



Peran Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Pasar Modern Di Indonesia

Dhea Isti Riyana¹, Iva Khoiril Mala², Sutantri³

¹²³ Fakultas Syariah dan Ekonomi, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri

¹²³ Jl. KH Wachid Hasyim No.62, Kediri

email : Dhearyn22@gmail.com¹, ivamala180496@gmail.com², tantrigirl@gmail.com³

ARTICLE INFO

Article history:

Received 16 Desember 2023

Received in revised form 3 Januari 2024

Accepted 2 April 2024

Available online Juli 2024

ABSTRACT

This research aims to find out the role of the digital economy in the performance of modern markets in Indonesia. The method used in this research is a qualitative descriptive method by collecting data from various books and journals whose research focus is the same as the title of the research being studied. The research results show that the digital business economy has provided opportunities for entrepreneurs in the future. By using digital everyone can advance their business and gain profits. With this modern market, consumers will find it easier to access transactions with traders in unlimited areas. However, on the other hand, the modern market also has a negative impact on the Indonesian economy, such as the traditional market ecosystem which will be defeated by the modern market and fraud.

Keywords: *Digital Economy, Performance, Indonesian Modern Market.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah peran ekonomi digital terhadap kinerja pasar modern di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dari berbagai buku dan jurnal-jurnal yang fokus penelitiannya sama dengan judul penelitian yang diteliti. Hasil penelitian mengatakan bahwa ekonomi bisnis digital sudah membagikan kesempatan untuk pengusaha di masa yang akan datang. Dalam menggunakan digital semuanya dapat memajukan usaha mereka dan mendapatkan keuntungan. Dengan pasar modern ini konsumen akan lebih mudah mengakses transaksi dengan para pedagang sampai dengan wilayah yang tidak terbatas. Namun, disisilain *modern market* juga memiliki dampak negatif pada perekonomian Indonesia, seperti ekosistem pasar tradisional yang akan terkalahkan oleh pasar modern dan adanya penipuan.

Kata Kunci : Ekonomi Digital, Kinerja, Pasar Modern Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin berkembang dengan pesat, khususnya dalam bidang teknologi digital. Teknologi informasi dalam khususnya teknologi digital yang berkembang terus menerus sesuai dengan modernnya teknologi informasi yang terikat utama dalam satu komponen teknologi komputer

Received Desember 16, 2023; Revised Januari 3, 2023; Accepted April, 2024

*email korespondensi: Dhearyn22@gmail.com

yang saat ini terus berkembang yang dapat di akses dengan metode teknologi elektronik telfon genggam (Handphone). Yang mana tujuannya untuk mempermudah berbagai komunikasi antara satu sama lainnya.¹ Indonesia mengalami peningkatan ekonomi digital secara keseluruhan, hal itu berpengaruh pada meningkatnya ekonomi nasional. Ekonomi digital dipercaya akan mampu menjawab tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil. Pemerintah berkomitmen bahwa pembangunan ekonomi berbasis masyarakat sebagaipelaku usaha. Jumlah wirausahawan akan berkembang dalam menggerakna ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Maka pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia.²

Ekonomi digital merupakan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar.³ Ekonomi digital menjadi aspek ekonomi yang berbasiskan pada pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi digital. Di Asia Tenggara, ekonomi digital sedang berkembang pesat seiring dengan besarnya potensi pasar. Ada lima teknologi yang paling potensial memicu pertumbuhan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara, kelima hal tersebut yaitu *mobile internet, big data, internet of things, automation of knowledge, dan cloud technology*.

Digitalisasi sebuah keharusan yang tidak bisa dihindari oleh adanya dampak globalisasi. Pengembangan ekonomi digital merupakan salah satu strategi terpenting untuk mengubah ekonomi Indonesia. Perkembangan ekonomi digital juga didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai industri.⁴ Digitalisasi merupakan salah satu ciri perubahan lingkungan di era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan informasi, ketergantungan dan negara tanpa batas. Digitalitas adalah aspek ekonomi yang didasarkan pada penggunaan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi digital. Di Asia Tenggara, ekonomi digital berkembang pesat dengan potensi pasar yang besar.⁵

Bisnis sosial menjadi tren yang berkembang, dimana penggunaan *Facebook* dan *Instagram* meningkat, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah transaksi di ruang ekonomi digital dan meningkatkan pendapatan perusahaan berdasarkan model bisnis elektronik. Ketika bisnis internet atau online tumbuh dalam pendapatan, ini memberikan kelangsungan dan keberlanjutan bisnis. Secara makro, perusahaan dengan model bisnis online menawarkan keleluasaan finansial untuk menjaga roda perekonomian tetap berputar.⁶

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Secara tren, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam sedekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri tercatat bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Pertumbuhan jumlah pengguna internet dalam sedekade terakhir paling tinggi yaitu pada Januari 2016 yaitu mencapai 50, 16% secara tahunan (*yoy*). Sementara pertumbuhan paling lambat yaitu pada Januari 2022 yang hanya tumbuh 0,5% (*yoy*). Laporan itu juga menemukan, rerata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit dalam sehari. Di sisi lain, laporan itu mencatat bahwa mayoritas atau 98,3% pengguna internet Indonesia menggunakan telepon genggam. Meski demikian, Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. *We Are Social* melaporkan, ada 63,51 juta penduduk di seluruh Tanah Air yang belum terkoneksi internet hingga awal 2023.

¹ Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria and Tri Widayati, "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi," *Mei*, 2020, n.d., 235, <https://doi.org/DOI: 10.31289/jkbn.v6i2.3801>.

² Efa Wahyu Prastyaningtyas, "DAMPAK EKONOMI DIGITAL BAGI PEREKONOMIAN INDONESIA," September 30, 2019.

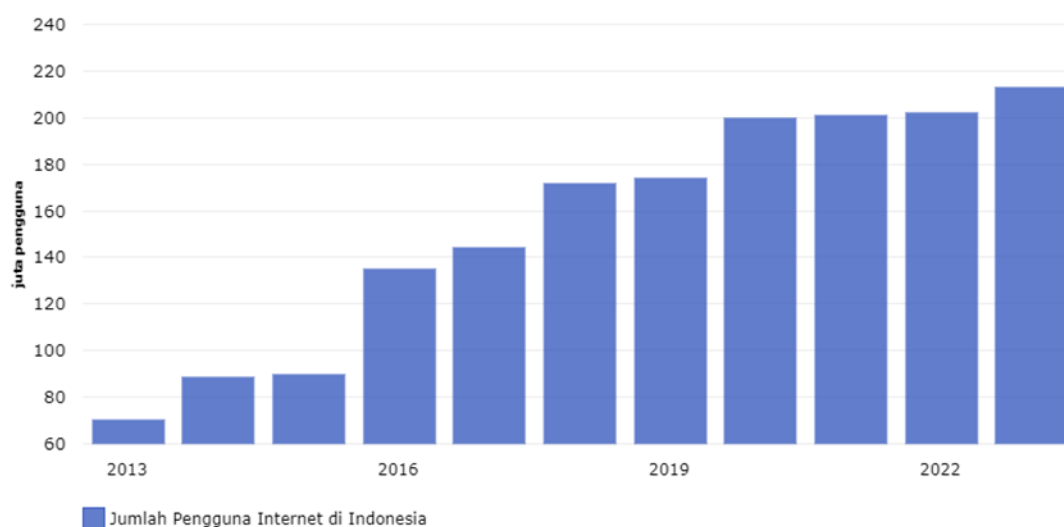
³ Hinning, e. a. (2018). *Digital Information and Transformation: an Institutional Perspektif*, Information and Organization. Journal Elsevier, vol. 28, 52-61.

⁴ Budi Pramono, "Kebijakan Ekonomi Digital Di Antara Peluang Dan Ancaman Di Masa Pandemi Covid- 19." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 11 (2022): 3225–3230.

⁵ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, and Herlina JR. Saragih, "PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA," *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 02, 07 (2021).

⁶ Mada Angga Dwi Nata and Haryono, "Implementasi Ekonomi Kerakyatan Berbasis Ekonomi Digital Untuk Membangkitkan UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19," *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi* 10, no. 1 (2022): 38–47. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5410>.

Adapun jumlah tersebut menjadi yang terbesar kedelapan secara global. Sementara, posisi pertama ditempati oleh India dengan 730,02 juta penduduk belum terkoneksi internet.⁷



Gambar 1: Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia 2013-2022, sumber Databoks

Pengguna digital seperti masyarakat, pelaku usaha bahkan instansi pemerintah harus mempunyai infrastruktur, literasi dan talent serta pola pikir budaya digital. Dalam hal ini seluruh jaringan komunikasi, aplikasi yang dipakai bahkan bigdata yang kita miliki harus dapat kita gunakan pemanfaatannya dengan bijak, taat hukum serta cerdas menfilter informasi yang ada. Masyarakat harus memiliki sikap terbuka akan adanya perkembangan dan kemajuan teknologi baru dan komunikasi global, siklus produksi, konsumsi, dan distribusi informasi harus ada dukungan oleh kekuatan ekonomi digital yang disokong dengan keamanan teknologi.⁸

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi yang telah menciptakan transformasi digital secara masif adalah semakin luasnya bisnis di platform *e-commerce*, yaitu telah terjadinya peningkatan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan digital memasuki industri. Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan kendaraan, akomodasi dan keahlian memasak, pertambangan dan penggalian serta industri pengolahan dan perusahaan jasa lainnya seperti pengangkutan dan pergudangan. Transformasi digital telah membawa pengaruh ataupun efek yang kompleks dan saling terkait pada masyarakat dan ekonomi. Hal ini menyebabkan banyak pihak, baik pengambil keputusan sektor publik maupun para pelaku bisnis sektor swasta ataupun sektor privat, untuk mengambil pendekatan atau membuat pendekatan pendekatan agar dapat mengembangkan strategi bisnis baru. Membuat platform digital sebagai bagian dari transformasi digital adalah cara terbaik bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai tambah produknya.⁹

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nila Dwi Aprilia et.al yang berjudul "Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia" dikatakan bahwa ekonomi digital Indonesia mengalami perkembangan yang baik, bahkan sudah memiliki *startup* dengan criteria unicorn. Perkembangan ekonomi digital harus mencakup pada semua sektor ekonomi. Perkembangan yang dilakukan atas hasil dari berbagai strategi dan upaya yang dilakukan dengan sinergi antar kementerian, lembaga, dan stakeholders. Dampak dari perkembangan ekonomi digital adalah meningkatnya PDB Indonesia, meningkatkan produktivitas, arus produksi, konsumsi dan distribusi menjadi berkembang semakin cepat, pertumbuhan ekonomi pada sektor transportasi dan pergudangan, serta sektor informasi dan komunikasi serta tetap bertahannya perekonomian meskipun pada masa pandemi covid-19. Dan ekonomi digital juga memberi ancaman besar bagi negara

⁷ Author Article, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023 | Databoks," accessed December 16, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.

⁸ Wuryanta, A. E. (2019). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 1, No. 2, hal. 131-142.

⁹ Anita Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate* 7, no. 1 (2022): 389–413, <http://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/5739/3090>.

dengan adanya potensi pemanfaatan big data, ancaman *cyber crime* dan *cyber war*, serta terjadinya banyak penipuan, serangan siber berbasis *malware*, transaksi penipuan maupun peretasan oleh *hacker*.¹⁰

Seperti yang dikatakan Nugroho Sumarjiyanto dan Tri Widayat dalam penelitiannya “Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi”, teknologi memang dirasakan sangat bermanfaat bagi seluruh orang apalagi dalam meningkatkan kebutuhan dalam melakukan transaksi ekonomi demi meningkatkan kebutuhan ekonomi pada penggunaannya. Berbagai macam transaksi yang dilakukan dengan pemanfaatan teknologi sebagai wadah besar dalam meningkatkan strategi pengguna bisnis hal yang cenderung digunakan pelaku ekonomi dalam meningkatkan bisnis mereka yaitu dengan memanfaatkan teknologi pada media sosial yang sangat unggul dalam melakukan transaksi jual beli. Sebagai pelaku ekonomi harus bisa memanfaatkan teknologi sebagai alat yang memiliki dampak dan kegiatan positif untuk melakukan transaksi. Kegiatan hal positif tersebut dalam melakukan transaksi adalah sebagai kemampuan dalam meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industri dalam bertransaksi ekonomi produksi, yang memudahkan dengan sangat efisien untuk dapat memperoleh informasi yang terbaru dan akurat sebagai informasi dalam transaksi ekonomi masa kini, dan sebagai sarana transaksi tunai ekonomi. Namun demikian dengan adanya teknologi yang canggih dan penjualan produk yang dilakukan global di dunia masa tetap harus berhati-hati dan memahami dengan teliti untuk penjualan yang bersifat tidak merugikan konsumen hal tersebut dengan tujuan penyebaran penjualan yang bersifat hoax/penipuan dapat dengan mudah diberantas.¹¹

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pandemi Covid-19 secara tak langsung mendorong akselerasi adopsi teknologi digital di Indonesia. Hal ini terutama dipicu oleh perubahan perilaku dan aktivitas masyarakat yang diikuti dengan berkembangnya model bisnis yang kini makin terdigitalisasi. Tren pemanfaatan teknologi digital ini terlihat dari meningkatnya berbagai aktivitas secara daring di tengah masyarakat, misalnya belanja online dan penggunaan layanan keuangan digital. Pemanfaatan teknologi digital telah membawa banyak terobosan dan inovasi di berbagai bidang, yang diharapkan juga dapat menjangkau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya para pelaku usaha di pasar modern di Indonesia. Pada tahun 2021, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai 61,97 persen atau senilai Rp8,6 triliun. Kontribusi tersebut, di antaranya disumbang oleh para pelaku usaha di pasar modern di Indonesia yang menurut data BPS pada 2019 mencapai 15,657 pasar modern. Digitalisasi, melalui pemanfaatan *e-commerce* oleh para pedagang pasar modern merupakan inovasi yang terbukti sangat membantu dan memudahkan transaksi jual beli para pedagang selama pandemi. Kebutuhan dan urgensi pemanfaatan teknologi digital dalam ekosistem pasar modern juga diperlukan dalam transaksi jual beli lainnya seperti pemanfaatan *e-wallet* dan *e-payment*, dan sebagainya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi-informasi dan data yang didapatkan dari buku ataupun jurnal, artikel, catatan, wawancara, survey dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Tahapan yang dilalui dalam penelitian, pembangunan konsep, atau penyelesaian kasus, dituliskan pada bagian metodologi.¹²

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengertian Ekonomi Digital

Digital adalah bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi dan hubungan antara agen ekonomi yang matang menggunakan Internet sebagai sarana pertukaran. Pengguna digital seperti masyarakat umum, pelaku ekonomi, bahkan instansi pemerintah harus memiliki infrastruktur, pendidikan dan talenta serta pola pikir budaya digital. Di sini penting untuk memanfaatkan semua jaringan komunikasi, aplikasi yang digunakan, dan bahkan

¹⁰ Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, dan Herlina JR. Saragih, “PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA.” Jurnal Ekonomi Pertahanan | Volume 7 Nomor 2 Tahun 2021

¹¹ Maria and Tri Widayati, “Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi.” Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 6 (2) Mei 2020: 234-239

¹² Milya Sari and Asmendri, “Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA,” *Natural Science* 6, no. 01 (2020): 41–53.

Big Data yang ada secara masuk akal, untuk mematuhi undang-undang dan dengan cerdas menyaring informasi yang tersedia.¹³

Digital Economy atau ekonomi digital yang merupakan cabang dari *Communic Indonesia Broadcast* yang membahas dampak atau pengaruh dan potensi perkembangan ekonomi digital, seberapa besar pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi nasional terkhusus sebagai transaksi ekonomi. Perkembangan teknologi yang berlandaskan pada unsur ekonomi digital tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi yang luas. Dengan adanya teknologi melalui media penjualan media masa yang digunakan sebagai transaksi ekonomi dapat memudahkan masyarakat mengakses suatu pelayanan dengan merancang suatu susunan berbisnis yang dengan mudah dengan langkah pengambilan keputusan dan sasaran yang tepat dalam melakukan transaksi ekonomi.¹⁴

Menurut Musafaki, ekonomi digital adalah ekonomi yang didasarkan pada produk dan layanan elektronik yang diproduksi oleh perusahaan elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Yaitu, perusahaan dengan proses produksi dan manajemen elektronik dan perusahaan yang berinteraksi dengan mitra dan pelanggan serta melakukan transaksi melalui Internet dan teknologi jaringan.¹⁵

Perekonomian berbasis digital tidak hanya melahirkan dampak positive bagi perkembangan ekonomi di Indonesia, namun juga memberikan pengaruh negative terhadap perekonomian Indonesia. Dampak positive ekonomi digital terhadap perekonomian negara yaitu:¹⁶

- 1) Meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengelola industri melalui teknologi untuk meningkatkan jenis produksi yang dikelola.
- 2) Dengan adanya perkembangan terhadap teknologi, dapat dengan mudah memperoleh suatu informasi dan bertransaksi secara jarak jauh serta memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi ekonomi yang nantinya menguntungkan bagi para produsen atau pelaku utama ekonomi dengan sistem transaksi masa kini.
- 3) Adanya teknologi dapat mempermudah seseorang dalam melakukan berbagai pelayanan dan dapat meningkatkan ekonomi dengan adanya perbankan yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi tunai ekonomi.

Adapun Dampak dan pengaruh negatif yang ditimbulkan oleh ekonomi digital adalah:¹⁷

- 1) Adanya jaringan komunikasi dalam transaksi ekonomi yang disalah gunakan dapat dengan mudahnya menimbulkan penipuan yang tak bertanggung jawab yang dapat merugikan banyak pihak baik dalam berbentuk produksi maupun berbentuk keuangan yang membuat konsumen rugi besar.
- 2) Penyalahgunaan media komunikasi dapat berdampak pada norma, seperti adanya pencemaran nama baik dan sistem pemblokiran, dan *hacker* pada sistem transaksi ekonomi berbasis digital.

b. Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia

Meskipun program pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia belum sepenuhnya merata, namun ekonomi digital sudah berkembang secara pesat. Hal ini dapat dilihat dari pesatnya jumlah perusahaan start-up (rintisan) berbasis aplikasi. Menurut data yang diambil pada tahun 2018, tercatat ada 1559 start-up di Indonesia, sehingga Indonesia menduduki peringkat ketiga didunia setelah Amerika Serikat dan India. Hal yang paling menarik yaitu bisnis start-up ini dijalankan oleh golongan muda karena memiliki semangat *sociopreneurship* yang sangat tinggi. Beberapa sektor pertumbuhan ekonomi digital yang berkembang pesat di Indonesia yaitu :

¹³ Sindy Lita Kumala, "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia," *Journal of Economics and Regional Science* 1, no. 02 (2021): 109–17.

¹⁴ Maria and Tri Widayati, "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi.", *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6 (Mei 2020) ISSN: 2407-2648 : 234-239.

¹⁵ Edi Wahyu Wibowo, "Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP Negara Asean," *Jurnal Lentera Bisnis* 7, no. 2 (2018): 66–80, <https://doi.org/10.34127/jrlab.v7i2.235>.

¹⁶ Ahmad Thariq Syauqi, (2016). *Startup sebagai Digitalisasi Ekonomidan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta, Indonesia

¹⁷ Ahmad Thariq Syauqi, "Startup Sebagai Digitalisasi Ekonomidan Dampaknya Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia," *Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta, Indonesia.*, 2016.

- 1) *On-demand service*, sebuah fitur atau fasilitas layanan komputasi awan yang memungkinkan penggunanya menyediakan berbagai sumber daya kapan pun dan di mana pun dibutuhkan. Contoh dari bisnis ini yang biasa dijumpai yaitu perangkat lunak, *database*, *cloud computing*, serta sumber daya lainnya yang dilakukan secara instan.
- 2) *Financial technology (fintech)*, yaitu teknologi keuangan yang dimanfaatkan dari perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan pelayanan di industri keuangan.
- 3) *E-commerce*, perdagangan secara elektronik, sebuah pemasaran barang atau jasa dengan sistem elektronik melalui internet. *E-commerce* merupakan suatu lahan baru dibidang industri perdagangan di era globalisasi ini.

c. Peran ekonomi digital di Indonesia

Indonesia mempunyai potensi efek yang kuat kemajuan masa yang semakin canggih. Pengembangan sudah dilakukan oleh banyak sektor, terlebih pada pengembangan ekonomi digital. Efek yang baik banyak di berikan oleh ekonomi digital serta akibatnya juga ada yang kurang baik bagi kemajuan negeri ini. Kesempatan yang berbeda tercipta bagi pemerintahan dan penduduk, guna mewujudkan platform pelaksanaan segala kegiatan bayar-membayar.¹⁸ Peran ekonomi digital memberikan harapan dalam keadaan yang tak mudah serta memiliki kekuatan ditengah kelesuan ekonomi. Perubahan ekonomi digital merupakan sesuatu yang penting dan harus dibuat saat ini. Mckinsey (2016) menyatakan jika Indonesia bisa menggunakan sistem digital, diproyeksikan mencapai \$150 M di 2025 PDB bertumbuh 10% /tahun.¹⁹

Diperkirakan eradigital bisa sebagai titik balik dari seluruh kegiatan penduduk, dan juga usaha. Sejumlah hal yang dipakai diantaranya pertumpuhan promosi elektronik, peningkatan pengguna ponsel pintar dengan akses internet yang mudah, peningkatnya daya data ditunjang oleh telekomunikasi yang infrastrukturnya diperbaiki, dan rilisnya fasilitas. Signifikannya pertumbuhan teknologi, hal ini juga mempengaruhi pemasaran. Pemasaran kekinian didunia bergerak yang mulanya langsung bertatap muka kini bisa dengan cara tidak langsung.²⁰

Persaingan antar perusahaan juga sangat ketat dalam hubungan timbal balik ekonomi digital, persaingan antara perusahaan adalah hal biasa, hal itu sehubungan dengan perusahaan yang memproduksi dan mengelola prodak dari baik hingga kualitas tertinggi. Banyak resiko bermunculan, seperti dari kompetitor yang mempromosikan prodak kemudian jasa karakteristiknya relatif mirip, maupun perusahaan yang dapat mengajukan prodak pengganti dengan nilai lebih baik dari produk atau jasanya sendiri. perusahaan, selain itu juga berasal dari pelanggan itu sendiri, karena pelanggan berhak memilih produk mana yang dibelinya, yang mencakup semua kebutuhannya.²¹

d. Peran ekonomi digital bagi efektifitas pasar modern di Indonesia

Modern Market merupakan perdagangan yang menggunakan metode penyajian bebas, memasarkan bermacam bahan dengan satuan seperti pada pasar swalayan kecil, pasar swalayan besar, dan pedagang bersifat perbelanjaan. Ada juga modern riteail dirancang pada negara kita (Indonesia) yaitu, Giant & Carrefour. Karakter pembeli merupakan kegiatan spontan yang ikut serta memperoleh, menggunakan dan memperbelanjakan barang/pelayanan terhitung metode ketetapan yang melampaui kegiatan. Pertumbuhan *Modern Market* belakangan ini telah mengalihkan kedudukan pasar ramah dan segar.²²

Hadirnya perdagangan digital menciptakan penyajian kualitas yang kreatif, salah satunya negoisasi yang lebih bagus, dalam penyajian pengiriman ataupun gaya usahanya, maka dari itu

¹⁸ Nugroho Sumarjiyanto, Benedictus Maria, and Tri Widayati, "dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi," *JKB: Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 02, 6 (2020): 234–39.

¹⁹ Nefo Indra Nizar and Achmad Nur Sholeh, "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan Dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 4 (2021): 87–99.

²⁰ Juli Sulaksono, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri." *Generation Journal* 4, no. 1 (2020): 41–47, <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>.

²¹ Ahmad Budi Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia," *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 01, 9 (2018): 61–76.

²² Ika Devy Pramuadiana, "Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern," *Asketik*, 01, 2017, <https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>.

industri saat ini diharuskan untuk dapat beradaptasi untuk bisa mengatasi usaha sekarang dan masa yang akan datang. Ini dipercaya karna adanya kios-kios virtual, dapat disimpulkan dagang produk serta pelayanan metode virtual, tepatnya online. Akan tetapi seperjalanan bersama kemajuan internet, rupanya juga mendatangkan bermacam konflik. Berbagai konflik bisa datang karena pembelian virtual seperti kadar produk yang tidak sesuai, adanya ketidak jujuran sehingga mengakibatkan pembatalan bayar dari konsumen.²³

Banyaknya berkembang *Modern Market* sudah menghasilkan faedah untuk pembeli, lantaran berlimpah opsi/referensi untuk shopping. Rivalitas antara pedagang di market biasa dan *Modern Market* lumayan menghasilkan faedah dan adanya persaingan biaya serta jasa efektif. Tetapi, kebenarannya memberikan konflik berbeda seperti semua penjual mendapatkan produk yang melampaui batas, sehingga sebagian produk-produk sudah tidak bisa digunakan, namun juga menghasilkan konflik pelunasan tidak tepat waktu kepada penjual terhadap agen. Kehadiran market untuk pembeli, seperti *modern Market* ataupun market biasa bergantung terhadap apresiasi pembeli.

Apresiasi keadaan market itu bermacam-macam bisa terlihat dalam ekonomi. Konsumen kalangan elit dengan konsumen kalangan biasa. Menurut kalangan elit, kalangan ini lebih tertarik dengan market yang aman, rapih, parkir lebar jasa serta karyawan disana sopan dan transaksi tidak cash. Situasi itu terdapat pada *Modern Market*. Sebenarnya *Modern Market* dan *Market* biasa telah diperbedakan secara spesial oleh peminta. *Modern market* dan *market* biasa tidak bisa disatukan sebab *modern market* dan *market* biasa sangat diperlukan masyarakat Indonesia. Sebab itu tidak perlu konflik perbedaan pendapat dari market modern dan market biasa. Kedua *Market* ini bisa maju bersama dengan efektif dan dengan kreatififan market itu masing-masing dalam perdagangan produknya.²⁴

Ekonomi bisnis digital sudah membagikan kesempatan untuk pengusaha di masa yang akan datang. Dalam menggunakan digital semuanya dapat memajukan usaha mereka dan mendapatkan keuntaungan serta bisa memenuhi kehidupan si penjalan usaha. Di masa yang akan datang sebagai panutan serta dalam memperlihatkan *effort*-nya saat membantu perkembangan perdagangan yang luar biasa bagi masyarakat Indonesia.²⁵

Kemunculan ekonomi digital dan saluran online sudah mengekspos indra dan pandangan masyarakat terhadap globe. Namun sangat di prihatinkan warga Indonesia ke 3 dan yang saat ini melaju cepat dalam pembelian barang di negara berkembang. Kebenarannya Indonesia terlebih tertarik keunggulan dari barang luar negeri, dibandingkan barang dalam negeri. Indonesia adalah market nomor 4 di negara yang merupakan mangsa pebisnis virtual. Tidak semata-mata kesempatan market barang yang dimiliki antarbangsa, namun juga berbaur kedalam market pelayanan serta pekerja bermotif penerapan virtual.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Indonesia mengalami peningkatan ekonomi digital secara keseluruhan, hal itu berpengaruh pada meningkatnya ekonomi nasional. Ekonomi digital dipercaya akan mampu menjawab tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil. Digital sendiri merupakan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi dan hubungan antara agen ekonomi yang matang menggunakan Internet sebagai sarana pertukaran.

Meskipun program pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia belum sepenuhnya merata, namun ekonomi digital sudah berkembang secara pesat. Hal ini dapat dilihat dari pesatnya jumlah perusahaan start-up (rintisan) berbasis aplikasi. Menurut data yang diambil pada tahun 2018, tercatat ada 1559 strat-up di Indonesia, sehinggannya Indonesia menduduki peringkat ketiga didunia setelah Amerika Serikat dan India. Indonesia mempunyai potensi efek yang kuat kemajuan masa yang semakin canggih. Pengembangan sudah dilakukan oleh banyak sektor, terlebih pada pengembangan ekonomi diigital.

²³ Muhammad, "Pasar Digital Syariah Dalam Transaksi Bisnis Modern." *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2022): 88–95, https://journal.uin_alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/29686

²⁴ Dewi Restu Mangeswuri dan Niken Paraminta Purwanto, "Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 1, no. 2 (2010): 313–35, <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/96>.

²⁵ Iwan Setiawan, Siska Rasiska, dan Dika Supyandi, "Korban Tuhan-Tuhan Digital Garapan Masa Depan Penyuluhan Pembangunan 4.0." *Indonesian Journal of Socio Economics* 1, no. 2 (2019): 115–28, <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/IJSE/article/view/3629>

Efek yang baik banyak di berikan oleh ekonomi digital serta akibatnya juga ada yang kurang baik bagi kemajuan negeri ini.

Hadirnya perdagangan digital menciptakan penyajian kualitas yang kreatif, salah satunya negoisasi yang lebih bagus, dalam penyajian pengiriman ataupun gaya usahanya, maka dari itu industri saat ini diharuskan untuk dapat beradaptasi untuk bisa mengatasi usaha sekarang dan masa yang akan datang. Ini dipercaya karna adanya kios-kios virtual, dapat disimpulkan dagang produk serta pelayanan metode virtual, tepatnya online. Akan tetapi seperjalanan bersama kemajuan internet, rupanya juga mendatangkan bermacam konflik. Berbagai konflik bisa datang karena pembelian virtual seperti kadar produk yang tidak sesuai, adanya ketidak jujurannya sehingga mengakibatkan pembatalan bayar dari konsumen.

Ekonomi bisnis digital sudah membagikan kesempatan untuk pengusaha di masa yang akan datang. Dalam menggunakan digital semuanya dapat memajukan usaha mereka dan mendapatkan keuntaungan serta bisa memenuhi kehidupan si penjalan usaha. Di masa yang akan datang sebagai panutan serta dalam memperlihatkan *effort*-nya saat membantu perkembangan perdagangan yang luar biasa bagi masyarakat Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas ridhonya kami dapat menyelesaikan artikel penelitian yang kami tulis dengan proses yang lancar. Terimakasih kami ucapkan kepada bapak ibu dosen Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri yang telah membimbing dan mengarahkan kami selama berjalannya tugas penelitian ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini dapat mejadi literatur dan penambah referensi bagi peneiti-peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Budi Setiawan. "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia." *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 01, 9 (2018): 61–76.
- Ahmad Thariq Syauqi. "Startup Sebagai Digitalisasi Ekonomidan Dampaknya Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia." *Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta, Indonesia.*, 2016.
- Budi Pramono. "Kebijakan Ekonomi Digital Di Antara Peluang Dan Ancaman Di Masa Pandemi Covid-19," 01, 2020, 3225-3230,.
- Dewi Restu Mangeswuri, and Niken Paraminta Purwanto. "Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 1, no 02 (2010): 313–35.
- Efa Wahyu Prastyaningtyas. "DAMPAK EKONOMI DIGITAL BAGI PEREKONOMIAN INDONESIA," September 30, 2019.
- Ika Devy Pramuadiana. "Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern." *Asketik*, 01, 2017. <https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>.
- Iwan Setiawan, Siska Rasiska, and Dika Supyandi. "Korban Tuhan-Tuhan Digital Garapan Masa Depan Penyuluhan Pembangunan 4.0.," *Indonesian Journal of Socio Economics*, 1, 02 (2019): 115–28.
- Juli Sulaksono. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri." *Generation Jurnal*, 01, 4 (2020): 41–47.
- Maria, Nugroho Sumarjiyanto Benedictus and Tri Widayati. "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi." *Mei, 2020*, n.d., 235. <https://doi.org/DOI: 10.31289/jkbn.v6i2.3801>.
- Milya Sari and Asmendri. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA." *Natural Science* 6, no. 01 (2020): 41–53.
- Muhammad, Mahmuda Mulia. "Pasar Digital Syariah Dalam Transaksi Bisnis Modern." *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 01 (2022): 88–95.
- Nefo Indra Nizar and Achmad Nur Sholeh. "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan Dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19.," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 4 (2021): 87–99.
- Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, and Herlina JR. Saragih. "PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA." *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 02, 07 (2021).
- "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023 | Databoks." Accessed December 16, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.

- Sindy Lita Kumala. "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia." *Journal of Economics and Regional Science* 1, no. 02 (2021): 109–17.
- Sumarjiyanto, Nugroho, Benedictus Maria, and Tri Widayati. "dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi." *JKBM: Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 02, 6 (2020): 234–39.