

The Dynamics of the Digital Economy and Its Implications for Business Models

Dinamika Ekonomi Digital dan Implikasinya terhadap Model Bisnis

Maya Listanti¹, Fery Angga Saputra², Anjumi Zia Ulhaq³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Aceh Barat, Aceh, Indonesia

Email Korespondensi: maya@staidarulhikmah.ac.id

Abstract

The development of the digital economy has fundamentally transformed market structures, consumer behavior, and organizational operations. This article aims to analyze the dynamics of the digital economy and its implications for business model transformation through a literature review approach. The study examines various scholarly works related to digitalization, technological innovation, platform economy, big data, and shifts in value propositions within modern organizations. The findings indicate that the digital economy accelerates the transition from conventional business models toward platform-based, ecosystem-oriented, and data-driven strategies. Digital transformation enhances operational efficiency, expands market reach, and enables service personalization through data analytics. Nevertheless, challenges such as industry disruption, cybersecurity risks, and digital inequality remain critical strategic concerns that require adaptive management. Therefore, firms must develop dynamic capabilities, continuous innovation, and integrated digital transformation strategies to sustain competitiveness. This article provides a conceptual contribution to understanding the relationship between digital economic dynamics and the evolution of business models in contemporary management discourse.

Keywords: Digital Economy, Business Models, Digital Transformation, Innovation.

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah secara fundamental struktur pasar, perilaku konsumen, serta pola operasional perusahaan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dinamika ekonomi digital dan implikasinya terhadap transformasi model bisnis melalui pendekatan kajian pustaka. Studi ini menelaah berbagai literatur terkait digitalisasi, inovasi teknologi, platform economy, big data, serta perubahan value proposition dalam organisasi modern. Hasil kajian menunjukkan bahwa ekonomi digital mendorong pergeseran dari model bisnis konvensional menuju model berbasis platform, ekosistem, dan data-driven strategy. Digitalisasi juga meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memungkinkan personalisasi layanan berbasis analitik data. Namun demikian, tantangan seperti disrupsi industri, keamanan siber, dan ketimpangan digital tetap menjadi isu strategis yang harus dikelola secara adaptif. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mengembangkan kapabilitas dinamis, inovasi berkelanjutan, dan strategi transformasi digital yang terintegrasi. Artikel ini memberikan kontribusi konseptual dalam memahami hubungan antara dinamika ekonomi digital dan evolusi model bisnis dalam konteks manajemen kontemporer.

Kata kunci: *Ekonomi Digital, Model Bisnis, Transformasi Digital, Inovasi.*

.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah lanskap ekonomi global secara fundamental. Transformasi ini melahirkan apa yang dikenal sebagai ekonomi digital, yaitu sistem ekonomi yang bertumpu pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang bergantung pada aset fisik dan proses linear, ekonomi digital ditandai oleh konektivitas tinggi, pemanfaatan data secara masif, integrasi platform, serta efek jaringan (network effects) yang mempercepat pertumbuhan nilai (Aghivirwiati, 2025). Perubahan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural, karena memengaruhi mekanisme pasar, pola persaingan, dan strategi organisasi.

Ekonomi digital mencakup berbagai aktivitas ekonomi yang dimungkinkan oleh internet, perangkat mobile, komputasi awan (cloud computing), kecerdasan buatan (artificial intelligence), serta analitik big data. Difusi teknologi tersebut menurunkan biaya transaksi, mempercepat arus informasi, dan memperluas akses pasar tanpa batas geografis. Dalam konteks ini, perusahaan tidak lagi beroperasi dalam struktur pasar tradisional yang kaku, melainkan dalam ekosistem digital yang dinamis dan kolaboratif. Interaksi antara pelaku usaha, konsumen, dan mitra strategis berlangsung secara real-time, sehingga respons terhadap perubahan pasar harus semakin cepat dan adaptif.

Salah satu manifestasi utama dari dinamika ekonomi digital adalah munculnya model bisnis berbasis platform (Amori, 2025). Platform digital berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan berbagai kelompok pengguna dan memfasilitasi pertukaran nilai melalui mekanisme efek jaringan. Nilai suatu platform meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna, sehingga menciptakan skala ekonomi berbasis data dan partisipasi, bukan semata-mata pada aset fisik. Fenomena ini menantang teori organisasi industri klasik yang menekankan skala produksi berbasis sumber daya berwujud. Dalam ekonomi digital, aset tidak berwujud seperti algoritma, data pengguna, dan kapabilitas teknologi menjadi sumber utama keunggulan kompetitif.

Dinamika tersebut juga berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen. Digitalisasi meningkatkan transparansi informasi, memperluas pilihan, dan memperkuat posisi tawar konsumen. Ulasan daring, media sosial, serta sistem rekomendasi berbasis algoritma membentuk pola konsumsi baru yang lebih partisipatif dan interaktif. Konsumen tidak lagi sekadar penerima nilai, tetapi turut berkontribusi dalam proses penciptaan nilai melalui feedback dan data yang mereka hasilkan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mengembangkan proposisi nilai yang lebih personal, responsif, dan berbasis pengalaman pelanggan (customer experience).

Dari perspektif manajemen strategis, transformasi digital menjadi imperatif yang tidak dapat dihindari. Perusahaan yang gagal beradaptasi dengan perubahan teknologi berisiko

mengalami disrupsi oleh pemain baru yang lebih inovatif dan fleksibel. Konsep disruptive innovation menjelaskan bagaimana entitas baru dengan model bisnis berbasis teknologi mampu menggantikan perusahaan mapan yang terjebak dalam sistem operasional lama (Astuti, 2025). Tantangan terbesar bagi organisasi konvensional adalah mengatasi rigiditas struktural dan budaya organisasi agar mampu mengintegrasikan teknologi digital secara menyeluruh.

Selain itu, ekonomi digital mendorong konvergensi lintas sektor yang sebelumnya terpisah. Integrasi antara sektor keuangan dan teknologi, pendidikan dan teknologi, serta kesehatan dan teknologi menunjukkan bahwa batas industri semakin kabur. Konvergensi ini melahirkan ekosistem inovasi yang menempatkan kolaborasi sebagai sumber daya strategis. Keunggulan kompetitif tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan internal perusahaan, tetapi juga oleh posisi dan peran perusahaan dalam jaringan ekosistem yang lebih luas.

Namun demikian, transformasi menuju ekonomi digital tidak terlepas dari berbagai tantangan. Isu keamanan siber, perlindungan data pribadi, ketimpangan akses teknologi, serta dominasi pasar oleh perusahaan digital besar menjadi perhatian serius dalam diskursus akademik maupun kebijakan publik (Sudibyo, 2019). Konsentrasi kekuatan pasar pada segelintir platform global menimbulkan pertanyaan mengenai regulasi persaingan usaha dan tata kelola ekonomi digital yang adil. Di sisi lain, kesenjangan digital (digital divide) berpotensi

memperlebar ketimpangan sosial apabila akses terhadap teknologi tidak merata.

Secara teoretis, dinamika ekonomi digital menuntut re-evaluasi terhadap asumsi-asumsi ekonomi klasik dan neoklasik yang menekankan stabilitas pasar dan rasionalitas sempurna. Pasar digital cenderung bersifat volatil, inovatif, dan dipengaruhi oleh eksternalitas jaringan yang kuat. Oleh karena itu, pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori inovasi, manajemen strategis, dan ekonomi institusional menjadi relevan untuk memahami perubahan ini secara komprehensif. Analisis terhadap kapabilitas dinamis (*dynamic capabilities*) organisasi menjadi kunci dalam menjelaskan kemampuan perusahaan beradaptasi di tengah ketidakpastian lingkungan digital.

Dalam konteks tersebut, kajian mengenai implikasi ekonomi digital terhadap model bisnis menjadi sangat penting. Model bisnis pada dasarnya menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Transformasi digital mengubah struktur biaya, sumber pendapatan, hubungan pelanggan, serta konfigurasi sumber daya utama. Model berbasis langganan (*subscription*), *freemium*, monetisasi data, dan partisipasi dalam ekosistem platform menjadi alternatif strategis yang semakin dominan. Inovasi model bisnis bukan lagi pilihan tambahan, melainkan strategi inti dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Melalui analisis konseptual terhadap teori dan temuan empiris dalam bidang ekonomi dan manajemen, tulisan ini bertujuan membangun kerangka pemahaman yang komprehensif

mengenai hubungan antara transformasi digital dan strategi organisasi. Dengan demikian, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya diskursus mengenai ekonomi digital sekaligus menawarkan landasan konseptual bagi pengembangan strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka

Konsep Ekonomi Digital

Istilah ekonomi digital merujuk pada sistem ekonomi yang aktivitas utamanya dimediasi oleh teknologi digital dan infrastruktur internet. Secara konseptual, ekonomi digital berkembang dari pemikiran tentang information economy dan knowledge economy yang menempatkan informasi sebagai faktor produksi strategis (Sulistyowati, 2025). Dalam kerangka ini, data dipandang sebagai aset ekonomi baru yang memiliki karakteristik non-rivalry, scalable, dan dapat direplikasi dengan biaya marjinal yang rendah. Karakteristik tersebut membedakan ekonomi digital dari ekonomi industri yang berbasis pada kelangkaan sumber daya fisik.

Literatur awal menekankan bahwa digitalisasi menurunkan transaction costs dan meningkatkan efisiensi koordinasi pasar. Namun, perkembangan mutakhir menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak hanya memperkuat mekanisme pasar, tetapi juga menciptakan bentuk organisasi baru berbasis platform dan ekosistem (Mahera, 2025). Fenomena network externalities menjadi elemen sentral, di mana nilai suatu layanan

meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna. Dalam konteks ini, struktur pasar cenderung mengarah pada konsentrasi dan dominasi oleh beberapa pemain besar karena adanya winner-takes-most dynamics.

Selain itu, ekonomi digital memperluas konsep value creation. Nilai tidak lagi hanya dihasilkan melalui proses produksi internal perusahaan, tetapi melalui interaksi multipihak dalam jaringan digital. Oleh karena itu, analisis ekonomi digital memerlukan pendekatan lintas disiplin yang mengintegrasikan ekonomi industri, teori inovasi, dan manajemen strategis.

Transformasi Model Bisnis dalam Perspektif Teoretis

Model bisnis secara umum dipahami sebagai kerangka logis yang menjelaskan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (Afia, 2022). Literatur manajemen mengidentifikasi beberapa komponen utama model bisnis, seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, sumber daya kunci, struktur biaya, dan arus pendapatan. Dalam konteks digital, setiap komponen tersebut mengalami re-konfigurasi yang signifikan.

Transformasi digital mendorong munculnya model bisnis berbasis platform (platform-based business model). Model ini berfungsi sebagai mediator yang mempertemukan dua atau lebih kelompok pengguna yang saling bergantung. Keunggulan kompetitif platform terletak pada kemampuannya memanfaatkan data pengguna untuk meningkatkan efisiensi pencocokan (matching efficiency) dan personalisasi layanan. Dengan

demikian, data analytics menjadi elemen strategis dalam desain model bisnis digital.

Literatur juga menyoroti pentingnya business model innovation sebagai respons terhadap perubahan lingkungan teknologi. Inovasi model bisnis tidak hanya mencakup pengenalan produk baru, tetapi juga perubahan mendasar pada mekanisme penciptaan nilai dan monetisasi. Model subscription, freemium, dan monetisasi berbasis iklan digital merupakan contoh adaptasi terhadap karakteristik pasar digital yang menuntut fleksibilitas dan skalabilitas tinggi.

Kapabilitas Dinamis dan Keunggulan Kompetitif

Dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang cepat dan tidak pasti, teori kapabilitas dinamis (dynamic capabilities) menjadi kerangka analitis yang relevan (Evayani, 2022). Kapabilitas dinamis merujuk pada kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi sumber daya internal dan eksternal guna merespons perubahan lingkungan. Dalam konteks digital, kemampuan untuk mengadopsi teknologi baru, mengelola data secara efektif, serta mengembangkan budaya inovatif menjadi determinan utama keberlanjutan bisnis.

Beberapa studi menunjukkan bahwa transformasi digital yang berhasil tidak hanya bergantung pada investasi teknologi, tetapi juga pada kesiapan organisasi, kepemimpinan strategis, dan pembelajaran berkelanjutan. Dengan kata lain, teknologi merupakan enabler, sedangkan keunggulan kompetitif jangka panjang ditentukan oleh kemampuan manajerial dalam

mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis secara koheren.

Selain itu, literatur mengenai ekosistem inovasi menekankan pentingnya kolaborasi antar-organisasi dalam menciptakan nilai. Perusahaan digital sering kali beroperasi dalam jaringan kemitraan yang kompleks, di mana keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh kinerja individual, tetapi oleh efektivitas koordinasi dalam ekosistem tersebut.

Disrupsi Digital dan Tantangan Regulasi

Konsep disruptive innovation menjelaskan bagaimana teknologi digital memungkinkan pemain baru memasuki pasar dengan model bisnis yang lebih sederhana, murah, dan mudah diakses, sehingga mengancam perusahaan mapan (Wafa, 2025). Disrupsi ini mendorong perubahan struktur industri dan memaksa organisasi untuk melakukan transformasi strategis.

Namun demikian, literatur juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang muncul dari dominasi platform digital, seperti konsentrasi kekuatan pasar, isu privasi data, serta keamanan siber. Regulasi ekonomi digital menjadi isu penting dalam menjaga keseimbangan antara inovasi dan perlindungan kepentingan publik. Kerangka tata kelola yang adaptif diperlukan untuk mengantisipasi dinamika teknologi yang berkembang lebih cepat dibandingkan regulasi konvensional.

Di sisi lain, kesenjangan digital menjadi perhatian dalam konteks pembangunan ekonomi. Akses yang tidak merata terhadap infrastruktur dan literasi digital dapat memperlebar ketimpangan sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, literatur

pembangunan menekankan pentingnya kebijakan inklusif yang mendorong pemerataan manfaat ekonomi digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (literature review) untuk menganalisis dinamika ekonomi digital dan implikasinya terhadap transformasi model bisnis. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bersifat konseptual dan analitis, yaitu mensintesis berbagai teori, konsep, serta temuan empiris yang telah dipublikasikan dalam literatur akademik. Kajian pustaka memungkinkan peneliti membangun kerangka pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara perkembangan ekonomi digital dan evolusi model bisnis dalam perspektif ekonomi dan manajemen (Zed, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini berupa literatur sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah bereputasi, buku akademik, prosiding konferensi, serta laporan institusi yang relevan dengan tema ekonomi digital, inovasi model bisnis, platform economy, dan kapabilitas dinamis. Kriteria inklusi literatur meliputi: (1) relevansi substantif dengan topik penelitian, (2) publikasi dalam rentang waktu yang mencerminkan perkembangan mutakhir ekonomi digital, dan (3) kontribusi teoretis maupun empiris yang jelas terhadap pengembangan konsep. Literatur yang tidak memiliki validitas akademik atau tidak melalui proses peer-review tidak dimasukkan dalam analisis utama.

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan identifikasi, klasifikasi, dan sintesis konseptual. Pada tahap identifikasi, peneliti mengelompokkan literatur berdasarkan tema utama, seperti karakteristik ekonomi digital, transformasi model bisnis, disrupsi teknologi, dan kapabilitas dinamis. Tahap klasifikasi dilakukan untuk memetakan perspektif teoretis yang digunakan dalam masing-masing studi. Selanjutnya, tahap sintesis bertujuan untuk mengintegrasikan berbagai temuan tersebut ke dalam kerangka konseptual yang sistematis dan koheren, sehingga dapat menjelaskan pola hubungan antara variabel-variabel yang dikaji.

Untuk menjaga validitas dan konsistensi analisis, penelitian ini menerapkan pendekatan komparatif antar-sumber dan melakukan cross-referencing terhadap konsep-konsep kunci yang muncul dalam literatur. Dengan demikian, hasil kajian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan kritis. Metode ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman teoretis yang mendalam serta memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan studi ekonomi dan manajemen dalam konteks transformasi digital.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

a. Rekonfigurasi Penciptaan Nilai dalam Ekonomi Digital

Hasil kajian menunjukkan bahwa dinamika ekonomi digital telah mengubah secara mendasar mekanisme penciptaan

nilai (value creation) dalam organisasi. Pada model ekonomi konvensional, nilai umumnya dihasilkan melalui proses produksi internal yang linear, dimulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi kepada konsumen akhir. Namun, dalam ekonomi digital, penciptaan nilai bersifat kolaboratif, terbuka, dan berbasis jaringan (Maulana, 2025). Perusahaan tidak lagi menjadi satu-satunya aktor utama dalam proses tersebut, melainkan berperan sebagai orkestrator dalam suatu ekosistem digital.

Platform digital menjadi infrastruktur utama dalam proses re-konfigurasi ini. Model berbasis platform memungkinkan interaksi multipihak—produsen, konsumen, mitra, dan pengembang—untuk saling menciptakan dan bertukar nilai secara simultan. Efek jaringan (network effects) memperkuat posisi platform karena peningkatan jumlah pengguna akan meningkatkan utilitas sistem secara keseluruhan. Dengan demikian, skala ekonomi tidak lagi ditentukan oleh kapasitas produksi fisik, tetapi oleh kemampuan mengelola partisipasi dan data pengguna.

Data menjadi sumber daya strategis yang menentukan diferensiasi dan keunggulan kompetitif. Organisasi yang mampu mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara efektif dapat menciptakan proposisi nilai yang lebih personal dan adaptif. Personalisasi layanan, rekomendasi berbasis algoritma, serta analitik prediktif merupakan bentuk konkret dari transformasi ini. Oleh karena itu, hasil kajian menegaskan bahwa dalam ekonomi digital, nilai bersifat dinamis dan terus

berkembang melalui interaksi berkelanjutan antara teknologi, data, dan pengguna.

b. Transformasi Struktur Model Bisnis dan Strategi Monetisasi

Temuan kajian pustaka menunjukkan bahwa transformasi digital mendorong perubahan signifikan pada struktur model bisnis, khususnya dalam aspek arus pendapatan (revenue streams), struktur biaya (cost structure), serta hubungan pelanggan (customer relationships) (Yasid, 2024). Model bisnis tradisional yang bergantung pada penjualan langsung produk atau jasa kini mengalami diversifikasi melalui berbagai mekanisme monetisasi baru.

Model berbasis langganan (subscription-based model) menjadi semakin dominan karena memberikan pendapatan yang berulang dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, model freemium memungkinkan perusahaan menyediakan layanan dasar secara gratis untuk menarik basis pengguna yang luas, kemudian memperoleh pendapatan dari fitur premium atau iklan digital. Monetisasi berbasis data juga menjadi strategi yang signifikan, di mana informasi perilaku pengguna dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan pengembangan produk.

Struktur biaya dalam model bisnis digital cenderung mengalami pergeseran dari biaya produksi fisik menuju investasi dalam teknologi, infrastruktur digital, serta pengembangan sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi informasi. Biaya marjinal yang relatif rendah dalam distribusi

digital memungkinkan perusahaan mencapai skalabilitas tinggi dalam waktu singkat. Namun, ketergantungan pada teknologi juga meningkatkan risiko terkait keamanan siber dan kebutuhan pembaruan sistem secara berkelanjutan.

Hubungan pelanggan dalam konteks digital juga mengalami transformasi. Interaksi tidak lagi bersifat satu arah, tetapi dialogis dan partisipatif. Media sosial, aplikasi mobile, dan platform interaktif memungkinkan perusahaan membangun engagement yang lebih intensif. Dengan demikian, model bisnis digital menekankan pengalaman pelanggan (*customer experience*) sebagai elemen inti dalam strategi penciptaan nilai.

c. Kapabilitas Dinamis dan Adaptasi terhadap Disrupsi Digital

Hasil analisis literatur menegaskan bahwa keberhasilan transformasi model bisnis sangat dipengaruhi oleh kapabilitas dinamis organisasi. Lingkungan ekonomi digital yang volatil dan penuh ketidakpastian menuntut perusahaan untuk terus melakukan pembaruan strategi dan inovasi (Rojabi, 2025). Kapabilitas dinamis mencakup kemampuan sensing (mengidentifikasi peluang dan ancaman), seizing (memanfaatkan peluang), serta transforming (merekonfigurasi sumber daya).

Organisasi yang responsif terhadap perubahan teknologi cenderung memiliki budaya inovasi yang kuat, kepemimpinan visioner, serta sistem pembelajaran organisasi yang adaptif. Transformasi digital yang efektif tidak hanya melibatkan adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan pola pikir (*mindset*) dan

struktur organisasi. Integrasi antara strategi bisnis dan strategi teknologi menjadi faktor penentu keberlanjutan jangka panjang.

Disrupsi digital sering kali muncul dari pemain baru yang lebih fleksibel dan tidak terbebani oleh sistem lama (legacy systems). Oleh karena itu, perusahaan mapan perlu mengembangkan strategi ambidextrous, yaitu kemampuan menjalankan operasional inti secara efisien sekaligus mengeksplorasi inovasi baru. Kolaborasi dengan startup, investasi pada riset dan pengembangan, serta partisipasi dalam ekosistem inovasi merupakan langkah strategis yang banyak diidentifikasi dalam literatur.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika ekonomi digital tidak hanya berdampak pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada fondasi strategis organisasi. Transformasi model bisnis menjadi respons rasional terhadap perubahan struktur pasar, perilaku konsumen, dan kemajuan teknologi. Keberhasilan adaptasi sangat bergantung pada integrasi antara inovasi teknologi, desain model bisnis yang fleksibel, dan kapabilitas dinamis yang kuat. Dengan demikian, ekonomi digital dapat dipahami sebagai katalisator utama evolusi manajemen modern dan pembentukan keunggulan kompetitif berkelanjutan.

2. Pembahasan

a. Implikasi Teoretis Dinamika Ekonomi Digital terhadap Paradigma Manajemen

Dinamika ekonomi digital menuntut peninjauan ulang terhadap paradigma manajemen dan ekonomi klasik yang selama ini mendominasi literatur. Dalam kerangka neoklasik, perusahaan dipandang sebagai entitas rasional yang beroperasi dalam pasar relatif stabil dengan struktur persaingan yang dapat diprediksi. Namun, realitas ekonomi digital menunjukkan bahwa pasar bersifat sangat dinamis, inovatif, dan dipengaruhi oleh eksternalitas jaringan yang kuat. Kondisi ini menggeser fokus analisis dari efisiensi produksi menuju kemampuan adaptasi dan inovasi berkelanjutan.

Salah satu implikasi teoretis yang signifikan adalah pergeseran dari resource-based view (RBV) tradisional menuju pendekatan kapabilitas dinamis. Jika RBV menekankan kepemilikan sumber daya unik sebagai sumber keunggulan kompetitif, maka dalam ekonomi digital, keunggulan lebih ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam merekonfigurasi sumber daya secara cepat sesuai perubahan lingkungan. Aset digital seperti data, algoritma, dan infrastruktur cloud memang penting, tetapi tanpa kemampuan manajerial yang adaptif, aset tersebut tidak akan menghasilkan nilai optimal.

Selain itu, teori organisasi industri juga mengalami tantangan konseptual. Struktur pasar dalam ekonomi digital cenderung mengarah pada konsentrasi akibat efek jaringan dan

skala ekonomi berbasis data. Fenomena winner-takes-most memperlihatkan bahwa perusahaan yang lebih dahulu mencapai critical mass pengguna akan memperoleh keunggulan hampir monopolistik. Dengan demikian, analisis persaingan tidak lagi cukup hanya menggunakan kerangka lima kekuatan pasar, tetapi perlu mempertimbangkan dinamika platform, ekosistem, dan interoperabilitas teknologi.

Ekonomi digital juga memperkuat relevansi teori inovasi terbuka (open innovation). Perusahaan tidak lagi dapat mengandalkan inovasi internal semata, melainkan perlu berkolaborasi dengan mitra eksternal, komunitas pengguna, bahkan pesaing dalam beberapa konteks. Kolaborasi ini menciptakan jaringan nilai (value network) yang kompleks, di mana batas organisasi menjadi semakin permeabel. Oleh karena itu, paradigma manajemen kontemporer bergerak menuju pendekatan yang lebih integratif dan berbasis ekosistem.

b. Strategi Adaptasi Model Bisnis dalam Lingkungan Digital

Pembahasan hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi model bisnis bukan sekadar perubahan struktural, melainkan proses strategis yang melibatkan perumusan ulang logika penciptaan nilai. Perusahaan yang berhasil beradaptasi umumnya melakukan inovasi pada beberapa komponen model bisnis secara simultan, seperti proposisi nilai, mekanisme distribusi, serta strategi monetisasi.

Pada aspek proposisi nilai, digitalisasi memungkinkan perusahaan menawarkan produk dan layanan yang lebih

terpersonalisasi, berbasis pengalaman, dan real-time. Personalisasi ini didukung oleh analitik data yang mampu mengidentifikasi preferensi dan perilaku konsumen secara akurat. Dengan demikian, proposisi nilai tidak lagi bersifat generik, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan spesifik segmen pasar.

Dalam hal distribusi, kanal digital memperluas jangkauan pasar secara signifikan dengan biaya relatif rendah. E-commerce, aplikasi mobile, dan media sosial menjadi medium utama interaksi antara perusahaan dan konsumen. Hal ini mengurangi ketergantungan pada distribusi fisik dan memungkinkan ekspansi global tanpa investasi infrastruktur yang besar. Namun, kompetisi di ruang digital juga sangat intensif, sehingga diferensiasi berbasis pengalaman pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan.

Strategi monetisasi dalam ekonomi digital menunjukkan diversifikasi yang lebih kompleks dibandingkan model tradisional. Selain penjualan langsung, perusahaan memanfaatkan langganan, iklan digital, komisi transaksi, serta monetisasi data sebagai sumber pendapatan alternatif. Model multi-sided platform memungkinkan perusahaan memperoleh pendapatan dari lebih dari satu kelompok pengguna, sehingga menciptakan fleksibilitas finansial. Akan tetapi, ketergantungan pada data dan iklan juga menimbulkan isu etika dan regulasi yang perlu dikelola secara hati-hati.

Keberhasilan strategi adaptasi ini sangat dipengaruhi oleh kesiapan organisasi dalam melakukan transformasi budaya dan

struktural. Transformasi digital sering kali gagal bukan karena kekurangan teknologi, melainkan karena resistensi internal, kurangnya visi kepemimpinan, serta lemahnya koordinasi lintas fungsi. Oleh karena itu, integrasi antara strategi bisnis dan transformasi organisasi menjadi kunci utama dalam memastikan efektivitas model bisnis digital.

c. Tantangan Keberlanjutan dan Tata Kelola dalam Ekonomi Digital

Meskipun ekonomi digital menawarkan peluang pertumbuhan yang signifikan, pembahasan literatur menunjukkan adanya tantangan serius terkait keberlanjutan dan tata kelola. Konsentrasi kekuatan pasar pada beberapa platform besar berpotensi menciptakan ketimpangan persaingan dan menghambat inovasi dari pelaku usaha kecil. Dalam konteks ini, regulasi persaingan usaha perlu disesuaikan dengan karakteristik pasar digital yang berbasis data dan efek jaringan.

Isu privasi dan keamanan data juga menjadi perhatian utama. Model bisnis berbasis data mengharuskan perusahaan mengumpulkan dan memproses informasi pengguna dalam skala besar. Tanpa tata kelola yang baik, praktik ini dapat menimbulkan pelanggaran privasi dan risiko keamanan siber. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan prinsip good digital governance yang mencakup transparansi, akuntabilitas, serta perlindungan hak pengguna.

Selain itu, kesenjangan digital menjadi tantangan struktural dalam konteks pembangunan ekonomi. Akses yang tidak merata terhadap teknologi dan literasi digital dapat

menghambat partisipasi kelompok tertentu dalam ekonomi digital. Hal ini berimplikasi pada distribusi manfaat ekonomi yang tidak seimbang. Oleh karena itu, kolaborasi antara sektor publik dan swasta diperlukan untuk memperluas akses infrastruktur digital dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia.

Dalam perspektif keberlanjutan jangka panjang, perusahaan digital perlu mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari operasionalnya. Meskipun aktivitas digital sering dianggap lebih efisien, penggunaan pusat data berskala besar dan konsumsi energi tinggi menimbulkan konsekuensi ekologis. Dengan demikian, integrasi prinsip sustainability ke dalam strategi digital menjadi agenda penting dalam manajemen kontemporer.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa dinamika ekonomi digital bukan hanya fenomena teknologi, melainkan transformasi struktural yang memengaruhi teori, strategi, dan tata kelola bisnis. Adaptasi model bisnis yang efektif harus disertai dengan penguatan kapabilitas dinamis, inovasi berkelanjutan, serta komitmen terhadap tata kelola yang etis dan inklusif. Dengan pendekatan yang komprehensif tersebut, perusahaan dapat memanfaatkan peluang ekonomi digital sekaligus memitigasi risiko yang menyertainya.

Kesimpulan

Dinamika ekonomi digital telah membawa perubahan struktural yang signifikan terhadap cara organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Transformasi ini ditandai oleh pergeseran dari model bisnis konvensional menuju model berbasis platform, data, dan ekosistem digital. Nilai ekonomi tidak lagi semata-mata dihasilkan melalui proses produksi internal yang linear, melainkan melalui interaksi multipihak yang didukung oleh teknologi dan analitik data. Dengan demikian, ekonomi digital dapat dipahami sebagai katalis utama evolusi model bisnis dalam konteks manajemen kontemporer.

Implikasi strategis dari perubahan tersebut menuntut organisasi untuk mengembangkan kapabilitas dinamis yang memungkinkan adaptasi cepat terhadap inovasi teknologi dan perubahan pasar. Keunggulan kompetitif tidak lagi hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya, tetapi oleh kemampuan merekonfigurasi sumber daya tersebut secara efektif dan berkelanjutan. Inovasi model bisnis, integrasi strategi digital, serta penguatan budaya organisasi yang adaptif menjadi faktor kunci dalam mempertahankan relevansi dan daya saing di era digital.

Namun demikian, transformasi menuju ekonomi digital juga menghadirkan tantangan terkait tata kelola, regulasi, keamanan data, dan kesenjangan akses teknologi. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi model bisnis digital harus diimbangi dengan komitmen terhadap prinsip transparansi,

akuntabilitas, dan keberlanjutan. Pendekatan yang integratif antara strategi bisnis, inovasi teknologi, dan tata kelola yang etis akan menentukan kemampuan organisasi dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- AbdulFattah AbdulGaniyy, & Ibraheem Alani AbdulKareem. (2022). Islamic Banking and Global Financial Crises: A Review of Liquidity Risk Management. *Economia: Journal of Economics and Management*, 1(1)
- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis. OSF Preprints.
- Aghivirwiati, G. A., SH, M., Soseco, T., Hadi Sutrisno, S. E., Irwanto, T. Z., SE, M., ... & CSME, C. (2025). Ekonomi Digital Dan Perubahan Struktur Pasar. Cendikia Mulia Mandiri.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Ar Royyan Ramly. (2022). Konsep Gharar dan Maysir dan Aplikasinya pada Lembaga Keuangan Islam. *Economia: Journal of Economics and Management*, 1(1).

- Astuti, B. (Ed.). (2025). *Manajemen Pemasaran Digital: Teknologi Digital dan Inovasi Global*. Serasi Media Teknologi.
- Evayani, E., Mutia, E., Saleh, M., & Rahmawati, S. (2022). Dynamic capability theory: Perspektif akuntansi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 324-331.
- Mahera, R. M., & Suryadi, N. (2025). Transformasi mekanisme pasar dalam ekonomi berbasis teknologi digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11).
- Maulana, A. (2025). Transformasi Digital, Inovasi Terbuka, dan Pengambilan Keputusan Berbasis Data: Implikasi bagi Strategi Bisnis. *Koaliansi: Cooperative Journal*, 5(1), 55-70.
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi. (2025). *AL-UKHWAH - JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM*, 4(1), 96-113. <https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5883>
- Rojabi, M. A. (2025). *Manajemen: Teori, praktik, dan dinamika di era disrupsi*. Afdan Rojabi Publisher.
- Sudibyo, A. (2019). *Jagat digital: pembebasan dan penguasaan*. Kepustakaan populer gramedia.
- Sulistyowati, R., Listiadi, A., Subroto, W. T., Ramadhani, S. N., Sarfita, D., Damayanti, F., ... & Weni, W. (2025).

Pembelajaran Ekonomi Digital: Konsep, Transformasi Pasar Dan Kesiapan Teknologi. Penerbit Tahta Media.

Wafa, F., & Damanhuri, A. (2025). Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital (Disruptive Innovation, Creative Destruction dan Sustaining Innovation). *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 543-551.

Yasid, I. F., & Pahlevi, R. W. (2024). Strategi Pengembangan dan Pemasaran Digital Industry Agency. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(2), 197-205.

Yusriza, Y., Irhamna, I., & Rahayu, E. (2025). Bias Perilaku dalam Keputusan Keuangan: Perspektif Ekonomi Perilaku Modern. *Economia: Journal of Economics and Management*, 4(2), 101-120