

PERKEMBANGAN E-BUSINESS DI NEGARA INDONESIA DALAM ERA DIGITAL

Yka Febri Anjani¹, Pramono²

Universitas Duta Bangsa^{1,2}

Jl. Bhayangkara Nomor 55 Tipes, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah

Yka Febri Anjani : ykaanjani8@gmail.com

Abstract. *The development of technology, especially digital business, is a problem that cannot be avoided by the general public. Digital business has become normal in the current digital era because all levels of society are starting to digitize aspects of their lives. People can now access social media easily via the internet, so business digitalization is an effort for a business to be relevant in the current era. The emergence of e-commerce itself has become something that is currently of great interest to people of various age groups, thus the digital market share has become very open. This research was carried out with analysis of studies that have the same discussion or subject matter, namely regarding the development of e-business in Indonesia in the digital era which is currently developing rapidly in Indonesia. The implications of this research are that the public can understand, especially business actors, the need to be able to transform digitally in order to remain relevant in a world that has now found its way in the digital era. The Industrial Revolution 5.0 is the main point why business actors must be able to adapt and transform to be able to develop their business.*

Keywords: *digitalization, e-busines, Industrial Revolution 5.0*

Abstrak. Perkembangan teknologi khususnya bisnis digital merupakan suatu permasalahan yang tidak dapat dihindari oleh masyarakat umum. Bisnis digital menjadi suatu hal kewajaran pada era digital saat ini karena seluruh lapisan masyarakat mulai melakukan digitalisasi pada aspek-aspek dalam kehidupannya. Masyarakat sudah dapat mengakses sosial media dengan mudah melalui internet sehingga digitalisasi bisnis menjadi upaya bagi suatu bisnis untuk dapat relevan di era saat ini. Kemunculan *e-commerce* sendiri menjadi suatu hal yang saat ini banyak diminati masyarakat dalam berbagai rentan usia, dengan demikian pangsa pasar digital menjadi sangat terbuka. Penelitian ini dilaksanakan dengan analisis dari penelitian-penelitian yang memiliki pembahasan atau pokok permasalahan yang sama yaitu tentang perkembangan e-business di Negara Indonesia dalam masa digital yang saat ini sedang berkembang dengan pesat di negara Indonesia. Implikasi penelitian ini masyarakat dapat memahami khususnya pelaku usaha mengenai perlunya untuk dapat bertransformasi secara digital agar dapat tetap relevan dalam dunia yang pada saat ini telah menemukan jalannya di era digital. Revolusi Industri 5.0 menjadi pokok utama mengapa pelaku usaha harus dapat beradaptasi dan bertransformasi untuk dapat mengembangkan usaha.

Kata Kunci : digitalisasi, e-business, revolusi industri 5.0

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi merupakan sebuah perkembangan yang tidak dapat dihindari karena berhubungan dengan era digitalisasi yang menjadi kekuatan negara-negara internasional dalam mengembangkan perekonomian, sehingga pada saat ini dunia internasional sedang menghadapi era digital. Era digital adalah sebuah era atau zaman dimana segala perbuatan atau peristiwa yang dilakukan oleh manusia mengalami

pergeseran termasuk dalam hal kehidupan sehari-hari yang mengarah pada dunia digital. Segala perilaku yang sebelumnya dilakukan secara langsung, beralih pada pelaksanaan kegiatan secara digital oleh masyarakat (Zist., et.al., 2021). Perkembangan digital sendiri menghasilkan keuntungan bagi masyarakat yang menghasilkan kehidupan praktis dan modern, salah satunya dalam hal keuangan atau perekonomian (Tartila, 2022). Perkembangan teknologi menghasilkan hubungan antarmanusia seperti komunikasi dapat terjalin tanpa adanya batasan waktu dan tempat.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh We Are Social dengan tajuk penelitian Digital 2021, terdapat peningkatan pengguna jaringan internet di Indonesia yang meningkat dengan tajam. Tahun 2015 pada hasil penelitian dari We Are Social, menunjukkan bahwa pengguna internet di negara Indonesia sebanyak 72,7 juta pengguna internet, sedangkan pada tahun 2021 peningkatan pengguna internet melonjak sebesar 178,68% yang apabila dihitung secara desimal sebanyak 202,6 juta pengguna. Selain itu dalam aspek perekonomian juga terdapat data bahwa peredaran uang elektronik ditemukan sebanyak 558,96 juta pada tahun 2021 (Astuti, Sayudin, & Muharram., 2023). Berdasarkan atas hal tersebut, maka dapat diketahui permasalahan perekonomian seperti pembayaran saat ini banyak dilakukan dengan cara digital.

Perkembangan penggunaan internet menjadi digitalisasi dapat menghubungkan manusia satu dengan lainnya tanpa ada pembatasan sebagaimana komunikasi jarak jauh konvensional. Secara konvensional, melalui surat komunikasi dilakukan antara seseorang namun perlu waktu untuk dapat sampai dan mengirim kembali balasan, begitupun seterusnya. Adapun surat yang dikirimkan dari negara luar akan memakan waktu yang sangat lama. Digitalisasi memberikan efisiensi dan efektifitas komunikasi, yang sebelumnya dilakukan dalam jangka waktu yang lama, dapat terkirim dalam waktu sepersekian detik dengan menggunakan gadget (Karima, 2023).

Revolusi industri 4.0 juga berperan penting dalam pengembangan teknologi digital yang menjadi modal utama pelaku usaha untuk dapat memperluas dan mengembangkan perusahaannya. Industri 4.0 dan teknologi digital seperti sebuah dua mata koin yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya, hal tersebut dikarenakan kehadiran perkembangan industri 4.0 juga tidak terlepas dari pengembangan teknologi yang

didalamnya termasuk juga internet dan teknologi digital lainnya. Perkembangan tersebut dapat membawa dampak positif bagi suatu negara terutama bagi masyarakat kecil yang ingin mengembangkan kegiatan usahanya (Marhawati, et.al., 2023). Adapun pada saat ini telah digaungkan oleh beberapa kalangan bahwa telah memasuki era revolusi industri 5.0.

Modernitas menjadi kunci utama dalam digitalisasi, segala aktivitas manusia dapat dilakukan dengan menggunakan metode digital termasuk dalam hal bisnis yang dinamakan dengan *e-business*. Kehadiran *e-business* sendiri menjadi cahaya terang atau harapan bagi masyarakat yang ingin melaksanakan kegiatan usaha namun masih memiliki keterbatasan dalam hal menjalankan usaha secara konvensional (Hermin, Machmud, & Hasan., 2023). Bisnis secara konvensional perlu menggunakan kegiatan bisnis yang membutuhkan biaya besar seperti mendirikan toko, marketing secara mandiri dengan beriklan, dan kegiatan lainnya. Salah satu aspek yang menguntungkan dalam *e-business* sendiri adalah kehadiran *e-commerce* atau toko online, dengan demikian akan memudahkan pelaku bisnis untuk menjalankan usaha secara tidak langsung (Nazar, et.al., 2023).

Berdasarkan atas hal tersebut, peneliti tertarik untuk dapat mendeskripsikan secara lebih mendetail terkait perkembangan *e-business* yang hadir di Indonesia, termasuk di dalamnya toko online atau *e-commerce* yang saat ini telah merajalela dan menjadi pilihan berbelanja masyarakat pada umumnya (Rabbani & Najicha, 202). Perkembangan tersebut merupakan aspek positif bagi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya serta memberikan dampak positif bagi pemerintah karena akan mengakibatkan perputaran perekonomian menjadi lebih baik dan memperbaiki perekonomian negara.

KAJIAN TEORITIS

E-Business

e-business merupakan hal yang saat ini menjadi suatu kelumrahan di masyarakat pada saat ini. Masyarakat meskipun pada praktiknya sering melakukan kegiatan *e-business*, seringkali salah mengartikan antara *e-commerce* dan *e-business*. Meskipun memiliki huruf awal yang serupa berupa huruf “e”, namun memiliki perbedaan yang sangat penting antara *e-business* dan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari *e-business*, namun tidak seluruhnya dari *e-business*

memiliki *e-commerce* di dalamnya. Berdasarkan atas hal tersebut, maka dapat dilihat bahwa keberadaan *e-business* berkedudukan lebih tinggi dari *e-commerce* karena *e-commerce* berada dalam bagian dari *e-business* (Ritonga, 2023).

Secara luas, istilah *e-business* meliputi sebuah kegiatan oleh seorang pelaku usaha yang memanfaatkan penggunaan teknologi untuk melaksanakan kegiatan bisnis dalam aspek masif suatu perusahaan. *E-commerce* yang merupakan bagian dari *e-business* merupakan pelaksanaan aspek perekonomian berupa jual beli produk dengan menggunakan pemanfaatan digital atau internet. Sehingga pembatasan perbedaan dari *e-business* dan *e-commerce* terletak pada objek yang menjadi fokus pemanfaatan teknologi tersebut. *e-business* sendiri mengacu pada setiap kegiatan bisnis suatu perusahaan yang dilakukan dengan cara menggunakan pemanfaatan teknologi yang bersifat modernitas.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan Ritonga (2023), mengutip pendefinisian O'Brien tentang *e-business* yaitu pada pokoknya didefinisikan sebagai pemanfaatan sebuah teknologi, jaringan maupun internet serta teknologi informasi lainnya untuk dapat memfasilitasi kegiatan bisnis suatu perusahaan termasuk dalam hal *e-commerce*. Selain dalam pendefinisian tersebut, *e-business* sendiri juga meliputi perihal aktifitas bisnis yang berhubungan dengan perilaku yang dapat menguntungkan suatu perusahaan. Keberadaan *e-business* sendiri dapat memberikan kemanfaatan bagi suatu perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan cara yang efektif dan efisien, sehingga dapat mengembangkan perusahaan dengan baik.

e-business sendiri adalah suatu proses pelaksanaan bisnis yang dilaksanakan dengan menggunakan pemanfaatan teknologi sistem informasi. *E-business* sendiri dapat menghubungkan informasi internal maupun eksternal suatu perusahaan dapat diakses dengan cepat dan akurat sehingga prosedur bisnis dapat dilakukan dengan baik dan cepat. Berdasarkan atas hal tersebut maka *e-business* pada pokoknya merupakan sistem teknologi informasi yang dapat memudahkan pelaksanaan bisnis suatu perusahaan.

Teknologi

e-business tidak dapat dipisahkan dari keberadaan teknologi. Mengacu pada pemaknaan kamus Webster, Teknologi merupakan istilah yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *Techne* yang memiliki arti berupa keahlian atau keterampilan. Meskipun

demikian, orang awam seringkali memaknai kata teknologi dengan dunia permesinan. Roger dalam penelitian milik Ritonga, menjelaskan teknologi adalah suatu konsep pendesainan alat untuk dapat mempermudah suatu proses untuk dapat memperoleh suatu hasil dengan mengurangi ketidakpastian. Secara sederhana teknologi adalah suatu desain atau ide untuk mempermudah suatu proses yang sebelumnya memakan waktu atau tenaga yang besar. Salah satu contoh teknologi adalah inovasi telepon genggam yang didalamnya memiliki banyak fungsi-fungsi dan pemanfaatan dari berbagai macam alat elektronik tergabung dalam satu alat yaitu telepon genggam (Putriana, 2023).

Internet, mesin cetak, *smartphone* merupakan beberapa bentuk kemajuan teknologi. Seluruhnya memberikan kemudahan manusia dalam melaksanakan kegiatan yang sehari-hari dilakukannya dengan lebih efektif dan efisien. Internet merupakan teknologi yang menghubungkan seluruh perangkat di dunia menjadi satu jaringan dan dapat berkomunikasi satu dengan lainnya. Teknologi internet mempermudah aspek komunikasi seseorang, yang sebelumnya dilakukan dengan sangat terbatas khususnya komunikasi antar regional dapat dilaksanakan secara *real time* sebagaimana berkomunikasi tatap muka. Perkembangan teknologi bahkan menghasilkan sebuah istilah baru berupa *world in our hand* menunjukkan bahwa segala hal yang dahulunya sangat sulit dilakukan, dapat dengan mudah dilakukan dengan teknologi khususnya penggunaan Internet.

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini telah berkembang dengan pesat. Perkembangan pesat tersebut ditandai dengan kehadiran media sosial yang bahkan hingga saat ini dapat diakses oleh seluruh lapisan usia masyarakat, dari usia muda hingga tua pada saat ini dapat mengakses media sosial. Perkembangan teknologi informasi tersebut telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat pada saat ini sehingga sudah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian secara kualitatif, yaitu memberikan pendeskripsian secara mendetail terhadap permasalahan yang menjadi pokok penelitian ini. Penelitian kualitatif pada penelitian ini bertujuan untuk dapat membedah secara mendetail terhadap perkembangan e-business di negara Indonesia khususnya terhadap para pelaku usaha di Indonesia yang memanfaatkan

keberadaan e-business. Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan serupa dan dapat dipergunakan untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan pendalaman dan analisis atas penelitian terdahulu dengan mengambil kesimpulan-kesimpulan dari penelitian terdahulu untuk dapat diformulasikan atas permasalahan yang diangkat, yaitu berkaitan dengan perkembangan *e-business* di negara Indonesia yang dapat memberikan perkembangan masif bagi pelaku usaha di negara Indonesia secara positif. Berdasarkan atas analisis tersebut akan didapatkan sebuah simpulan yang menjawab secara menyeluruh atas permasalahan yang dibawa dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan dan Penerapan E-Business di Indonesia

Perkembangan e-business sendiri tidak dapat dilepaskan dari era globalisasi yang telah terwujud. Era globalisasi menjadi awal segala perkembangan teknologi karena negara internasional saling berbagi informasi untuk kemajuan umat manusia (Sunarta, 2023). Terbukanya perdagangan internasional mengakibatkan juga berkembangnya ilmu pengetahuan antar negara untuk dapat mengadaptasi untuk melakukan pemutakhiran teknologi. Informasi menjadi salah satu kunci utama dalam perkembangan teknologi di era globalisasi. Informasi merupakan salah satu kebutuhan mendasar yang diperlukan oleh seorang manusia, dengan informasi manusia juga dapat melakukan pengembangan atas kehidupannya melalui teknologi (Hidayat, Afifah, & Rodiansjah., 2023).

Perkembangan teknologi sendiri memberikan kemanfaatan yang masif bagi umat manusia khususnya dalam memperoleh informasi dan melakukan kegiatan-kegiatan lainnya. Dengan perkembangan teknologi seseorang dapat bekerja dengan jarak jauh dan dengan efektif melalui teknologi yang mutakhir, bahkan dapat bekerja hanya dengan menggunakan sebuah smartphone pada saat ini. *e-business* merupakan hasil perkembangan teknologi yang dilandaskan atas inovasi internet. Internet sebagai hasil pengembangan teknologi informasi memiliki peranan penting hampir pada seluruh aspek teknologi pada saat ini, hal tersebut dikarenakan internet menjadi pondasi pengembangan yang sangat kuat untuk melakukan inovasi-inovasi lain (Lubis & Nasution, 2023).

Internet dalam beberapa dekade telah mengalami perkembangan secara pesat, hal tersebut ditunjukkan dengan dijadikannya internet sebagai alat utama untuk seseorang dalam memperoleh suatu informasi dengan cepat dan mudah. Menurut definisi umum, internet merupakan sebuah sistem yang berbentuk jaringan komputer yang saling memiliki keterkaitan satu dengan lainnya untuk saling bertukar data informasi. Masyarakat umum dapat mengakses internet untuk memperoleh informasi yang dibutuhkannya tanpa batasan-batasan tertentu. Seluruh informasi dapat diperoleh melalui internet baik yang bersifat positif maupun negatif. Informasi yang diperoleh melalui internet juga dapat diperoleh dengan waktu yang sangat cepat. Kemajuan teknologi informasi internet berdampak pada kehadiran jutaan lebih laman internet yang membagikan informasi (Marpaung, et.al., 2023).

e-business merupakan produk hasil perkembangan teknologi informasi. Secara sederhana *e-business* dapat dikatakan sebagai informasi yang dibagikan oleh pelaku usaha untuk kegiatan usaha seperti penjualan dan promosi. *E-business* sendiri dapat meliputi berbagai macam aspek dalam kegiatan perusahaan seperti halnya keuangan, produksi, pemasaran, pembukuabn, dan lain sebagainya termasuk juga *e-commerce* (Riptiono, 2023). Perkembangan *e-business* di Indonesia sendiri saat ini berkembang pada aspek banyak marketplace yang berjalan di negara Indonesia seperti TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, dan lain sebagainya yang saat ini merupakan pilihan masyarakat dalam melakukan pembelian. Perusahaan sudah barang tentu menerapkan *e-business* dalam melaksanakan kegiatan usahanya, dimana pelaku usaha perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar usahanya dapat terus berjalan dan bersaing dengan perkembangan zaman, khususnya perusahaan yang menjual produk pakai seperti produk-produk fashion (Syaputra, et.al., 2023).

Keberadaan marketplace yang sudah menjamur menjadi perhatian bagi masyarakat umum karena beberapa faktor, diantaranya karena kesederhanaan dalam membeli sebuah produk. Apabila dibandingkan dengan metode pembelian secara konvensional, yaitu dengan datang secara langsung di sebuah toko dan melakukan pemilihan secara satu persatu dibandingkan dengan membeli secara daring melalui *smartphone* masing-masing, maka masyarakat akan memilih dengan metode dan cara yang lebih sederhana dan cepat.

Masyarakat juga lebih merasa diuntungkan dengan penawaran-penawaran yang diberikan oleh marketplace tertentu.

Apabila dilihat pada sejarahnya, perkembangan *e-business* telah dimulai sejak tahun 1980 pada saat teknologi *personal computer* (PC) sudah mulai dikembangkan untuk penggunaan masyarakat umum. Adapun perkembangan *e-business* lebih melaju lagi dengan adanya teknologi internet. Perpaduan antara PC dan internet kemudian menghasilkan berkembangnya perdagangan digital atau dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* sendiri adalah sebuah sistem pemasaran yang dilakukan melalui sebuah jaringan internet melalui sebuah laman internet pada sebuah perangkat baik komputer maupun gadget lainnya yang dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis.

Perkembangan teknologi sendiri menjadi sebuah tantangan bagi pelaku bisnis, dengan menggunakan atau memanfaatkan fitur *e-business* sendiri dapat mengembangkan perusahaan secara berkelanjutan. Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku usaha adalah dalam aspek pelaksanaan usaha hanya berfokus pada pendapatan atau penerimaan saja, sedangkan dalam hal pengembangan perusahaan sendiri tidak dilaksanakan dengan baik. Dengan demikian maka pemanfaatan *e-business* tidak dapat dilakukan dengan maksimal dan mengakibatkan perusahaan tidak berkembang.

Perkembangan era industri yang mulai beralih ke model bisnis digital secara masif, berbagai macam perusahaan yang sedang merintis juga didominasi oleh model bisnis digital sehingga meskipun belum terdapat toko secara konvensional dan perilaku bisnis secara konvensional, namun perusahaan rintisan tersebut dapat menjalankan usaha dengan cara berbisnis digital.

Suatu perusahaan yang tetap ingin dapat bersaing di era revolusi industri 5.0 mendatang perlu menerapkan pelaksanaan bisnis secara digital, apabila tidak dapat melakukan perubahan secara signifikan untuk digitalisasi bisnis, maka perusahaan tersebut dapat terancam untuk kalah bersaing dan bahkan akan tertinggal di masa revolusi industri 5.0 yang serba digital (Fauzan & Priowirjanto, 2023). Perkembangan pada saat ini juga menuntut perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan dan produk penuh akan inovasi yang termasuk menjadi tantangan pelaku usaha. Keberadaan teknologi digital sendiri mengakibatkan hilangnya batas ruang dan waktu yang membawa adanya

kepraktisan dan kemudahan pada segala aspek perilaku bisnis dari proses produksi hingga distribusi (Zebua, et.al., 2023).

Tantangan Pelaku Usaha Dalam Menerapkan E-Business

Pelaku usaha yang menggunakan fasilitas teknologi *e-business* tidak serta merta dapat mengembangkan bisnis menjadi lebih baik lagi, namun terdapat beberapa hambatan atau tantangan yang perlu dihadapi oleh pelaku usaha. Pelaku usaha perlu melakukan sebuah persiapan yang matang dalam melaksanakan bisnis secara digital atau *e-business*. Bisnis digital seringkali dimaknai sebagai sebuah usaha yang dapat dilakukan dengan mudah karena aspek-aspek kemudahannya dengan teknologi dibandingkan bisnis secara konvensional, namun pada praktiknya tidak sedikit bisnis digital yang mengalami kegagalan meskipun dinilai minim resiko (Fidiyanti, et.al., 2023).

E-business sendiri secara konseptual dapat dibagi menjadi dua bentuk pelaku usaha yang melaksanakannya, yaitu perusahaan yang sudah stabil dan perusahaan perintis. Perusahaan yang telah stabil merupakan perusahaan yang sudah berjalan secara baik dalam aspek konvensional, dalam hal ini banyak dijumpai dalam Perseroan Terbatas yang telah beroperasi bertahun-tahun yang kemudian melakukan transformasi digital untuk memaksimalkan produksi hingga distribusi dari perusahaannya. Perusahaan perintis dapat dimaknai sebaliknya, yaitu perusahaan yang sedari awal melaksanakan kegiatan bisnis telah menggunakan pemanfaatan bisnis digital atau *e-business* (Agustina, et.al., 2023).

Puncak perkembangan teknologi sendiri terjadi pada dekade tahun 2000-an dengan timbulnya berbagai macam produk teknologi informasi berupa dalam aspek komunikasi, hiburan, edukasi, hingga transaksi termasuk dalam pemahaman ini adalah *e-business* (Setiawan, et.al., 2023). Dampak dari perkembangan teknologi sendiri selain memiliki aspek positif, juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi bisnis. Bisnis digital membuat timbulnya perubahan paradigma pelaksanaan bisnis di dunia, model bisnis yang sebelumnya bersifat secara tradisional secara cepat bertransformasi menjadi digital. Model bisnis yang sebelumnya dilaksanakan secara konvensional yaitu dengan melakukan jual beli secara langsung dan

tatap muka, berubah secara cepat menjadi model bisnis yang bersifat teknologi informasi atau digital.

Adapun tantangan dari pelaku usaha dalam menjalankan bisnis di era bisnis digital atau *e-business* meliputi beberapa aspek, diantaranya adalah :

1. Tantangan Persaingan
2. Tantangan Perubahan Teknologi
3. Tantangan keamanan data
4. Tantangan Regulasi
5. Tantangan Sumber Daya

Tantangan-tantangan di atas perlu untuk dapat dikelola dengan baik oleh pelaku usaha, hal tersebut dikarenakan apabila pelaku usaha tidak dapat menjawab atau melewati tantangan di atas, maka perusahaan yang telah dikembangkan akan dapat mengalami hambatan dalam perkembangannya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan atas penelitian yang telah diuraikan di atas tentang perkembangan *e-business* di negara Indonesia dan dampaknya bagi pelaku usaha di negara Indonesia, dapat ditarik sebuah simpulan bahwa pada saat ini perkembangan teknologi sudah tidak dapat dibendung. Perkembangan teknologi informasi sendiri sudah menjadi konsekuensi atas globalisasi sehingga masyarakat perlu untuk dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi agar dapat terus bertahan di era digital. Perkembangan bisnis digital sendiri dapat berdampak baik maupun buruk bagi pelaku usaha, dampak baik berhubungan dengan segala aktivitas bisnis dapat dilakukan dengan mudah dan efisien sehingga tidak perlu mengeluarkan terlalu banyak modal bagi pelaku usaha untuk beraktivitas bisnis secara konvensional. Sedangkan dampak buruknya adalah apabila pelaku usaha tidak dapat beradaptasi dengan perkembangan bisnis digital, maka dapat mengakibatkan perusahaan menjadi terhambat pertumbuhannya dan mengakibatkan bisnis menjadi buruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., et. al. (2023). Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Dunia Kerja. *Journal of Economics and Business*, 1(1), 1-8.
- Astuti, A. W., Sayudin., & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787-2792.
- Fauzan, M. A. N., & Priowirjanto, E. S. (2023). Metaverse in Its Creation and Use: Metaverse Activities in the Field of Online Business and Its Regulation in Indonesia. *COMSERVA Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 48-54.
- Fidiyanti, F., et. al. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Teknologi Artificial Intelligence. *Journal of Comprehensive Science*, 2(7), 1994-2001.
- Hermin, H., Machmud, M., & Hasan, H. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis PT Pos Indonesia. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 208-216.
- Hidayat, A. R., Alifah, N., Rodiansjah, A. A. (2023). Kontribusi Digitalisasi Bisnis Dalam Menyokong Pemulihan Ekonomi Dan Mengurangi Tingkat Pengangguran Di Indonesia. *Journal Syntax Idea*, 5(9), 1260-1269.
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Dampaknya Pada Masyarakat. *Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek*, 1(12), 21-30.
- Marhawati., et.al. (2023). E-commerce dan Startup: Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis Di Era Industri 4.0. *JEEMBA*, 1(1), 34-40.
- Marpaung, S. F., et.al. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111-6122.
- Nazar, M. F., et.al. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1817-1823.
- Putriana, A. (2023). Analisis Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 223-232.
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia.
- Riptiono, S. (2023). Literasi Bisnis Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN*, 1(2), 30-33.

- Ritonga, A. I., et.al. (2023). Peran Teknologi Dalam Perkembangan E-Business. *VISA: journal of Vision and Ideas*, 3(2), 434-442.
- Setiawan, Z., et.al. (2023). *Kewirausahaan Digital*. Padang, PT Global Eksekutif Teknologi.
- Sunarta, D. A. (2023). Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital. *Economic and Business Management International Journal*, 5(1), 9-16.
- Syahputra, R. A., et.al. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521-527.
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadai Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310-3316.
- Zebua, R. S. Y., et.al. (2023). *Bisnis Digital*. Jambi, Sonpedia Publishing Indonesia.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.