

Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia

Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress

Imma Rokhmatul Aysa

Institut Agama Islam Tribakti Kediri

Imma.aysa@gmail.com

Abstract

The digital economy is currently growing in the world, including in Indonesia, this is indicated by the increase in internet users. In early 2021, internet users in Indonesia reached 202.6 million, an increase of 15.5 percent or 27 million people when compared to January 2020. Especially when the COVID-19 pandemic has changed the service mechanism and consumer behavior. Business actors innovate how to harmonize the new habits of consumers from conventional buying and selling models to e-commerce. This research is a literature review and the result of the researcher's thinking. The Indonesian Ecommerce Association noted that as of March 2021 the number of MSMEs who are members of various marketplaces has reached the range of 4.8 million. This figure has increased from the end of 2020 of 3.8 million. However, it turns out that the progress of digitalization not only brings benefits for business actors who are able to develop in keeping up with technological advances, but also creates inequality for those who are unable to keep up with digitalization developments. The type of data used is secondary data with a qualitative approach. Some of the benefits that we can get from digitalization for the development of the Indonesian economy include a wider market share, easier transactions, increased production, simpler payments, and more varied promotions. While the disadvantages include the lack of labor absorption, prone to fraud, and plagiarism. In addition, sectors that have the potential to develop in the digitalization era include the financial sector, the agricultural sector, and the cultural, tourism, and creative economy sectors.

Keywords: *Digital transformation, economic progress*

Abstrak

Ekonomi digital saat ini terus berkembang di dunia tak terkecuali di Indonesia, hal ini ditandai dari meningkatnya pengguna internet. Awal tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020. Terlebih saat pandemi covid-19 telah merubah mekanisme pelayanan jasa dan perilaku konsumen. Para pelaku usaha perlu berinovasi agar bagaimana bisa menyelaraskan kebiasaan baru para konsumen dari model jual beli konvensional menjadi *e-commerce*. Asosiasi Ecommerce Indonesia mencatat bahwa hingga Maret 2021 jumlah UMKM yang tergabung dalam berbagai *marketplace* telah mencapai kisaran 4,8 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan dari akhir 2020 sebesar 3,8 juta. Namun ternyata kemajuan digitalisasi tak hanya mendatangkan keuntungan bagi pelaku usaha yang mampu berkembang dalam mengikuti kemajuan teknologi, namun juga menjadikan ketimpangan bagi yang tidak mampu mengikuti perkembangan digitalisasi. Penelitian ini adalah kajian pustaka dan hasil olah pikir peneliti. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dengan pendekatan kualitatif. Beberapa manfaat yang bisa kita peroleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia diantanya pangsa pasar luas, transaksi lebih mudah, produksi meningkat, pembayaran lebih sederhana, dan promosi lebih variatif. Sedangkan sisi *mudharat* diantaranya kurangnya serapan tenaga kerja, rentan terjadi penipuan, dan plagiarisme. Selain itu sektor yang potensial berkembang di era digitalisasi diantanya sektor keuangan, sektor pertanian, dan sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif.

Kata kunci: *Transformasi digital, kemajuan perekonomian*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi baru yang begitu pesat dari tahun ke tahun telah membuka jalan bagi revolusi 4.0 saat ini sebagai proses panjang dalam pembangunan ekonomi dan industri. Semakin kuatnya peran dari teknologi digital termasuk hadirnya *Internet of Things, Big Data, Artificial Intelligence, Human Machine Interface, Robotic and Sensor Technology*, dsb, telah mengubah perilaku

dan gaya hidup masyarakat maupun individu.¹ Tak terkecuali penerapan teknologi baru hampir menyentuh keseluruhan sektor ekonomi yang bisa dikatakan sebagai awal dari revolusi industri baru.

Ekonomi digital saat ini terus berkembang di dunia tak terkecuali di Indonesia, hal ini ditandai dari meningkatnya pengguna internet. Pada awal tahun 2021 ini pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen.² Ekonomi digital sendiri merupakan suatu hal yang menandakan adanya pertumbuhan dan perkembangan trasaksi ekonomi yang lebih luas dan lebih mudah dengan menggunakan layanan internet sebagai media komunikasi dan bekerja sama antar individu maupun perusahaan.

Pada era sebelum 4.0 persaingan ekonomi nampak saat perusahaan besar dan kecil bersaing, seringkali perusahaan besar akan memonopoli pasar, namun pada era digital saat ini justru bisa menjadi kebalikannya, perusahaan raksasa akan kalah saing manakala tidak mampu memunculkan inovasi-inovasi baru bagi konsumen tertentu. Ukuran besar atau kecil sebuah perusahaan tidak menjadi jaminan untuk *survive*, namun kelincahan atau kelihaiannya membaca peluang dan memainkan teknologi menjadi kunci untuk berkembang dengan cepat. Hal ini mengartikan bahwa dunia digital sangat mempengaruhi maju mundurnya perekonomian kita, bahkan pasang surut sebuah perusahaan ditentukan oleh kelihaiannya dalam membaca pasar berbasis data digital. Contoh sederhana, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kita akan mampu bersaing jika mereka lihai dan

¹ Ekonomi Digital Dorong Pertumbuhan Ekonomi, <https://mediaindonesia.com/opini/379836/ekonomi-digital-dorong-pertumbuhan-ekonomi>, diakses 23 Agustus 2021

² Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 202 juta, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>, diakses 23 Agustus 2021

mampu menyesuaikan diri dengan dunia digital, minimal *marketing* dan promosi mereka sudah online. Jika tidak demikian, UMKM ataupun sebuah perusahaan masih melakukan *marketing* dengan gaya-gaya konvensional-tradisional, tidak menutup kemungkinan mereka akan mengalami kerugian atau penurunan omzet.

Terlebih saat pandemi covid-19 yang saat ini dialami banyak negara telah merubah mekanisme pelayanan jasa dan perilaku konsumen. Pada beberapa negara yang menerapkan karantina wilayah (*lockdown*) dan menjaga jarak (*social distancing*) menjadikan para pelaku usaha untuk berinovasi bagaimana bisa menyelaraskan kebiasaan baru para konsumen dari model jual beli konvensional menjadi *e-commerce*. Seperti yang diungkapkan Asosiasi Ecommerce Indonesia bahwa hingga Maret 2021 jumlah UMKM yang tergabung dalam berbagai *marketplace* telah mencapai kisaran 4,8 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan dari akhir 2020 sebesar 3,8 juta.³ Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan di Indonesia pada kuartal pertama tahun 2020 dimana awal mula pandemi covid-19, menunjukkan bahwa data penggunaan *e-commerce* terus mengalami kenaikan hingga kuartal kedua sebesar 38% sampai awal tahun 2021.⁴ Faktor utama dari terus naiknya prosentase tersebut adalah karena alasan kenyamanan dan dapat dilakukan selama 24 jam. Meskipun demikian, ternyata ekonomi digital dapat menyebabkan ketimpangan bagi sebagian kelompok yang bisa mengikuti perkembangan digital hingga sukses, serta ada pula yang tidak bisa mengikuti sehingga menjadikan usahanya gulung tikar.

Saat ini banyak anak muda menjadi sebuah kelompok yang dibilang sangat antusias dalam menggeluti bisnis berbasis digital. Banyak dari mereka yang sukses

³ Ada Pandemi, Jumlah Transaksi dan Pelaku UMKM di e-commerce Melesat, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210429/12/1388059/ada-pandemi-jumlah-transaksi-dan-pelaku-umkm-di-e-commerce-melesat>, diakses 23 Agustus 2021

⁴ Alvin Edgar Permana, dkk, “ Analisis Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal TEKNOINFO Instiut Teknologi Sepuluh Nopember*, Vol. 15, No. 1, 2021, 32-37

menggeluti berbagai bisnis berbasis digital mulai dari kuliner, *fashion*, *influencer*, *youtuber*, dll yang terus mengalami pertumbuhan secara signifikan. Hal tersebut tidak terlepas dari kejelian mereka bereksplorasi pada media sosial seperti halnya facebook, instagram, dan youtube yang populer saat ini. Digitalisasi membuat para pengusaha dengan sangat mudah *membranding* produk mereka dan memasarkannya. Jika dulu pengusaha mengalami kesulitan mendapatkan pemasok, saat ini hampir semua kebutan barang dapat ditemukan dengan mudah di platform perdagangan digital. Berdasarkan latar belakang tersebutlah, maka tulisan ini mencoba untuk menganalisis tantangan transformasi digital bagi kemajuan perekonomian Indonesia.

Beberapa penelitian tentang tantangan ekonomi digital bagi perkonomian Indonesia diantaranya Nidya Waras Sayekti (2018) yang hasilnya menyatakan bahwa baru 7,5% dari keseluruhan pengguna layanan internet yang memanfaatkan jaringan internet untuk bertransaksi elektronik. Hal ini disebabkan oleh masih minimnya penanganan *cyber crime* sebagai memicu ketidakpercayaan masyarakat atas keamanan data pribadi mereka. Selain itu pihak pemerintah belum ada kebijakan yang mampu mengakomodasi pesatnya pertumbuhan ekonomi digital.⁵

Selanjutnya penelitian oleh Suharyono Soemarwoto (2020) yang hasilnya menunjukkan bahwa ekonomi digital yang sedang tumbuh perlu mendapat perhatian dari negara guna menyiapkan regulasi yang mengedepankan kepentingan nasional, mengembangkan MMS (*Mobile Satelite System*) untuk memperluas jaringan koneksi dan masih lemahnya *cyber security* nasional karena platform IT yang mayoritas masih dikuasai oleh perusahaan-perusahaan asing. Sedangkan dari sisi finansial, pelaku ekonomi kreatif berbasis digital (internet) selain terkendala jaringan juga permasalahan keuangan. Mereka mengalami kesulitan

⁵ Nidya Waras S, "Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia", *Info Singkat*, Vol. X No.5/I/Puslit/Maret/2018

mengakses perbankan untuk mendapatkan modal kerja akibat dari regulasi yang belum berpihak.⁶

Penelitian oleh Shinta Maharani (2020) menyatakan bahwa untuk meningkatkan transaksi ekonomi digital diperlukan adanya optimalisasi kreatifitas dalam memanfaatkan jejaring media sosial. Ekonomi digital memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas wirausaha yang berbasis syariah atau perbankan syariah yang diharapkan dapat menjadi solusi atas berbagai permasalahan umum pada sisi tataran teknis praktis. Dengan kata lain pengguna ekonomi digital hendaknya mengedepankan prinsip kepercayaan dan kejujuran terutama dalam hal pembayaran dengan menggunakan sistem online terhadap lembaga yang sudah dipercaya aman dan halal seperti halnya perbankan syariah.⁷

Metode

Penelitian ini adalah kajian pustaka dan hasil olah pikir peneliti mengenai suatu topik masalah tertentu. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari beberapa jurnal, internet, buku, dan berbagai sumber informasi lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif guna mengumpulkan data-data dari berbagai sumber fakta dan pemikiran penulis.

Hasil dan Pembahasan

Kemunculan teknologi digital dan internet menandai dimulainya revolusi industri 3.0 dengan hadirnya internet dimana Ruang dan waktu semakin terkompresi dan semakin memuncak pada revolusi tahap 3.0, yakni revolusi digital. Dalam industri ini mengubah pola kerja sama dan komunikasi masyarakat kontemporer. Sehingga praktik bisnis mau tidak mau juga harus berubah agar tidak

⁶ Suharyono Soemarwoto, "Pemanfaatan Ekonomi Digital Guna Meningkatkan Ketahanan Nasional", *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, Edisi 41 Maret 2020

⁷ Shinta Maharani & Miftahul Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia", *Conference on Islam Studies (CoIS)* 2019

ketinggalan zaman. Kemudian pada revolusi industri generasi 4.0 manusia telah menemukan pola baru ketika disruptif teknologi hadir begitu cepat. Selain itu perusahaan besar tidak menjamin bisa meraih keberhasilan.

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997). Menurutnya ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi, dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktifitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa. Sedangkan menurut Zimmerman (2000) konsep ekonomi digital merupakan sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada kondisi sosial-ekonomi.⁸ Salah satu dari pertanda ekonomi digital yakni adanya transaksi perdagangan global dan tanpa adanya perantara. Hal tersebut diharapkan dapat memberi keleluasaan dari partisipasi pasar dengan tidak adanya campur tangan pihak luar (penghalang).

Ekonomi digital memiliki konsep persaingan dan inovasi yang dengan mudah dapat diadopsi oleh para pelaku usaha rintisan yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Sehingga ekonomi digital bisa diartikan sebagai “ekonomi berbagi” yang mengajak para usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis yang lebih luas. Disamping itu untuk menciptakan iklim yang lebih baik untuk konsumen, perlu adanya keseimbangan dengan kepentingan dan kapasitas bisnis terutama untuk perusahaan kecil dan menengah. Disinilah diperlukan

⁸ Kominfo, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial* (Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kominfo, 2019), h. 11

keseimbangan regulasi sehingga hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku bisnis terpenuhi.

Dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia, terdapat beberapa sektor yang dianggap berpotensi dalam memajukan perekonomian diantaranya: *pertama*, sektor keuangan. Sektor keuangan adalah salah satu dari beberapa sector yang paling fleksibel mengalami perkembangan bersamaan dengan kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, industri perbankan menjadi salah satu industri yang mengedepankan penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi. Seperti halnya layanan *sms banking*, *mobile banking* (m-banking), dan *internet banking* (i-banking), yang dalam beberapa tahun telah menjadi salah satu produk layanan yang diberikan oleh perbankan. Mayoritas masyarakat pun mulai berbondong-bondong menggunakan layanan berbasis digital tersebut karena telah merasakan banyak manfaat dan kemudahan yang didapat. Disamping itu, banyaknya pelaku usaha *startup* yang tumbuh dan mengalami perkembangan yang cukup signifikan di Indonesia, menyebabkan munculnya berbagai layanan aplikasi keuangan yang sifatnya memudahkan pelaku usaha dalam pemenuhan modal seperti halnya *fintech*.⁹

Kedua, sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Dapat kita lihat secara sederhana, bahwa sector pariwisata dan sektor ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang erat dengan kebudayaan. Perpaduan tersebut dapat kita lihat saat atraksi budaya di suatu tempat wisata yang mana para wisatawan baik lokal maupun mancanegara dapat berbar dengan kebudayaan lokal. Secara tidak langsung mereka tentu mengenalkan karya lokal yang menjadi buah tangan sebagai penggerak ekonomi kreatif yang bernilai jual untuk dibeli. Dari sini nantinya akan muncul berbagai ide ekonomi kreatif sebagai akibat dari atraksi wisata, seperti halnya proses membuat batik secara manual yang dapat menarik para wisatawan.

⁹ Kominfo, h. 13

Nantinya dapat berimbang pada naiknya penjualan batik yang dapat dikelola melalui platform digital *e-commerce*. Beberapa sektor tersebut diprediksi mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi jika didukung oleh sumber daya manusia yang unggul dan teknologi digital yang mumpuni.¹⁰

Ketiga, sektor pertanian. Munculnya berbagai teknologi canggih di beberapa sektor menjadikan semakin tumbuh pula teknologi pada sektor pertanian. Sehingga hal ini menjadikan para petani mulai mengubah pola pertanian mereka yang awalnnya bersifat pertanian konvensional sedikit demi sedikit menggunakan pola pertanian digital beradaptasi dengan perkembangan jaman saat ini. Permasalahan tersebut membuat sejumlah pengusaha di Indonesia berupaya mengembangkan industri pertanian yang modern dan lebih simpel. Dimana pada era pertanian 4.0 saat ini, pengusaha mencoba membuat bagaimana para pelaku sektor pertanian dapat berinteraksi dengan mudah tanpa batas meskipun terpisah dengan jarak. Pelaku pertanian dapat berinteraksi secara digital kepada setiap kegiatan produksi seperti konsumen, distributor, supplier, dan retail. Setiap kegiatan ekonominya dapat terekam oleh system kendali sehingga mampu melakukan penelusuran, penakaran, dan melakukan prediksi akan masa depan. Hal ini dapat memudahkan proses kegiatan petani dari hulu hingga hilir jika kemajuan teknologi dapat diadopsi secara maksimal, namun pada kenyataanya masih mengalami banyak kendala dalam penggunaan teknologi dikalangan petani, seperti halnya perbedaan geografis antar daerah, minimnya tingkat pengetahuan dan latar belakang tersebut menjadi salah satu dari beberapa faktor penghambat penggunaan teknologi.¹¹

Disisi lain ternyata efek digitalisasi bagi perekonomian Indonesia tidak hanya mendatangkan manfaat bagi masyarakatnya, tetapi bisa mendatangkan *mudharat*. Beberapa manfaat yang bisa kita peroleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia diantanya: (a) pangsa pasar yang luas,

¹⁰ Kominfo, h. 24

¹¹ Kominfo, h.39

ekonomi digital membuat para pebisnis dengan mudah mendapatkan konsumen dan pemasok. Munculnya *e-commerce* membuat jaringan pasar lebih luas dan tidak terbatas ruang dan waktu sehingga tidak perlu melakukan jual beli konvensional. Bahkan pada tahun 2019 pendapatan *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 6 miliar USD dan diperkirakan pertumbuhannya bisa menembus 18 persen per tahun dan dapat berkontribusi terhadap PDB hingga 35 miliar USD.¹² (b) transaksi lebih mudah, dalam hal ini sektor keuangan merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan teknologi menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di era digitalisasi seperti halnya layanan m-banking dan i-banking yang sudah banyak digunakan masyarakat. Perbankan berupaya melayani kebutuhan masyarakat tanpa harus melalui jasa keuangan tradisional (tatap muka) dan dengan aturan yang ketat. Kebutuhan masyarakat menuntut adanya layanan jasa yang bisa diakses secara online dengan aturan atau persyaratan yang lebih mudah (c) produksi meningkat, banyak manfaat yang akan dirasakan perusahaan yang bertransformasi industri 4.0, diantaranya adalah menurunkan biaya dan waktu luang, meningkatkan kinerja mesin dan peralatan, serta meningkatkan kecepatan operasi produksi dan kualitas produk. (d) pembayaran lebih sederhana, karena telah terhubung dengan internet dalam hal promosi dan jejaring pasar. Maka pelaku usaha tidak harus bertatap muka dengan konsumen atau mitra kerjanya, pihak perbankan telah menjadi jembatan dalam jasa pembayaran maupun jasa perbankan lainnya (e) promosi lebih variatif dan kreatif, dalam bisnis yang menggunakan media internet, pelaku bisnis bisa memanfaatkan waktu 24 jam dalam sehari berbeda halnya dengan bisnis konvensional yang umumnya menggunakan waktu jam kerja. Kondisi inilah yang mengharuskan seorang pengusaha atau perusahaan sulit mempertahankan keunggulan kompetitif karena bisa dengan mudah ditiru oleh

¹² Shinta Maharani

pihak lain. Oleh karena itu kecepatan inovasi harus konsisten dilakukan untuk menjadi *leader* pasar.¹³

Sedangkan dilihat dari sisi *mudharat* seperti halnya (a) kurangnya serapan tenaga kerja, pada beberapa perusahaan besar digitalisasi membuat mereka lebih mengedepankan *profit oriented* dengan memangkas biaya produksi agar lebih efisien. Misalnya pekerjaan di pabrik atau industri kendaraan bermotor yang mempekerjakan karyawan untuk merakit. Kini telah diganti oleh robot yang pintar dengan teknologi digital yang canggih dan terorganisir. Hal inilah yang menjadi penggunaan mesin produksi disa dikatakan lebih unggul ketimbang sumber daya manusai sebagai mesin produksinya. Disilah peran UMKM pada era digitalisasi bisa menjadi solusi bagi individu-individu muda yang unggul dan mampu menyerap tenaga kerja. (b) rentan terjadi penipuan, penipuan secara digital sering kita jumpai sebagai akibat dari penyalahgunaan atau penyelewengan data pribadi dengan menggunakan kecanggihan teknologi. Telah kita ketahui bahwa dewasa ini modus penipuan digital beragam, ada yang mengatasnamakan dengan survei untuk mendapatkan data pribadi, penjualan produk dari harga diskon yang besar di website *e-commerce* yang tidak resmi, dan sebagainya.¹⁴ (c) plagiat, plagiat atau menjiplak karya orang lain sudah ada sejak dulu. Namun sekarang tindakan tersebut menjadi lebih praktis karena terbantu oleh teknologi. Terlebih di era digital seperti sekarang sangatlah mudah untuk mendapat sumber referensi mulai dari tulisan, gambar, foto, musik, dan masih banyak lagi. Intinya mudah terjadi pelanggaran hak cipta, plagiat, pembajakan dan sebagainya, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Selain mudah dilakukan, karena umumnya konten

¹³ Kasidi, "Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital", *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1 (1) (2020), h. 17-23

¹⁴ 5 Dampak Negatif di Era Digital, <https://www.klobility.id/post/5-dampak-negatif-di-era-digital>, diakses 27 Agustus 2021

juga konsumsi publik, maka dengan mudah pula teridentifikasi bahwa konten yang digunakan adalah hasil contekan.

Kesimpulan

Ekonomi digital merupakan suatu hal yang menandakan adanya pertumbuhan dan perkembangan trasaksi ekonomi yang lebih luas dan lebih mudah dengan menggunakan layanan internet sebagai media komunikasi dan bekerjasama antar individu maupun perusahaan. Terlebih saat pandemi covid-19 yang saat ini dialami banyak negara telah merubah mekanisme pelayanan jasa dan perilaku konsumen dari yang konvensional menjadi digital. Hal tersebut dapat dilihat pada tahun 2020 dimana awal mula pandemi covid-19, menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* terus mengalami kenaikan hingga kuartal kedua sebesar 38% sampai awal tahun 2021. Selain itu hingga Maret 2021 jumlah UMKM yang tergabung dalam berbagai *marketplace* telah mencapai kisaran 4,8 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan dari akhir 2020 sebesar 3,8 juta. Ekonomi digital dapat menyebabkan ketimpangan bagi sebagian kelompok yang bisa mengikuti perkembangan digital hingga sukses, serta ada pula yang tidak bisa mengikuti sehingga menjadikan usahnya gulung tikar. Beberapa manfaat yang bisa kita peroleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia diantanya pangsa pasar luas, transaksi lebih mudah, produksi meningkat, pembayaran lebih sederhana, dan promosi lebih variatif. Sedangkan sisi *mudharat* diantaranya kurangnya serapan tenaga kerja, rentan terjadi penipuan, dan plagiarisme. Selain itu sektor yang potensial berkembang di era digitalisasi diantanya sektor keuangan, sektor pertanian, dan sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif.

Daftar Pustaka

- Edgar, Alvin Permana, dkk, “ Analisis Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal TEKNOINFO Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, Vol. 15, No. 1, 2021, 32-37
- Kasidi, “Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital”, *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1 (1)(2020).
- Kominfo, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*, Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kominfo, 2019.
- Maharani, Shinta & Miftahul Ulum, “ Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia”, *Conference on Islam Studies (CoIS) 2019*.
- Soemarwoto, Suharyono, “Pemantapan Ekonomi Digital Guna Meningkatkan Ketahanan Nasional”, *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, Edisi 41 Maret 2020.
- Waras, Nidya S, “Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia”, *Info Singkat*, Vol. X No.5/I/Puslit/Maret/2018
- 5 Dampak Negatif di Era Digital, <https://www.klobility.id/post/5-dampak-negatif-di-era-digital>
- Ekonomi Digital Dorong Pertumbuhan Ekonomi, <https://mediaindonesia.com/opini/379836/ekonomi-digital-dorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 202 juta, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Ada Pandemi, Jumlah Transaksi dan Pelaku UMKM di e-commerce Melesat, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210429/12/1388059/ada-pandemi-jumlah-transaksi-dan-pelaku-umkm-di-e-commerce-melesat>

This article is under:



Copyright Holder :

© Imma Rokhmatul Aysa (2021).

First Publication Right :

© Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah