

## Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi

Vina Albarsyah<sup>1</sup>

Universitas Singaperbangsa Karawang  
 Email: [vinaalbarsyah@gmail.com](mailto:vinaalbarsyah@gmail.com)

### Info Artikel

*Article history:*

Received: 15-09-2023

Revised: 16-11-2023

Accepted: 5-12-2023

### Abstrak

Perkembangan ekonomi digital terkait dengan perilaku transaksi pengguna jejaring sosial, dan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi berdampak besar pada perilaku konsumen global, pilihan dan keputusan pembelian. Teknologi informasi memungkinkan manusia untuk melakukan berbagai aktivitas dengan cepat dan akurat kapan saja, di mana saja, yang menjanjikan peningkatan efisiensi dan produktivitas. Perubahan perilaku konsumen mengenai pola pengumpulan informasi dan transaksi jual beli harus terus dicermati untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang kebutuhan konsumen. Di Indonesia, hal ini berpotensi mempengaruhi perkembangan teknologi dunia. Perkembangan teknologi terjadi di berbagai bidang, terutama perkembangan ekonomi digital. Ekonomi digital memiliki pengaruh positif maupun negatif bagi pembentukan Indonesia. Pengaruh perkembangan ekonomi digital telah menjadi tempat tersendiri bagi pemerintah atau masyarakat untuk menjadi tempat dalam melakukan berbagai jenis transaksi ekonomi. Tujuan pencarian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap penggunaan media sosial dalam bertransaksi. Hasil penelitian ini adalah berkembangnya perusahaan periklanan, dan banyak perusahaan atau bisnis online yang menerapkan promosi penjualan di jejaring sosial untuk produk mereka, sehingga sangat membantu dalam mempromosikan dan memperluas audiens.



©2023 Authors. Published by Sabajaya Publisher. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Dalam 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 elektronik untuk keperluan melakukan aktivitas interaktif. Dalam studi Tapscott (1998) menggambarkan sistem ekonomi sosial-politik yang sangat berbeda untuk mengakses informasi, dan kemampuan untuk memproses informasi dan komunikasi. Komponen ekonomi digital pertama kali didefinisikan sebagai industri teknologi, kegiatan ecommerce antara bisnis dan individu, distribusi barang dan jasa digital, dukungan penjualan, khususnya sistem dan layanan menggunakan internet.

Dengan adanya digitalisasi, rancangan yang tak jarang dipasang untuk menyebutkan akibat dunia teknologi fakta dan komunikasi, tidak hanya dalam internet, namun juga dalam bidang ekonomi. Konsep ini sebagai sebuah pandangan mengenai hubungan antara perkembangan penemuan dan kemajuan teknologi dan dampaknya dalam ekonomi makro juga ekonomi mikro. 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 berseteru di dunia saat berbagai bidang semacam internet. Data, komunikasi, didikan dan keuangan, yang berjuang untuk mampu mengatasi persoalan lain satu sama lain dan pekerjaan sehari-hari masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap tahun perkembangan teknologi semakin menggelobal. Teknologi bicara mulai banyak digunakan untuk kehidupan 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.

Menduduki perubahan manufaktur 4.0, teknologi digital membentuk salah satu persediaan primer yang diperlukan oleh para pelaku industri untuk membuka lebar-lebar lini usaha mereka. Kedatangan manufaktur 4.0, sebenarnya membentuk petunjuk rantaian industri tak bisa dipisahkan oleh perkembangan teknologi. Urutan bidang industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi pasti dapat membawa pengaruh yang positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Karena adanya teknologi digital, suatu negara mampu menolak perekonomiannya ke arah keuangan digital. Era ekonomi digital, sebenarnya, sudah berlangsung mulai dari tahun 1980-an, dengan menggunakan personal computer (PC) dan internet sebagai teknologi kunci yang digunakan untuk e-sains bisnis. Pemakaian teknologi semacam PC dan internet inipun sebagai awal dari rangkaian e-commerce atau perniagaan elektronik. berjalannya rangkaian teknologi, pada zaman digital economy akhirnya memasuki era new digital economy, diketahui dengan adanya mobile technology, akses internet yang tidak terbatas, serta kehadiran teknologi cloud yang dipakai. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan ekonomi digital. Google dan TEMASEK (2018) dalam penelitiannya, mengucapkan sebenarnya salah satu hal yang membantu perkembangan internet ekonomi di Indonesia adalah banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Belakangan ini, berbagai perkembangan yang terjadi cukup mencengangkan, khususnya di bidang digital. Teknologi informasi, khususnya teknologi digital, yang menunya terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi modern, terutama terkait dengan komponen teknologi komputer yang berkembang saat ini, dapat diakses dengan menggunakan metode teknologi telepon genggam elektronik. Yang bertujuan untuk dapat mencapai berbagai interaksi satu sama lain. Tidak dipungkirkah bahwa setiap tahun perkembangan teknologi semakin mengglobal. Teknologi berbicara mulai banyak digunakan oleh masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya teknologi dapat membuat perkembangan yang terus berkembang di berbagai jenis dan sektor khususnya di bidang ekonomi. Dengan demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan digital dapat berdampak pada sikap dan perilaku.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini difokuskan pada aplikasi media sosial berupa website, blog, mikroblog (Twitter), konten (YouTube, Instagram), dan jejaring sosial (Facebook). 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.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang berbasis pada elemen teknologi digital tidak lepas dari dampak perkembangan teknologi yang berskala besar. Adanya teknologi melewati media massa dipakai untuk transaksi keuangan agar mempermudah pelayanan masyarakat demi pertalian bisnis hanya dengan mengusulkan keputusan dari tujuan baik ketika melakukan transaksi keuangan. 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.

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. Keberhasilan teknologi juga dapat mempermudah penyediaan berbagai layanan dan dapat meningkatkan perekonomian melalui keberadaan bank yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi ekonomi tunai. Selain itu juga terdapat dampak negatif yaitu vadanya jaringan

komunikasi dalam transaksi ekonomi yang apabila disalah guna kan dapat dengan menimbulkan kecurigaan 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 prestasi dalam sistem transaksi ekonomi.

Dampak positif ekonomi digital terhadap perilaku pengguna jejaring sosial adalah:

- a. Meningkatkan kemampuannya dalam industri melalui teknologi yang meningkatkan jenis produksi dan usaha yang dikelolanya.
- b. Dengan adanya media sosial berbasis teknologi memudahkan untuk mendapatkan informasi dan melakukan transaksi secara langsung dalam jarak jauh dan mudah atas produk yang diperjualbelikan, memungkinkan konsumen untuk lebih mudah melakukan transaksi ekonomi yang akan menguntungkan produsen atau pelaku ekonomi utama dengan sistem transaksi berjalan

Adapun dampak dan pengaruh negatif yang ditimbulkan adalah:

- a. Adanya jaringan komunikasi dalam transaksi ekonomi yang disalah gunakan dapat dengan mudah menimbulkan penipuan yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan banyak pihak baik dalam bentuk produksi maupun dalam bentuk pembiayaan sehingga menyebabkan konsumen mengalami kerugian yang sangat besar.
- b. Penyalahgunaan sarana komunikasi dapat berdampak pada standar, seperti pencemaran nama baik dan sistem pemblokiran serta peretas dalam sistem transaksi ekonomi
- c. Adanya teknologi dapat mempermudah terwujudnya berbagai layanan dan dapat meningkatkan perekonomian dengan hadirnya bank yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi ekonomi tunai

Salah satu pengaruh positif yang berdampak besar dalam perkembangan media komunikasi sebagai sarana dalam melakukan transaksi ekonomi adalah dapat memberikan kemajuan yang begitu besar dalam bidang pengetahuan, memberikan kemudahan dalam bertransaksi ekonomi, dengan cara yang mudah dipahami yang dapat memudahkan seseorang dalam mendapatkan suatu produk yang diinginkan yang digunakan sebagai cara baru seseorang dalam melakukan aktifitas. Dan hal ini juga dapat memberikan manfaat yang dibawa melalui berbagai inovasi penjualan online yang dapat memudahkan untuk bertransaksi. Perkembangan teknologi juga dapat membawa pengaruh yang signifikan dalam bertransaksi ekonomi dan bisnis, perkembangan teknologi melalui media sosial yang dapat membuat peluang usaha menjadikan bisnis yang menjanjikan dalam sistem berbisnis baru di masa kini. Yang tentu saja hal tersebut memberikan nafas baru dalam meningkatkan perekonomian penjualan dan perekonomian suatu negara. Dengan adanya media online ini dapat memberikan kemudahan seseorang siapa saja dapat melakukan berbagai aktifitas ekonomi melalui media situs jejaring sosial.

Sebagai contoh ada beberapa situs penjualan yang mudah dan dapat diambil sebagai lapak penjualan seperti shopee, toko pedia dan yang lainnya yang memberikan kemudahan penjual untuk menjual barang atau produk kepada masyarakat, tanpa harus menge luarkan modal yang besar dalam memulai bisnis yang nantinya perputaran transaksi ekonomi dapat dengan mudah tercapai. Dengan begitu usaha yang dilakukan di media sosial dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap meningkatkan ekonomi seseorang dalam melakukan promosi usaha yang sangat efektif dan praktis dalam mendapatkan keuntungan yang besar sehingga pelanggan dengan mudah untuk mendapatkan barang sesuai dengan kebutuhannya dengan carav mencari belanja melalui situs penjualan yang ada.

### **Dampak Positif Internet**

1. Berkembangnya Marketplace
2. Semakin masifnya start up bisnis
3. Membuka dan memberikan penjelasan secara cepat dan mudah

### **Dampak Negatif Internet**

1. Munculnya informasi hoax
2. Munculnya informasi keliru
3. Munculnya informasi palsu

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, memudahkan seseorang untuk membeli prosuk marketplace dan juga dapat memberikan keuntungan melalui berbagai inovasi juga beli online yang dapat mempermudah transaksi. 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. Tentu saja, menghembuskan kehidupan baru dalam meningkatkan ekonomi pemasok dan ekonomi suatu negara. Dengan adanya media sosial ini diunggulkan untuk mempermudah dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi melalui situs jejaring sosial. Misalnya, ada beberapa website yang memudahkan berjualan dan bisa dibilang sebagai lapak jualan seperti shopee, shop pedia dan lain-lain yang memungkinkan penjualan dengan mudah menjual barang atau produk ke masyarakat tanpa harus keluar rumah. 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.

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. Selain iklan online, banyak perusahaan mencoba mendapatkan promosi permanen dari promosi cetak, namun tetap mengutamakan penjualan yang mudah melalui cara online, sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan pembelian. Dari perkembangan ekonomi digital mempunyai dampak positif terhadap perilaku pengguna media sosial seperti pertumbuhan ekonomi yang semakin 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, meningkatkan pengetahuan, memberikan pemahaman untuk meningkatkan ekonomi. Selain berdampak 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 kesenjangan ekonomi.

### **Peluang Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0**

Era revolusi industri 4.0 telah membawa peluang yang sangat besar bagi industri layanan keuangan. Revolusi Industri 4.0 akan menghasilkan peningkatan efisiensi pengurangan biaya produksi dan penyederhanaan proses bisnis. Industri jasa keuangan harus terus mengintensifkan penggunaan teknologi informasi tidak hanya demi efisiensi tetapi juga karena kebutuhan orang-orang yang menginginkannya proses transaksi yang lebih sederhana dan efisien (Ninuk Muljani | Lena Ellitan | Jurusan Manajemen, 2019). Era Revolusi Industri 4.0 merupakan era digital yang telah melahirkan perusahaan untuk berbagai hal yang nyaman dan tidak terbatas, semua transaksi pembiayaan dilakukan melalui gadget seperti pengiriman uang, investasi untuk pendanaan yang aman (Koesworo et al., 2019). Perubahan perilaku perusahaan pada saat itu revolusi industri 4.0 menawarkan peluang bagi para pelaku bisnis untuk bermunculan sebuah inovasi baru dalam teknologi informasi digital adalah contohnya khususnya.

Teknologi keuangan / FinTech adalah hasil dari kombinasi layanan keuangan dengan teknologi yang pada akhirnya mengubah model bisnis konvensional hingga sedang, yang semula harus bertatap muka dan membawa uang tunai, kini Anda dapat bertransaksi dari jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik. Fintech sendiri berarti teknologi dan inovasi baru dikembangkan untuk memperluas dan mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Fintech harus meningkatkan inklusi keuangan masyarakat, dengan semua fasilitas dan efisiensi, mampu menjangkau masyarakat secara luas, sehingga masyarakat yang belum terjangkau oleh layanan keuangan konvensional juga bisa menjadi sasaran, dan pada akhirnya dapat mempercepat pembangunan ekonomi masyarakat. Salah satu jenis fintech yang mampu menjangkau masyarakat luas, khususnya di

industri jasa keuangan di bidang pembayaran adalah digital payment.

### **Pemasaran Digital**

Kata digital artinya sama dengan angka, digital adalah kata yang dapat mewakili peralatan seperti komputer, kamera digital, ponsel, MP3 pembaca, CD, DVD, kalkulator, scanner, e-mail, Internet. Peralatan memiliki fungsi yang berbeda tetapi didasarkan pada teknologi digital (Plowman 2016; Mantila and Susan 2019, 2), di mana peralatan tersebut menyimpan informasi dalam bentuk digital. Semua alat ini menyimpan, bertukar dan mengolah informasi dalam bentuk angka. Peralatan komunikasi digital menggunakan bahasa digital yang sama yang digunakan bilangan biner (0 dan 1). Di komputer atau peralatan digital lainnya, ada jutaan saklar atau sering disebut transistor yang memiliki dua kondisi yaitu hidup dan mati. Satu diwakili oleh angka 1 ketika ada pulsa listrik kecillistrik mengalir dan padam dilambangkan dengan angka 0 saat tidak ada listrik untuk mengalir. 1 dan 0 disebut juga bit, sedangkan 8 bit disebut 1 byte. Dengan demikian, informasi atau data yang terkandung dalam peralatan digital selama pemrosesan penyimpanan dan pengambilan akan dikonversi menjadi bit dan diubah menjadi listrik atau sebaliknya. Karenanya angkanya biner (bit) dapat mewakili peralatan digital ketika ada atau tidak ada aliran listrik (Woodford 2006) Jika pemasaran menciptakan dan memenuhi permintaan, maka pemasaran digital merangsang kreasi dan permintaan dengan menggunakan kekuatan Internet.

Dengan menanggapi permintaan ini dengan cara baru dan inovatif. Internet adalah media interaktif yang memungkinkan pertukaran nilai. internet mengubah cara pemasaran dan menciptakan paradigma baru dalam menghubungkan produsen dan konsumen. Jangkauan pemasaran bisa diperlakukan di Internet sejak produk atau layanan disiapkan, dipromosikan, dibeli dan didistribusikan dan disajikan. Bagaimanapun, pemasaran internet tidak menghapus prinsip pemasaran dalam bisnis, bahkan Internet menyediakan lingkungan baru untuk dibangun (Stokes 2013,18).

### **Dimensi pembayaran digital**

Dimensi pembayaran digital adalah sebagai berikut:

- a. Efisiensi: mengacu pada kenyamanan pengguna menggunakan metode pembayaran.
- b. Kualitas layanan: Kualitas layanan dalam model ini mengacu pada kualitas dukungan secara keseluruhan saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- c. Kemudahan pembayaran yang dirasakan: mengacu pada kemudahan memahami dan mengelola sistem pembayaran
- d. Kecepatan yang dirasakan: Kecepatan dalam model ini mengacu pada pertukaran informasi pembayaran yang harus dapat mengarah pada penggunaan aktual dan pada akhirnya mengarah pada kepuasan pengguna terhadap sistem.
- e. Kesenangan yang dirasakan: Kesenangan menggunakan sistem pembayaran elektronik secara signifikan akan mempengaruhi kepuasan pengguna.
- f. Keamanan: Dimensi keamanan dalam model ini berkaitan dengan penyediaan akses yang aman ke semua aplikasi dan fasilitas yang tersedia.
- g. Penggunaan Aktual: Penggunaan mengacu pada waktu yang dihabiskan pengguna menggunakan teknologi.
- h. Manfaat yang dirasakan: Ini adalah penilaian manfaat sistem pembayaran elektronik bagi pelanggan, dan semua sumber penggunaan, termasuk waktu yang dibutuhkan untuk menerima pembayaran menggunakan sistem pembayaran elektronik.

### **Pemasaran Media Sosial**

Pemasaran melalui media sosial merupakan salah satu teknik pemasaran digital. Media sosial saat ini merupakan bagian yang tidak bisa terlepas dari sebagian besar kehidupan masyarakat karena manusia adalah makhluk sosial, media sosial menjadi jembatan dalam bersosial dan memenuhi tujuan strategis secara digital (Wang & Hyun 2017; Sahai et al. 2018; Sokolova and Hager 2019; Arora et al. 2019; Jacobson et al. 2019; Kawafa and Doga 2019). Menurut data dari Statista (2019) media sosial terpopuler adalah *facebook* dengan jumlah pengguna 2,4 miliar, kemudian disusul oleh *youtube* 2 miliar, *whatsapp* 1,6 miliar, *facebook messenger* 1,2 miliar, *wechat* 1,12 miliar dan *instagram* 1 miliar. Berdasarkan data pengguna media sosial tersebut maka sangat besar peluang untuk melakukan pemasaran di media sosial.

### Pemasaran Email

Email marketing adalah salah satu teknik pemasaran digital, yang dapat digunakan sebagai alat untuk membangun hubungan dengan pelanggan yang sudah ada dan pelanggan potensial. Email digunakan tidak hanya sebagai tempat penyimpanan, tetapi juga untuk akuisisi, strategi seluler, dan bahkan media sosial. Dalam pengiriman email, jangan menyalahgunakan fasilitas yang ditawarkan dengan pengiriman email secara masal dan terus menerus, hal ini tentu saja akan berdampak negatif, sehingga email yang dikirimkan akan dianggap sebagai spam. E-mail yang dikirim ke pelanggan harus diperhatikan penampilan dan kebersihannya, e-mail dapat dikirim dalam bentuk teks atau dalam bentuk html. Email dalam bentuk teks lebih cocok untuk pengguna mobile, sedangkan format html lebih cocok untuk pengguna desktop atau laptop. Saat mendesain email untuk pemasaran, Anda perlu memperhatikan komponen dari email itu sendiri. Komponen email yang harus ada adalah: informasi pengirim, baris subjek, pra-tajuk (teks yang muncul di atas tajuk email), tajuk (tajuk), salam, badan email, catatan kaki, dan tautan berlangganan.

### KESIMPULAN

Dari penjelasan atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi digital merupakan faktor penting bagi keberhasilan suatu bisnis, oleh karena itu perlu peningkatan pemahaman tentang ekonomi digital bagi badan usaha agar pengelolaan bisnis membaik. dalam hal distribusi pendapatan yang baik untuk bisnis masa depan dan juga oleh penguasaan digital yang se deng berkembang untuk menarik pelanggan dari berbagai daerah dan mempromosikan produk mereka dengan lebih baik. Memang teknologi dikatakan sangat bermanfaat bagi setiap orang, terutama meningkatkan kebutuhan untuk melakukan transaksi ekonomi guna meningkatkan kebutuhan ekonomi penggunanya. Berbagai jenis perdagangan dilakukan dengan menggunakan teknologi sebagai platform yang baik untuk meningkatkan strategi pengguna profesional, yang cenderung digunakan oleh para pedagang dan banyak perusahaan untuk meningkatkan bisnis mereka, terutama mereka menggunakan teknologi media, 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 hoax atau 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.

### 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] Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen), 6(2), 234-239. Maria,NugrohoSumarjyanto Benedictus, andTriWidayati.
- [7] K. Kasidi, "Tantangan Kewirausahaan di0Era Ekonomi Digital," Journal of Economic Education and Entrepreneurship, vol. 1, no. 1, pp. 17–23, 2020.
- [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] 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.
- [10] 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, 02020.
- [11] A. OAsnawi, "Kesiapan Indonesia0Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, vol. 7, no. 1, pp. 398–413, 02022.
- [12] R. Santoso, H. A. Munawi, and A. P. Nevita, "Analisa Perilaku0Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis di Era Ekonomi Digital," Jurnal0G-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.
- [17] Baker, Michael J. 2003. The Marketing Book, Fifth Edition. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [18] Carrozzi, Amelia, Mathew Chylinski, Jonas0Heller, Tim Hilken, Debbie I. Keeling, Ko de Ruyter. 2019. "What's Mine Is a Hologram? How Shared Augmented Reality Augments Psychological Ownership". Journal of Interactive Marketing 48, 71-88. Science Direct Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.05.004>.
- [19] Carsrud, Alan L. and Malin E. Brännback. 2007. Entrepreneurship. London: Greenwood Press.
- [20] Clement, J. 2019. Mobile internet usage worldwide - Statistics & Facts. Di akses dari: <https://www.statista.com/topics/779/mobile-internet/>, tanggal 05 Februari 2020.
- [21] Domain Name Stat, 2020. Domain name registrations, by country of the registrant. Diakses dari: <https://domainnamestat.com/statistics/country/others>, tanggal 24 Januari 2020.
- [22] Umar, Husein. 2005. Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [23] Antonio Meles, FS (2018). Teknologi 4.0: Memahami evolusi TIK dan Peran ITS untuk pengembangan bisnis. Jurnal Manajemen Eropa, 36 (2018) 677-678.
- [24] Ar-Robi, MR & Wibawa, BM (2019). Analisis tingkat kepuasan dan kinerja pada Merchant OVO di Surabaya. (Jurnal Sains dan Seni ITS)08(1), 27-31,2019.
- [25] Astuti, M., Amanda, A.R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Sleman: Penerbit deeppublish.
- [26] Caputo,0A.,0Pizzi, S.,0Pellegrini, M.M., Debic, M.0(2020). Digitalisasi dan bisnisModel: kemana kita akanpergi? Peta ilmiah daerah tersebut. jurnal bisnisPenelitian, 489-501.
- [27] Doan, MA, McKie, D. (2017). Investigasi Keuangan: Pencarian Audit untukKomunikasi korporat, hubungan investor dan hubungan masyarakat. HadirinTinjauan Hubungan, 1-8, 2017.
- [28] Febriani, N.S., & Dewi, W.W.A. (2018). Teori dan praktek: penelitian dalam komunikasi pemasaranTerintegrasi.Malang: UB Press.
- [29] Franedy, R., Bosnia, T. (2018). Empat jenis Fintech di Indonesia. CNBC Indonesia A Perusahaan Transmedia. Tersedia di: <http://www.cnbcindonesia.com>, diakses 7 November 2020
- [30] Guzman, V., Muschard, B., Gerolamo, M., Kohl, H. & Rozenfeld, H. (2020). Karakteristik dan

keterampilan kepemimpinan dalam konteks Industri 4.0. Prosedur Manufaktur, 545. [31] Hani Atun Mumtaha, HA (2019). Analisis dampak perkembangan revolusi industri 4.0 dan Society 5.0 tentang perilaku ekonomi