

Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi

Danang Rifai¹, Sania Fitri², Irma Nirmala Ramadhan³, Rizky Ramadan⁴

^{1,2}*Fakultas Sains dan Teknologi, Sistem Informasi, Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia*

^{3,4}*Fakultas Sains dan Teknologi, Teknik Informatika, Universitas Raharja, Tangerang, Indonesia*

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital terkait dengan perilaku pengguna jejaring sosial dalam bertransaksi. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen di dunia, pemilihan dan keputusan pembelian. Teknologi informasi memungkinkan untuk melakukan berbagai aktivitas secara cepat, akurat, tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Perubahan perilaku konsumen mengenai cara pengumpulan informasi dan transaksi pembelian dan penjualan yang dilakukan harus terus diperiksa untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang keinginan dan kebutuhan konsumen. Di Indonesia sangat berpotensi mempengaruhi perkembangan dunia teknologi. Perkembangan teknologi telah muncul di berbagai jenis bidang, terutama dalam perkembangan ekonomi digital. Ekonomi digital memiliki dampak positif dan negatif bagi pembangunan Indonesia. Dampak Perkembangan Ekonomi Digital menjadi wadah tersendiri bagi pemerintah atau masyarakat untuk menjadi wadah dalam melakukan berbagai jenis transaksi ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak perkembangan ekonomi digital terhadap pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. Hasil dari penelitian ini adalah berkembangnya perusahaan periklanan, dan banyak perusahaan atau bisnis online yang menerapkan promosi penjualan di jejaring sosial untuk produknya, sehingga sangat membantu dalam mempromosikan dan memperluas audience.

Kata Kunci : *Ekonomi Digital, Media Sosial, Transaksi Ekonomi, Teknologi Informasi, Perkembangan Ekonomi*

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, banyak sekali perkembangan yang terjadi, terutama di bidang teknologi digital. Teknologi informasi, khususnya teknologi digital, berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi informasi modern, terutama terkait dengan komponen teknologi komputer yang terus berkembang yang dapat diakses oleh teknologi telepon elektronik untuk keperluan melakukan aktivitas interaktif [1].

Dalam studi Tapscott (1998) menggambarkan sistem ekonomi dan sosial-politik yang memiliki karakteristik sebagai ruang intelijen, termasuk informasi, alat yang berbeda untuk mengakses informasi, dan kemampuan untuk memproses informasi dan komunikasi. Komponen ekonomi digital pertama kali diidentifikasi sebagai industri teknologi, kegiatan e-commerce antara bisnis dan individu, distribusi barang dan jasa digital, dukungan penjualan, khususnya, sistem dan layanan yang menggunakan Internet [2], [3]. Dengan adanya digital ekonomi, konsep yang tak jarang dipakai buat menyebutkan pengaruh dunia teknologi fakta & komunikasi, nir hanya dalam internet, namun juga dalam bidang ekonomi. Konsep ini sebagai sebuah pandangan mengenai hubungan antara perkembangan penemuan & kemajuan teknologi & dampaknya dalam ekonomi makro juga ekonomi mikro [3].

Dunia teknologi saat ini berkembang pesat. Teknologi adalah ilmu yang mengajarkan keterampilan membuat alat, cara mengolah dan mengekstraksi benda, untuk membantu menyempurnakan suatu ilmu, keterampilan dan pengetahuan dalam memahami suatu alat komunikasi berupa teknologi informasi yang bersaing di dunia dalam berbagai bidang seperti internet, informasi, telekomunikasi, pendidikan dan ekonomi, yang berjuang untuk dapat menyelesaikan masalah lain satu sama lain dan pekerjaan sehari-hari masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap tahun perkembangan teknologi semakin mengglobal [4]. Teknologi bicara mulai banyak digunakan untuk kebutuhan sehari-hari masyarakat. Kehadiran teknologi dapat menciptakan perkembangan yang terus berkembang dalam berbagai jenis dan disiplin ilmu, terutama dalam bidang ekonomi. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri perkembangan digital dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengguna jejaring sosial dalam melakukan transaksi ekonomi [5].

†E-mail: danang.rifai@raharja.info
sania@raharja.info
irma.nirmala@raharja.info
rizky.ramadan@raharja.info

2. Metode Penelitian



Gambar 1. Jejaring Media Sosial

Penelitian ini difokuskan pada aplikasi media sosial berupa website, blog, mikroblog (Twitter), konten (YouTube, Instagram), dan jejaring sosial (Facebook) [6]. Di era digital saat ini, jejaring sosial merupakan aplikasi yang dibagikan oleh semua kalangan di Indonesia. Jenis data dan metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa metode analisis deskriptif yang merangkum pengaruh. Adapun langkah-langkah yang peneliti lakukan untuk melakukan penelitian ini adalah rumusan masalah, tinjauan pustaka, analisis, dan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi yang berbasis pada elemen ekonomi digital tidak lepas dari dampak perkembangan teknologi yang berskala besar [7]. Adanya teknologi melalui media massa yang digunakan untuk transaksi ekonomi memudahkan pelayanan masyarakat dengan membuat kontrak bisnis hanya dengan menawarkan keputusan dan tujuan yang baik ketika melakukan transaksi ekonomi [8]. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan ekonomi digital dan akan berdampak besar bagi perekonomian Indonesia dengan mempertimbangkan dampak utama pada aspek pembangunan ekonomi digital [9].

Dampak positif ekonomi digital terhadap perilaku pengguna jejaring sosial berteknologi yang memfasilitasi pengumpulan informasi dan pelaksanaan transaksi tatap muka jarak jauh pada produk yang dipertukarkan. Produsen utama atau pelaku ekonomi dengan sistem ini berdagang secara terus menerus [10]. Keberadaan teknologi juga dapat mempermudah penyediaan berbagai layanan dan dapat meningkatkan perekonomian melalui keberadaan bank yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi ekonomi tunai [11]. Selain itu juga terdapat dampak negatif yaitu adanya jaringan komunikasi dalam transaksi ekonomi yang apabila disalahgunakan dapat dengan mudah menimbulkan kecurangan yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan banyak pihak, baik dalam bentuk produksi maupun dalam bentuk pembiayaan, menyebabkan komunikasi yang dapat berimplikasi pada standar, seperti adanya sistem pencemaran nama baik dan intersepsi dan peretas dalam sistem transaksi ekonomi [12].



Gambar 2. Dampak Positif dan Negatif Internet [13]

Salah satu dampak positif yang besar pengaruhnya terhadap perkembangan media massa seperti petunjuk melakukan transaksi ekonomi dapat membawa kemajuan besar dalam bidang ilmu pengetahuan, membawa kemudahan dalam bertransaksi ekonomi [14], maklum bisa dilakukan. memudahkan seseorang untuk membeli produk dari marketplace dan juga dapat memberikan keuntungan melalui berbagai inovasi jual beli online yang dapat mempermudah transaksi [15]. Perkembangan teknologi juga dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap transaksi ekonomi dan bisnis, perkembangan teknologi melalui media sosial dapat menciptakan peluang bisnis untuk menciptakan prospek bisnis dalam sistem bisnis baru saat ini [16]. Tentu saja, menghembuskan kehidupan baru dalam meningkatkan ekonomi pemasok dan ekonomi suatu negara. Dengan adanya media online ini dimungkinkan untuk mempermudah dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi melalui situs jejaring sosial [17]. Misalnya, ada beberapa website yang memudahkan berjualan dan bisa dibilang sebagai lapak jualan seperti shopee, shop pedia dan lain-lain yang memungkinkan penjual dengan mudah menjual barang atau produk ke masyarakat tanpa harus keluar toko [18]. modal untuk memulai bisnis, yang kemudian mengubah transaksi ekonomi menjadi satu, mudah dijalankan. Dengan cara ini, upaya media sosial dapat memberikan pengaruh yang baik dalam meningkatkan perekonomian dengan membuat promosi bisnis sangat efektif dan nyaman untuk mendapatkan keuntungan yang besar sehingga pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan barang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan meneliti pembelian melalui pasar [19].

Selain bisnis online juga dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan periklanan, saat ini banyak perusahaan yang menerapkan promosi penjualan di jejaring sosial untuk produknya, sehingga perusahaan dapat terbantu dalam mempromosikan dan memperluas audience [20]. Selain iklan online, banyak perusahaan yang berusaha memenangkan promosi permanen dari promosi cetak namun tetap mengutamakan penjualan yang mudah melalui sarana online, sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan pembeliannya. Dari perkembangan ekonomi digital mempunyai dampak positif terhadap perilaku pengguna media sosial seperti pertumbuhan ekonomi yang semakin dengan berkembangnya pusat-pusat industrialisasi di suatu wilayah dapat dengan mudah mengembangkan sarana informasi dan komunikasi suatu negara untuk pertumbuhan ekonomi, dengan produktivitas ekonomi suatu negara meningkat seiring permintaan dan semakin cepat dalam mengelola produksi sesuai permintaan pasar yang dikelola dengan sarana telekomunikasi dan dengan adanya media sosial dalam perkembangannya yang dapat membuka peluang kerja, dan juga memudahkan pekerja untuk tetap aktif dengan meningkatkan tingkat keterampilan, menambah pengetahuan, mengkomunikasikan pemahaman untuk meningkatkan perekonomian. Selain memiliki dampak positif, perkembangan ekonomi digital juga berdampak negatif terhadap perilaku pengguna jejaring sosial, yaitu persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat, kekerasan dan terjadinya tindak kriminal akibat ketimpangan ekonomi.

Kesimpulan

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi digital merupakan faktor penting bagi keberhasilan suatu bisnis, untuk itu perlu adanya peningkatan pemahaman tentang ekonomi digital bagi badan usaha agar dalam pengelolaannya bisnis meningkat. dalam hal distribusi pendapatan yang baik untuk bisnis masa depan dan juga dengan lebih menguasai teknologi digital yang berkembang saat ini untuk menarik pelanggan pelanggan dari berbagai daerah dan lebih efektif dalam mempromosikan produk mereka. Teknologi memang dikatakan sangat bermanfaat bagi semua orang, terutama meningkatkan kebutuhan untuk melakukan transaksi ekonomi guna meningkatkan kebutuhan ekonomi pengguna. Berbagai jenis perdagangan dibuat dengan menggunakan teknologi sebagai platform yang bagus untuk meningkatkan strategi pengguna bisnis, yang cenderung digunakan oleh para pedagang dan banyak perusahaan untuk meningkatkan bisnis mereka, khususnya mereka menggunakan teknologi media sosial yang unggul untuk melakukan transaksi jual beli.

Sebagai pelaku ekonomi, kita harus mampu menggunakan teknologi sebagai alat yang efektif dan aktif untuk melakukan transaksi. Kegiatan aktif dalam pelaksanaan transaksi tersebut merupakan kemampuan untuk meningkatkan produktivitas dunia industri dalam menghasilkan transaksi ekonomi, yang menjadikan pengumpulan informasi akurat dan up-to-date mungkin sebagai sarana transaksi tunai. Namun dengan adanya teknologi yang canggih dan penjualan suatu produk yang dibuat secara global di dunia sekarang ini masih membutuhkan kehati-hatian dan pemahaman agar penjualannya tidak merugikan konsumen hal ini agar tujuan penyebaran penjualan sebagai hoax/scam dapat dengan mudah dihilangkan. Oleh karena itu, sikap bijak terhadap segala bentuk promosi barang dan jasa di Internet diperlukan setiap konsumen dengan meningkatkan pengetahuan tentang produk untuk membeli atau mengidentifikasi kebutuhan. Melalui upaya tersebut, dampak negatif internet dapat diminimalisir.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih, terutama kepada banyak pihak yang telah mendukung atau turut serta dalam penelitian ini dan juga untuk mentor yang telah mempersembahkan bimbingan dan panduan selama penyusunan ini.

Daftar Pustaka

- [1] A. U. Hasanah, Y. Shino, and S. Kosasih, “The Role Of Information Technology In Improving The Competitiveness Of Small And SME Enterprises,” IAIC Transactions on Sustainable Digital Innovation (ITSDI), vol. 3, no. 2, pp. 168–174, 2022.
- [2] A. E. P. Nugraha and N. Wahyuhastuti, “Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda,” Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2017.
- [3] A. W. Widjaja, N. S. Komariah, S. Sunyoto, and G. Renaldiansyah, “Pemodelan Bisnis Dalam Pembayaran Digital: Upaya Untuk Memenangkan Persaingan.,” 2019.
- [4] M. Marfuin and R. Robin, “Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM),” in CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences, 2021, vol. 1, no. 1, pp. 425–436.
- [5] N. S. B. Maria and T. Widayati, “Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi,” JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen), vol. 6, no. 2, pp. 234–239, 2020.
- [6] K. Kasidi, “Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital,” Journal of Economic Education and Entrepreneurship, vol. 1, no. 1, pp. 17–23, 2020.
- [7] S. Palinggi and E. C. Limbongan, “Pengaruh Internet Terhadap Industri Ecommerce Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia,” in Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi), 2020, vol. 4, no. 1.
- [8] S. Palinggi and E. C. Limbongan, “Pengaruh Internet Terhadap Industri Ecommerce Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia,” in Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi), 2020, vol. 4, no. 1.
- [9] E. Y. Nasution, P. Hariani, L. S. Hasibuan, and W. Pradita, “Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia,” Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), vol. 3, no. 2, pp. 506–519, 2020.
- [10] A. Asnawi, “Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0,” Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, vol. 7, no. 1, pp. 398–413, 2022.
- [11] A. B. Setiawan, “Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia,” Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi, vol. 9, no. 1, p. 61, 2018.
- [12] R. Santoso, H. A. Munawi, and A. P. Nevita, “Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis di Era Ekonomi Digital,” Jurnal G-Tech, vol. 4, no. 1, pp. 286–293, 2020.
- [13] A. G. Gani, “Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya,” JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma, vol. 2, no. 2, 2018.
- [14] A. Putri and R. Zakaria, “Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital,” 2020.
- [15] S. Maharani and M. Ulum, “Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi

- Syariah Di Indonesia,” in Conference on Islamic Studies FAI 2019, 2020, pp. 1–11.
- [16] E. Suwarni, K. Sedyastuti, and A. H. Mirza, “Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital,” *Ikra-Ith Ekonomika*, vol. 2, no. 2, pp. 29–34, 2019.
- [17] I. Fahmi, R. Fachruddin, and V. Silvia, “Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi),” in prosiding seminar nasional kewirausahaan, 2019, vol. 1, no. 1, pp. 71–75.
- [18] A. Pujianto, A. Mulyati, and R. Novaria, “Pemanfaatan Big Data Dan Perlindungan Privasi Konsumen Di Era Ekonomi Digital,” *Majalah Ilmiah BIJAK*, vol. 15, no. 2, pp. 127–137, 2018.
- [19] S. Z. Friandi, S. Suwarto, and D. Rifai, “Pengaruh Coaching dan Mentoring terhadap Perkembangan Umkm Fashion Serta Orientasi yang Dimediasi Kewirausahaan,” *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, vol. 4, no. 1, pp. 75–81, 2020.
- [20] N. W. Sayekti, “Tantangan perkembangan ekonomi digital di indonesia,” *Info singkat*, vol. 10, no. 5, pp. 19–24, 2018.