik nasional yang terus berbenah untuk mendukung geliat ekonomi nasional. Layanan logistik yang semakin baik akan mendorong akses yang lebih luas bagi seluruh pelaku usaha, dan tentu saja berdampak positif terhadap masyarakat. Pada akhirnya, bukan hanya pertumbuhan yang akan dicapai, melainkan juga pemerataan dan keadilan ekonomi. ●



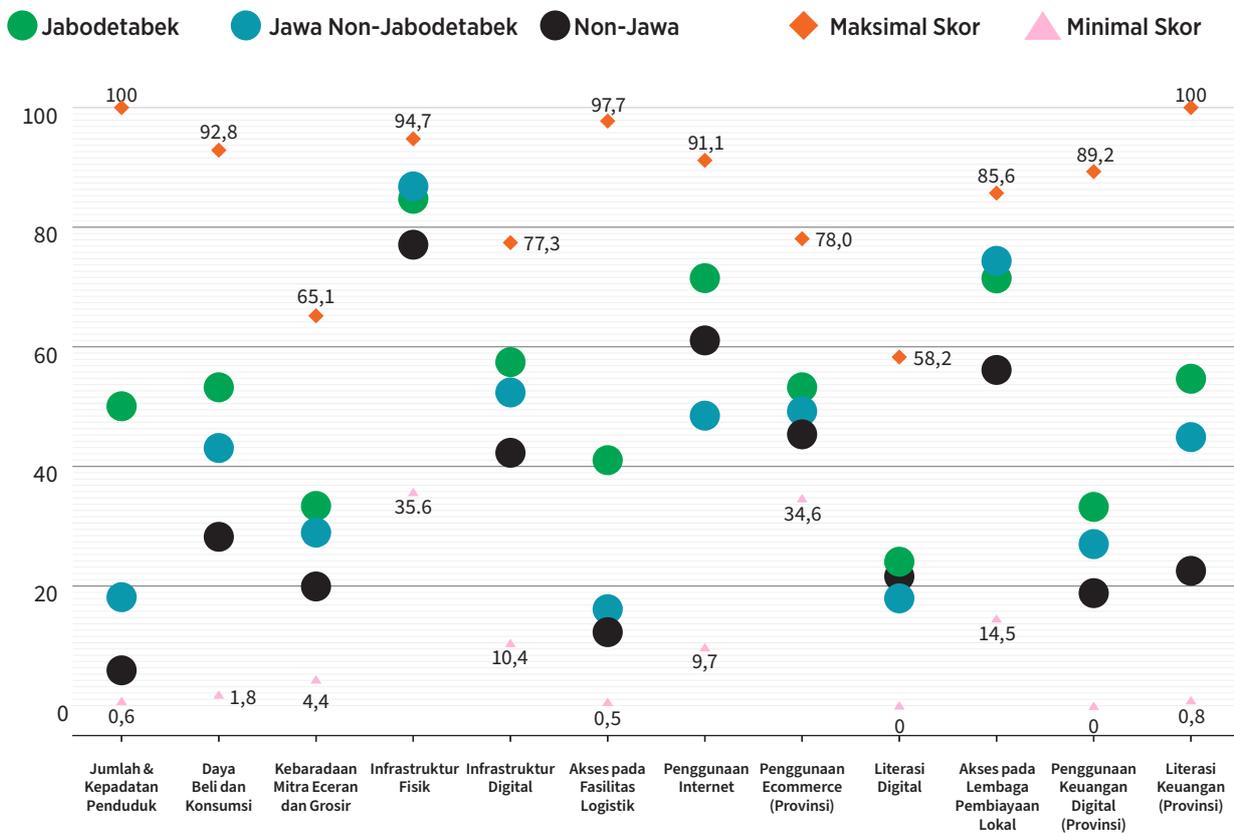
PEMETAAN POTENSI INVESTASI DAERAH



Jabodetabek unggul di hampir semua pilar Indeks Potensi Investasi Daerah di Sektor Digital. Sedangkan wilayah non-Jawa sedikit tertinggal di hampir semua pilar. Kota/kabupaten di wilayah Non-Jawa juga banyak yang tertinggal di berbagai pilar dan cenderung menempati peringkat terbawah Indeks Potensi Investasi Daerah di tingkat kota/kabupaten.

Hal ini mengindikasikan ketimpangan pembangunan antara wilayah Jabodetabek dan Jawa dibandingkan wilayah non-Jawa. Pasalnya, Potensi Investasi daerah di sektor digital didominasi wilayah yang berasal dari Jawa, khususnya Jabodetabek.

Profil Indeks Potensi Menurut Region



Berdasarkan komponen/pilar pembentuk Indeks Potensi Investasi, wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) memiliki keunggulan hampir di keseluruhan pilar. Bahkan ada nilai pilar yang memiliki jarak yang cukup jauh dengan wilayah lain, yaitu Jumlah dan Kepadatan Penduduk (50,1) dan Akses terhadap Fasilitas Logistik (41,1).

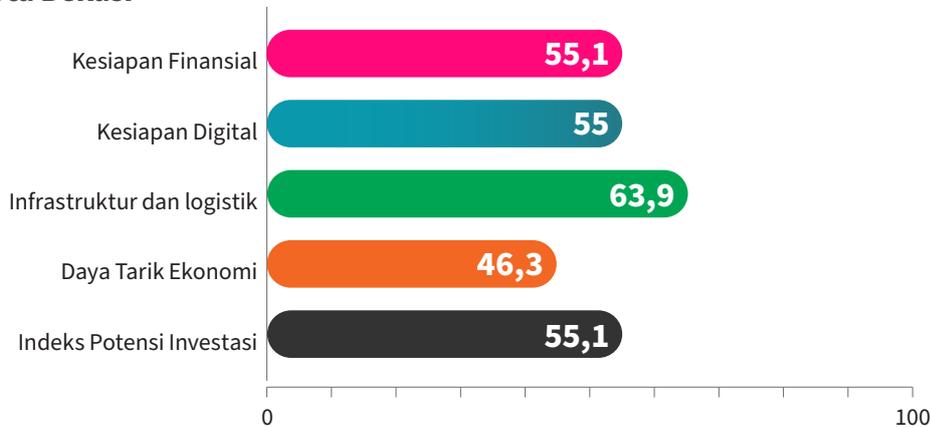
Selain itu, berdasarkan data BPS, realisasi investasi di wilayah ini cukup besar. Meskipun Jawa barat masih menjadi nomor satu di Indonesia, tetapi realisasi tersebut disumbang terbesar oleh Kota/Kab Bogor dan Bekasi yang masuk dalam Jabodetabek. Oleh karena itu, apabila angka Kota/Kab di Jawa Barat yang termasuk dalam wilayah Jabodetabek digabung dengan Jakarta, realisasi investasi di Jabodetabek meliputi 20% nasional pada 2020, baik dari Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) maupun Penanaman Modal Asing (PMA).

Seperti Jabodetabek, wilayah Jawa non-Jabodetabek juga memiliki potensi pilar daya saing investasi yang menarik. Wilayah ini unggul pada Pilar Infrastruktur Fisik, yaitu 86,8. Pembangunan masif infrastruktur pada masa pemerintahan Joko Widodo membuat indikator-indikator di dalam pilar tersebut menjadi besar. Selain itu, pilar Akses terhadap Lembaga Pembiayaan Lokal juga menjadi andalan wilayah ini, yaitu sebesar

Profil Indeks Potensi Menurut Kota/Kabupaten

Kota Bekasi: Potensi Digital dari Pilar Penggunaan Internet

Kota Bekasi



Kota Bekasi menduduki posisi kedua setelah DKI Jakarta dengan skor 55,1. Meski berada di peringkat kedua, kota ini memiliki perbedaan yang relatif jauh dengan Jakarta. Penggunaan Internet (88,9) sebagai skor tertinggi secara nasional menyumbang tingginya perolehan nilai tersebut. Indikator pendukungnya antara lain rasio penduduk yang memiliki *handphone* dan rasio penduduk yang mengakses internet. Melalui jaringan *wireless* gratis, pemerintah Kota Bekasi memberikan kemudahan akses internet kepada masyarakat. Pemerintah Bekasi telah menyediakan 300 titik *wifi* gratis yang tersebar di sejumlah fasilitas publik, dan berkolaborasi dengan perusahaan penyedia jaringan untuk menyediakan internet dengan harga terjangkau.

Aspek berikutnya yang mendapatkan skor tertinggi di Kota Bekasi adalah Infrastruktur Fisik (89,0). Kedua indikator yang mendukung adalah jarak ke pelabuhan dan bandara terdekat. Persentase desa dengan jalan yang dapat dilalui kendaraan roda empat sepanjang 2020 juga mendapatkan skor sempurna. Sebagai penopang Jakarta, pembangunan infrastruktur di Bekasi gencar diluncurkan. Percepatan realisasi pembangunan infrastruktur mendorong pertumbuhan kawasan industri dan perumahan yang kemudian menaikkan potensi investasi.

Aspek ketiga yang berkontribusi pada penilaian Bekasi adalah akses pada lembaga pembiayaan lokal (75,6). Ketersediaan lembaga pembiayaan memungkinkan perputaran arus keuangan melalui kemudahan akses ke bank umum pemerintah, bank umum swasta, dan BPR.

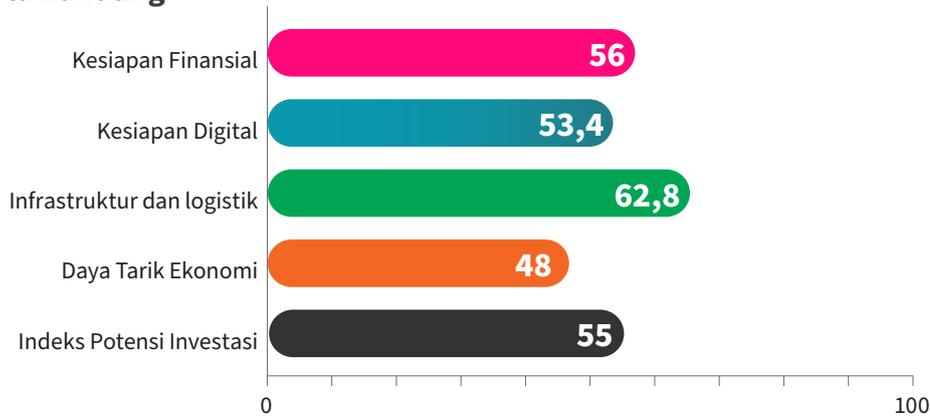
Namun, daerah metropolitan yang berdekatan dengan Jakarta tersebut masih lemah dalam literasi digital dan keberadaan mitra eceran dan grosir. Pemerintah Kota Bekasi perlu menggenjarkan sosialisasi dalam peningkatan literasi digital dan kanal aktivitas perekonomian masyarakat.

Kota Bandung: Potensi Pilar Ibu Kota Jawa Barat

Kota Bandung menempati posisi ketiga Potensi Investasi dengan total skor 55,1, sedikit di bawah Kota Bekasi. Pilar yang mendapatkan skor tertinggi di Bandung adalah Infrastruktur Fisik (87,0). Pilar tertinggi kedua adalah Akses pada Lembaga Pembiayaan Lokal (78,2). Hal tersebut menunjukkan kota ini mampu meningkatkan investasi dengan infrastruktur fisik yang memadai, yakni persentase desa dengan jalan yang dapat dilalui roda empat, jarak ke pelabuhan terdekat, kecepatan rata-rata ke pelabuhan terdekat, dan jarak ke bandara terdekat. Kemudahan dan kenyamanan akses pada fasilitas perkotaan akan memperluas jangkauan dan pemerataan hasil pembangunan.

Ibu kota Provinsi Jawa Barat ini juga mendapatkan skor yang relatif tinggi dalam Daya Beli dan Konsumsi (66,7) dan Penggunaan Internet (71,6). Penilaian PDRB konsumsi rumah tangga mendapatkan skor 79,7 dan rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan mendapatkan skor 87,9. Kondisi perekonomian masyarakat yang relatif baik dapat menarik investasi.

Kota Bandung

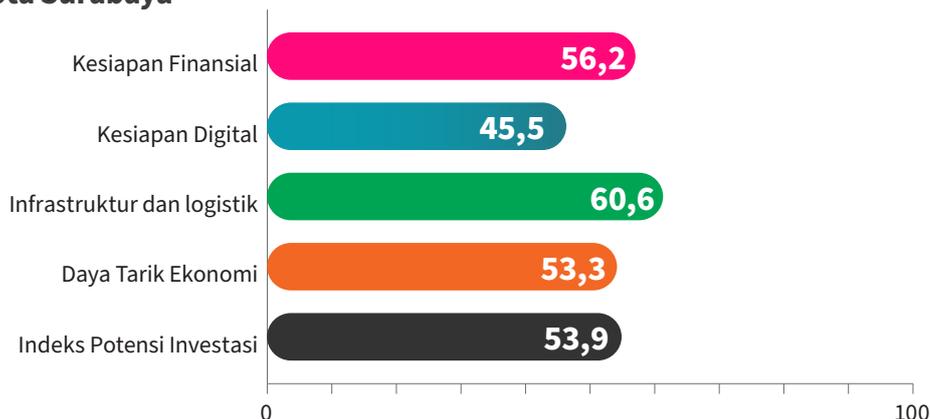


Penggunaan internet terus tumbuh di Bandung dalam menunjang berbagai aktivitas dan produktivitas masyarakat. Penyedia jaringan merasakan adanya peningkatan permintaan masyarakat. Rasio penduduk yang mengakses internet mendapatkan skor 87,3 sedangkan rasio penduduk yang menggunakan internet dalam pekerjaan utama internet memperoleh skor 71,7.

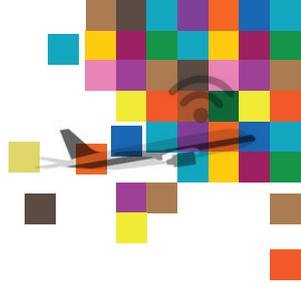
Meski penggunaan internet di Kota Bandung tinggi, pilar Literasi Digital mendapatkan skor terendah (32,4). Pilar kedua terendah berikutnya adalah Penggunaan Keuangan Digital (33,1). Oleh karena itu, untuk menjadikan Kota Bandung sebagai tempat investasi yang menjanjikan, kemampuan dan kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital dapat ditingkatkan melalui pelatihan. Penyebaran informasi akan meningkatkan pengetahuan masyarakat agar semakin cakap dalam hal digital.

Kota Surabaya: Lembaga Pembiayaan Lokal sebagai Akselerator Perekonomian

Kota Surabaya



Kota Surabaya menempati posisi keempat dalam Indeks Potensi Investasi dengan skor 53,9. Pilar terkuat kota ini adalah Akses pada Lembaga Pembiayaan Lokal (85,7). Kemudahan akses pembiayaan berdampak positif pada peningkatan Potensi Investasi di Surabaya. Adapun indikator sebagai komponen perhitungan pilar tersebut disumbang oleh jumlah koperasi, kemudahan akses ke bank umum pemerintah, dan kemudahan akses ke bank umum swasta. Terlebih, keberadaan Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD) di kota Surabaya diharapkan memudahkan akses bantuan modal untuk para pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).



Pilar tertinggi berikutnya adalah Infrastruktur Fisik yang mendapatkan (82,5). Angka tersebut sesuai dengan realita bahwa Surabaya merupakan kawasan penting perdagangan dan jasa untuk wilayah Indonesia Timur. Realisasi investasi di Surabaya disumbang terbesar oleh sektor infrastruktur, yaitu Rp 7,6 triliun pada 2020. Selain itu, pilar Penggunaan Internet mendapatkan skor 77,6 sebagai pilar penyumbang terbesar ketiga. Kota Surabaya unggul dalam indikator kepemilikan *handphone* dan akses internet.

Meski penggunaan internet di Kota Surabaya terbilang tinggi, pilar Literasi Digital menunjukkan skor yang terendah di antara kota lainnya, dan lebih rendah dari rata-rata secara nasional. Oleh karena itu, Kota Surabaya perlu memperbaiki aspek literasi digital. Gencarnya pembangunan infrastruktur fisik perlu diikuti dengan kesiapan sumber daya dalam memanfaatkan pemerataan hasil pembangunan. Kesiapan dan kemampuan daerah dalam berkreasi dapat menentukan keberhasilan pembangunan daerah termasuk dalam menciptakan iklim investasi yang kondusif.

