

DAMPAK TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL DALAM UPAYA PERKEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN

Siti Rukmana Tanjung^{1*}

^{*1}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

^{*1}*email:* sitirukmana190919@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini berawal dari Ekonomi digital yang saat ini sedang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Di era revolusioner kita saat ini, ekonomi digital merupakan proyeksi talenta baru yang dapat menginspirasi daya saing. Ada banyak tantangan dalam menghadapi transformasi ekonomi digital, seperti regulasi yang tidak jelas, masalah perpajakan, persaingan yang tidak sehat, dan tidak ratanya digitalisasi. Jika tantangan tersebut di tinjau dari pendidikan dan keterampilan maka bisa diuraikan menjadi kesenjangan keterampilan, adanya perubahan dalam kebutuhan tenaga kerja, dan rendahnya literasi digital. Tentunya hal-hal tersebut terjadi karna adanya kekurangan dari infrastruktur teknologi, akses internet yang terbatas dan rendahnya kualitas akses internet, namun dari pada itu ini semua adalah proses yang berkelanjutan. Penelitian ini merupakan studi pustaka dan merupakan hasil pemikiran peneliti. Jenis data menggunakan data sekunder dengan pendekatan kualitatif. Program-program pendidikan digital dalam upaya untuk meningkatkan akses internet di daerah terpencil harus didorong melalui kolaborasi antara platform e-commerce, s-commerce, dan pemerintah. Ini menjadi langkah konkret untuk menjaga perkembangan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, E-commerce, Transformasi.

Pendahuluan

Digital Economics atau ekonomi digital adalah usaha bisnis yang memanfaatkan kecerdasan buatan, atau AI (Artificial Intelligence), dan internet Keberadaan ekonomi digital dapat membantu perekonomian secara keseluruhan. Pergeseran dari proses bisnis manual ke otomatis dimungkinkan dalam ekonomi digital. Untuk mengelola bisnis mereka, pebisnis dapat mengandalkan sistem. Teknologi ini sekarang dapat melakukan tugas-tugas operasional yang sering membutuhkan tenaga kerja. Pergeseran aktivitas bisnis ke internet adalah bukti nyata pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Banyak bisnis muda terus datang dengan ide-ide baru untuk menyediakan layanan internet pelanggan mereka.

Digital Economic atau ekonomi digital mengacu pada penggunaan teknologi modern untuk mengubah cara ekonomi beroperasi. Ini melibatkan pemanfaatan terobosan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), internet, dan platform online untuk memfasilitasi aktivitas ekonomi seperti perdagangan, layanan, produksi, dan distribusi. Dalam ekonomi digital, teknologi memainkan peran sentral dan memungkinkan interaksi antara produsen, konsumen, dan pelaku bisnis lainnya. Contoh konsep dan elemen dalam ekonomi digital diantaranya e-commerce (perdagangan elektronik), s-commerce, fintech (financial technology), digitalisasi industri, dan lainlain. Ekonomi digital dapat berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui beberapa cara, yaitu: 1) Akses ke pasar global; 2) Keterampilan digital; 3) Partisipasi dalam ekonomi berbasis platform; 4) Pendidikan dan akses informasi; 5) Inklusi Keuangan. (Harjadi & Hidayanto, 2018)

Electronic Commerce atau e-commerce dengan kata lain perdagangan elektronik, merupakan proses jual beli produk atau layanan melalui internet. Proses ini meliputi transfer dana, pertukaran data, dan transaksi bisnis antara perusahaan dan konsumen atau Business to Consumer (B2C), antara perusahaan dan perusahaan atau Business to Business (B2B), dan antara konsumen dan konsumen atau Customer to Customer (C2C). E-commerce telah mengubah cara bisnis dijalankan hingga memungkinkan akses global ke pasar dan pembeli yang lebih luas. Fenomena ini membawa transformasi terhadap cara masyarakat berbelanja, berbisnis, dan berinteraksi secara ekonomi. Di Indonesia, e-commerce telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa factor pendukung laju perkembangan e-commerce di Indonesia adalah: Peningkatan Akses Internet dan Penetrasi Smartphone.

Menurut data dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 215.626.156 jiwa atau sekitar 78,19 persen dari total populasi penduduk Indonesia. Jumlah ini meningkat sebesar 1,17 persen dibandingkan dengan survei periode sebelumnya. (Arif, 2023) Dari jumlah tersebut, sekitar 92,7 persen menggunakan internet untuk berbelanja online. Salah satu faktor kunci yang mendukung pertumbuhan perdagangan elektronik di Indonesia adalah perubahan perilaku konsumen. Sebelumnya, konsumen terbiasa berbelanja dalam lingkungan pasar fisik atau toko tradisional. Namun, dengan semakin mudahnya akses internet dan kepercayaan terhadap platform-platform e-commerce, banyak masyarakat beralih ke pembelian online. Pertumbuhan ekosistem pembayaran digital. Munculnya berbagai layanan pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA, telah mempermudah transaksi pembelian di platform-platform e-commerce. Pelaku usaha dan konsumen semakin nyaman dengan kemudahan pembayaran ini.

Belakangan ini, kemajuan teknologi yang pesat telah memunculkan gerakan di seluruh dunia yang dikenal sebagai transformasi ekonomi digital. Penggunaan teknologi digital dalam banyak aspek kehidupan telah mengubah sikap, tindakan, dan interaksi masyarakat dengan institusi dan satu sama lain. Seiring dengan berbagai prospek untuk inovasi komersial dan pertumbuhan ekonomi, ekonomi digital berubah dalam banyak hal, baik secara positif maupun negatif. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital.

Oleh karena itu, ekonomi digital telah mengubah cara kita menjalani kehidupan sehari-hari, dan tidak hanya mempengaruhi cara bisnis dijalankan, tetapi juga memiliki potensi besar untuk memberdayakan masyarakat secara luas. Melalui akses yang lebih mudah ke internet dan teknologi digital, banyak peluang baru telah muncul bagi individu dan komunitas untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi yang sebelumnya sulit dijangkau. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana “Dampak Transformasi Ekonomi Digital Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan”.

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Transformasi Ekonomi Digital

Transformasi ekonomi digital adalah proses yang berkelanjutan dan membutuhkan dukungan dan investasi dalam teknologi informasi dan komunikasi. Bisnis dan pemerintah di seluruh dunia sedang aktif mengembangkan strategi untuk memanfaatkan potensi transformasi ekonomi digital untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang baru bagi masyarakat dan bisnis. Ancaman cyber security terbesar adalah malware ataupun ransomware dimana hal ini dapat menginfeksi platform dan merusak kepercayaan pelanggan. (Kusumawijaya and Huda, 2021)

Ketika organisasi dan ekonomi semakin beralih dari metode konvensional ke digital, terutama ketika menyangkut teknologi informasi dan komunikasi, prosesnya dikenal sebagai

"transformasi ekonomi digital." Ada beberapa langkah dalam proses transformasi ini, antara lain: Digitalisasi: Mengubah data dari bentuk fisik aslinya menjadi versi digital adalah langkah pertama dalam evolusi ekonomi digital. Dokumen dapat dipindai untuk digitalisasi, atau data dapat dimasukkan secara manual ke dalam perangkat lunak. Integrasi: Setelah data dikonversi ke format digital, data harus diintegrasikan ke dalam sistem digital perusahaan. Dalam tahap ini, bisnis membangun sistem informasi yang terintegrasi, seperti CRM (Customer Relationship Management) atau ERP (Enterprise Resource Planning), yang memungkinkan data diakses dan digunakan dengan mudah. Otomatisasi: Setelah data terintegrasi ke dalam sistem, bisnis kemudian dapat memanfaatkan teknologi untuk mengotomatisasi proses bisnis, seperti pemrosesan pesanan, inventarisasi, dan pengiriman produk. Dengan otomatisasi, bisnis dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya. Inovasi: Die laatste fase van die ontwikkeling van die digitale ekonomie is innovasie, wat die bekendstelling van nuwe ondernemings behels of beter, moderne produkte en dienste aanbied. Innovasie kan die gevolg wees van die ontwikkeling van nuwe tegnologieë, die integrasie van reeds bestaande tegnologieë, of die uitvinding van sakemodelle wat deur tegnologie beïnvloed word.

Transformasi Ekonomi Digital Di Indonesia

Transformasi digital di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor yang mempercepat perkembangan ekonomi digital di Indonesia meliputi:

1. Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi: Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah pengguna internet mencapai lebih dari 170 juta orang atau sekitar 64% dari total populasi Indonesia. Hal ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan teknologi dan bisnis online.
2. Regulasi pro-inovasi: Pemerintah Indonesia telah memperkenalkan regulasi yang pro-inovasi untuk mendukung pengembangan ekonomi digital. Ini mencakup inisiatif untuk meningkatkan penetrasi broadband, memfasilitasi investasi teknologi, dan memperkuat perlindungan data pribadi.
3. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan: Pemerintah Indonesia telah menginvestasikan sumber daya dalam pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keahlian teknologi dan digital. Ini mencakup pengembangan kurikulum teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di sekolah dan pelatihan lanjutan untuk karyawan yang ada.
4. Kemitraan antara sektor publik dan swasta: Ada kemitraan yang kuat antara sektor publik dan swasta untuk mendukung pengembangan ekonomi digital di Indonesia. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan beberapa program seperti program "1000 Startup Digital" untuk membantu perusahaan start-up berkembang dan meningkatkan akses pasar global.

Namun, ada juga beberapa tantangan dalam pengembangan ekonomi digital di Indonesia, seperti kurangnya infrastruktur teknologi yang memadai, rendahnya tingkat literasi digital di masyarakat, serta kurangnya investasi dari sektor swasta. Namun, potensi besar Indonesia sebagai pasar digital yang besar dan berkembang membuatnya menjadi pasar yang menarik bagi perusahaan teknologi dan bisnis online.

Manfaat Ekonomi Digital

Manfaat ekonomi digital tidak hanya terbatas pada penghematan biaya dan waktu, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Beberapa manfaat tambahan dari ekonomi digital termasuk:

1. Peningkatan Efisiensi Operasional: Melalui integrasi sistem yang lebih efisien dan otomatis, perusahaan dapat mengoptimalkan proses operasional mereka, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi pemborosan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif dan fokus pada kegiatan inti yang dapat meningkatkan daya saing.

2. Peningkatan Akses Global: Ekonomi digital memungkinkan perusahaan untuk merambah pasar global tanpa harus memiliki kehadiran fisik di berbagai lokasi. Ini membuka peluang ekspansi yang luas bagi perusahaan kecil dan menengah serta mengurangi hambatan perdagangan internasional.
3. Inovasi Produk dan Layanan: Dengan adopsi teknologi digital, perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen dan tren pasar. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Peningkatan Pengalaman Konsumen: Dengan akses yang lebih mudah dan cepat melalui platform digital, konsumen dapat menikmati pengalaman yang lebih personal dan disesuaikan dengan preferensi mereka. Peningkatan interaksi langsung antara perusahaan dan konsumen juga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan umpan balik yang berharga untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.
5. Penciptaan Peluang Kerja Baru: Pertumbuhan ekonomi digital menciptakan permintaan yang meningkat untuk tenaga kerja dengan keterampilan digital yang kuat. Ini mendorong pengembangan ekosistem pendidikan dan pelatihan yang lebih berorientasi pada teknologi dan memberikan peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan karir di industri-in industri yang berkembang.
6. Peningkatan Kolaborasi dan Jaringan: Melalui platform digital, perusahaan dapat lebih mudah berkolaborasi dengan mitra bisnis, pemasok, dan pelanggan di seluruh dunia. Ini membuka pintu bagi kemitraan strategis yang lebih luas dan inovasi kolaboratif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara kolektif.
7. Pengurangan Dampak Lingkungan: Dengan mengurangi kebutuhan akan transportasi dan konsumsi energi, ekonomi digital dapat berkontribusi pada pengurangan emisi karbon dan dampak lingkungan negatif lainnya. Ini sejalan dengan pergeseran global menuju praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Tantangan Ekonomi Digital Keamanan dan Privasi Data

Tantangan besar yang dihadapi oleh ekonomi digital adalah mengamankan data sensitif pelanggan dan menghormati privasi mereka. Ancaman keamanan siber dan risiko pelanggaran data dapat merusak kepercayaan konsumen dan menghambat pertumbuhan ekonomi digital.

1. Infrastruktur Teknologi: Akses yang terbatas terhadap infrastruktur teknologi, seperti konektivitas internet yang lambat dan tidak stabil, dapat menjadi hambatan serius dalam mengembangkan ekonomi digital, terutama di daerah pedesaan atau terpencil. Regulasi dan Kebijakan: Ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam regulasi dan kebijakan pemerintah terkait ekonomi digital dapat menghambat pertumbuhan dan inovasi. Diperlukan kerangka kerja yang jelas dan adaptif untuk mendukung perkembangan ekonomi digital yang berkelanjutan.
2. Ketimpangan Digital: Ketimpangan dalam akses dan penggunaan teknologi digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan serta antara kelompok sosial ekonomi yang berbeda dapat menghambat inklusi digital dan meningkatkan kesenjangan sosial dan ekonomi. Kurangnya
3. Keterampilan Digital: Tantangan terkait kurangnya keterampilan digital di kalangan tenaga kerja dapat memperlambat adopsi teknologi dan mengurangi daya saing. Diperlukan investasi yang signifikan dalam pelatihan dan pengembangan keterampilan digital untuk mempersiapkan tenaga kerja menghadapi tuntutan ekonomi digital.
4. Perubahan Pola Konsumen: Perubahan dalam perilaku konsumen dan preferensi pasar dapat menimbulkan tantangan bagi perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan

- konsumen serta dalam menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan mereka di era digital.
5. Persaingan Global: Dalam ekonomi digital, persaingan tidak lagi terbatas pada skala lokal atau regional, tetapi telah berkembang menjadi pasar global. Perusahaan harus dapat bersaing dengan pemain global yang lebih besar dan lebih kuat, yang menuntut peningkatan inovasi dan diferensiasi produk yang terus-menerus.
 6. Perubahan Model Bisnis: Perubahan ke arah model bisnis digital memerlukan transformasi yang komprehensif dari perusahaan, termasuk adaptasi terhadap model bisnis yang lebih fleksibel, responsif, dan berpusat pada pelanggan, yang dapat menjadi tantangan bagi perusahaan yang sudah mapan.
 7. Kepercayaan Konsumen: Membangun kepercayaan konsumen dalam transaksi online dan layanan digital merupakan tantangan kunci dalam ekonomi digital. Perusahaan harus berinvestasi dalam sistem keamanan dan layanan pelanggan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meminimalkan risiko transaksi online.
 8. Ketergantungan pada Teknologi: Ketergantungan yang semakin besar pada teknologi digital juga membawa risiko, termasuk risiko gangguan sistem, kegagalan teknologi, dan ancaman keamanan siber yang dapat memiliki dampak negatif besar pada operasi perusahaan dan layanan kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dengan menggunakan Metode kualitatif adalah sejenis penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami fenomena kontak sosial yang alami, mengutamakan proses komunikasi dan interaksi mendalam antara peneliti dan fenomena yang diteliti. (Haris, 2010). Pendekatan kualitatif bertujuan mendeskripsikan suatu proses kegiatan berdasarkan apa yang terjadi di lapangan sebagai kajian lebih lanjut. Sumber Data dengan menggunakan data primer dan data sekunder, data yang diperoleh dalam format yang sudah jadi, telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Yaitu hasil penelitian dari studi kepustakaan, jurnal, artikel dan internet. Teknik pengumpulan data Dalam upaya pengambilan data dari sumber di atas, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan Dokumentasi, teknik ini penulis gunakan untuk mendapatkan data yang tidak dapat ditemukan dalam angket dan kuesioner.

PEMBAHASAN & HASIL PENELITIAN

Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Inovasi Ekonomi Digital E-Commerce Dan S-Commerce

Fungsi utama dari platform e-commerce adalah memungkinkan bisnis dan penjual individu untuk menawarkan produk dan layanan secara online kepada pelanggan dengan lebih berfokus pada platform perdagangan mandiri tanpa interaksi sosial yang kuat. E-commerce lebih mengutamakan transaksi dan transparansi produk. Pengalaman pengguna dalam situs ini sering kali lebih fokus pada navigasi situs web dan kemudahan dalam menemukan produk.

Salah satu aspek yang berpengaruh dalam perkembangan e-commerce di Indonesia adalah adopsi model bisnis s-commerce (Social Commerce). Dalam model s-commerce, penjual dapat mempromosikan produk mereka melalui postingan, stories, atau iklan berbayar di media sosial. Hal ini menjadikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan interaktif.

Social commerce adalah istilah yang merujuk pada praktik berbelanja atau melakukan transaksi jual-beli melalui platform media sosial. Konsep dari s-commerce adalah penggabungan antara e-commerce dengan beberapa aspek, diantaranya: 1) Interaksi Sosial; 2) Rekomendasi

Teman; 3) Visualisasi Produk; 4) Kemudahan Pembelian; 5) Ulasan dan Penilaian. (Alshawi, Themistocleous and Thanassoulis, 2013)

Dalam s-commerce, pengguna tidak hanya berinteraksi dengan toko online dan produk yang tersedia, tetapi juga dapat berdiskusi, berbagi, memberikan review, dan bahkan mempengaruhi keputusan pembelian orang di sekitarnya. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, dan Youtube sering digunakan sebagai tempat untuk mengembangkan dan memfasilitasi aktivitas s-commerce. Penjual dapat membuat akun bisnis atau toko online di platform tersebut dan membagikan konten terkait produk seperti gambar, video, dan deskripsi kepada para follower.

Media sosial telah membawa culture baru dalam perdagangan online di Indonesia. TikTok misalnya, yang telah menjadi situs paling populer bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka. Menurut laporan Firma Riset Statista, di Indonesia, pengguna aplikasi besutan ByteDance ini mencapai 113 juta dan menjadi negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia per April 2023. Dengan fitur-fitur seperti TikTok Shop, pelanggan dapat menjelajahi dan membeli produk langsung melalui platform tersebut. Sejak hadir di Indonesia, TikTok Shop memang diterima dengan baik bahkan menjadi tempat belanja online terfavorit pada 2022. Menurut Cube Asia, GMV (Gross Merchandise Value) TikTok Shop di Indonesia mencapai 2,5 miliar dollar AS pada tahun 2022 dan tercatat sudah 1 miliar dollar AS hanya dalam tiga bulan pertama pada tahun 2023. Artinya, Indonesia berkontribusi besar dalam mendorong angka akumulasi nilai pembelian TikTok Shop.

Oleh karena itu, ekonomi digital telah mengubah cara kita menjalani kehidupan sehari-hari, dan tidak hanya mempengaruhi cara bisnis dijalankan, tetapi juga memiliki potensi besar untuk memberdayakan masyarakat secara luas. Melalui akses yang lebih mudah ke internet dan teknologi digital, banyak peluang baru telah muncul bagi individu dan komunitas untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi yang sebelumnya sulit dijangkau.

Ekonomi digital telah memfasilitasi kemunculan kewirausahaan baru. Seseorang dengan ide kreatif atau layanan yang unik dapat mengembangkan dan memasarkan produk mereka dengan biaya relatif rendah melalui platform online. Hal ini membuka peluang bagi individu untuk menjadi pengusaha mandiri dan menciptakan lapangan kerja untuk orang lain. Contohnya adalah pengembang aplikasi atau konten kreatif di platform seperti Google Play Store, Apple App Store, atau YouTube. Bagi pelaku usaha, internet dan media sosial memberikan alat yang kuat untuk memasarkan produk atau layanan kepada audiens yang lebih luas, termasuk di tingkat global. Hal ini membuka peluang bagi bisnis skala kecil untuk menjual produk mereka secara internasional dan mendapatkan keuntungan yang signifikan. Ekonomi digital telah memungkinkan konsep pekerjaan jarak jauh (remote work) menjadi lebih umum. Individu dapat bekerja untuk perusahaan di berbagai lokasi tanpa harus pindah fisik. Ini memberi fleksibilitas lebih dalam mengatur waktu dan lingkungan kerja. Platform online memberikan akses ke berbagai sumber daya Pendidikan dan pelatihan. Masyarakat dapat memanfaatkan kursus online, tutorial, dan webinar untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam berbagai bidang, termasuk teknologi. Ini membantu mengurangi kesenjangan keterampilan dan membantu individu siap menghadapi tantangan ekonomi yang terus berubah.

Digital Ekonomi Dalam Pemberdayaan Masyarakat

Platform e-commerce adalah media elektronik yang memungkinkan transaksi jual beli produk dan layanan secara online. Ini mencakup situs web dan aplikasi yang menyediakan katalog produk, keranjang belanja, pembayaran elektronik dan proses pengiriman. Platform e-commerce terkenal meliputi Tokopedia.com, bukalapak.com, shopee.co.id.

e-commerce dan s-commerce membuka peluang bagi individu, pelaku usaha kecil, dan menengah (UKM), serta ekosistem bisnis secara keseluruhan. E-commerce dan s-commerce

memungkinkan pelaku bisnis untuk menjangkau pasar global tanpa harus memiliki toko fisik di berbagai lokasi. Hal ini memberikan fleksibilitas dalam menjalankan operasi bisnis. Ditambah dukungan melalui media sosial memungkinkan bisnis untuk menghubungkan audiens global dengan lebih interaktif. E-commerce menghilangkan hambatan transaksi fisik dan menghemat waktu pelanggan dengan pilihan belanja online. Dalam s-commerce, pelanggan dapat membeli produk langsung melalui platform media sosial tanpa harus mengunjungi situs web terpisah.

KESIMPULAN

Transformasi ekonomi digital adalah proses yang berkelanjutan dan membutuhkan dukungan dan investasi dalam teknologi informasi dan komunikasi. Bisnis dan pemerintah di seluruh dunia sedang aktif mengembangkan strategi untuk memanfaatkan potensi transformasi ekonomi digital untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang baru bagi masyarakat dan bisnis. Platform e-commerce adalah media elektronik yang memungkinkan transaksi jual beli produk dan layanan secara online. Ini mencakup situs web dan aplikasi yang menyediakan katalog produk, keranjang belanja, pembayaran elektronik dan proses pengiriman. Platform e-commerce terkenal meliputi Tokopedia.com, bukalapak.com, shopee.co.id.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, transformasi ekonomi digital telah menjadi tren global dalam beberapa tahun terakhir. Penerapan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan telah mengubah pola pikir, perilaku, dan interaksi antarindividu dan antarlembaga. Transformasi ekonomi digital membawa banyak dampak positif dan negatif, selain itu transformasi ekonomi digital juga membawa banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi dan inovasi bisnis. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Zunaidi, Nilna Fauza, Moch. Zainuddin, Imam Annas Mushlihin, & Binti Mutafarida. (2022). Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance. The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022), 4, 107–111.
- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan. Pustaka Peradaban.
- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., Wahyuni, M. T., Zunaidi, A., Mochamad Alvido Zakaria, & Hidayah, I. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 567–573.
- Harjadi, D.W. and Hidayanto, A.N. (2018) ‘Exploring Factors Affecting the Intention to Use Social Commerce for Online Shopping’, International Journal of Tchnology, 9(6), pp. 1256–1265.
- Kusumawijaya, M. and Huda, M. (2021) ‘Social Commerce: Exploring Indonesian Consumer Behavior on Instagram Shopping’, in. 5th International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech).
- Leni, I. M., & Zunaidi, A. (2022). Indonesia’s Islamic Banking Strategy For Sustaining Financial Operations During The Pandemic. Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, 1(1), 40–49. Retrieved from

- Rachmalia, G., Zunaidi, A., & Maghfiroh, F. L. (2022). Analysis Of Sharia Banking's Strategy In Facing Technology In The Digital Era. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 422–435. Retrieved from
- Sayag, R. and Litvin, S.W. (2019) 'Understanding Social Commerce: A Systematic Literature Review and Directions for Further Research', *International Journal of Information Management*, 46, pp. 222–233.
- Sayogo, D.S. and Rahman, S.A. (2016) 'User Experience in E-Commerce: A Case Study', *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 91(1).
- Zunaidi, Arif (2022). The Contribution of Abu-Hamid al-Ghazali to Shaping Businesspeople's Personalities. *Tsaqafah Jurnal Peradaban Islam* Vol 18, No 1 (2022) DOI: <http://dx.doi.org/10.21111/tsaqafah.v18i1.7610>