

BAB I

DASAR DIGITALISASI EKONOMI ISLAM

A. Digitalisasi Ekonomi Islam

1. Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi adalah proses mengubah dari analog ke digital menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem operasi otomatis dan sistem komputerisasi. Digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, *scanner*, operator media sumber dan *software* pendukung. Digitalisasi yaitu meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, menganalisis data digital dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer.¹

Kemajuan ilmu Pengetahuan dan teknologi dimasa sekarang ini telah perlahan mengubah wajah dunia dari jaman konvensional kearah perkembangan berbasis Internet. Teknologi digital merupakan peralihan dari pengoperasionalannya tidak lagi banyak menggunakan tenaga manusia. tetapi lebih cenderung pada system pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan system computer,

¹ Susatyo Herlambang dkk, “Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Efektivitas Pelayanan Kenaikan Pangkat Di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, *JURNAL JEMPPER* Vol 2 No. 2,2023, h. 15

dalam bentuk bilangan biner dengan format yang dapat dibaca oleh komputer. Teknologi digital pada dasarnya hanyalah sistem menghitung sangat cepat yang memproses semua bentuk-bentuk informasi sebagai nilai-nilai numeris. Pada teknologi analog, gambar dan suara diubah menjadi gelombang radio, maka teknologi digital menkonversi gambar dan suara menjadi data digital yang terdiri dari angka 1 dan 0. Dengan teknologi digital ini, gambar yang ditampilkan memiliki kualitas warna yang lebih natural dan resolusi yang lebih baik, tidak pecah atau turun kualitasnya jika gambar ditampilkan di layar yang besar.²

Pesatnya perkembangan teknologi digital yang ditandai dengan kehadiran sejumlah berbagai alat komunikasi mutakhir, dimana setiap orang dapat mengolah, memproduksi, serta mengirimkan maupun menerima segala bentuk pesan komunikasi, di mana saja dan kapan saja, seolah-olah tanpa mengenal batasan ruang dan waktu, dengan sendirinya telah memacu terjadinya perkembangan di sektor media massa, yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Akibatnya, banyaknya informasi yang bersumber dari media massa, baik cetak maupun elektronik mulai terasa. Disadari atau tidak, saat ini kita memang telah berada dalam suatu lingkaran yang sarat akan informasi. Hal ini tentunya akan memberikan dampak tertentu bagi masyarakat, baik positif maupun negatif. Namun pastinya, yang perlu

² Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, Vol 7 No 1, 2016, h. 92

diwaspadai adalah dampak negatif dari pesatnya perkembangan tersebut yang secara tidak langsung mulai mengisi liku-liku kehidupan masyarakat. Sebagai catatan, dalam beberapa dasawarsa terakhir ini perkembangan media massa dan arus informasi di Indonesia memang terbilang luar biasa.³

Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan ekonomi digital, para pemain perlu memahami karakteristik dari konsep yang menjadi landasan karena sangat berbeda dengan ekonomi klasik yang selama ini dikenal. Tidak jarang bahwa perusahaan harus melakukan transformasi bisnis agar dapat secara optimal bermain di dalam arena ekonomi digital. Hal ini disebabkan karena untuk mengimplementasikannya, diperlukan model bisnis yang sama sekali baru. Bagi perusahaan baru (*start-up company*), untuk terjun ke bisnis ini biasanya lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Statistik menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan lama yang ingin memanfaatkan keberadaan ekonomi digital harus mengadakan perubahan mendasar pada proses bisnisnya secara radikal (*business process reengineering*).⁴

Terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990-an, jumlah pengguna internet

³ Ratu Surya Atmajaya and Misbakhul Munir Mubarak, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Kalangan Kaum Milenial Untuk Pengembangan Ekonomi Syariah', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.12 (2022), pp. 4139–44.

⁴ Desy Maritha, 'Ekonomi Digital', *Jurnal Transformasi Administrasi*, 13.01 (2023), pp. 1–14, doi:10.56196/jta.v13i01.249.

meningkat dengan amat pesat. Hal ini terjadi beriringan pula dengan ekspansi kelas menengah, pertumbuhan ekonomi Negara, dan proses demokratisasi. Salah satu trend yang berkembang dalam industri telekomunikasi adalah *smartphone*, bertambahnya pengguna jejaring sosial, serta pertumbuhan infrastruktur internet.⁵

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai revolusi 4.0. revolusi 4.0 menjadikan semua lebih mudah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia melakukan bisnis. Informasi pada ekonomi lama berbentuk fisik, sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Banyak yang meyakini bahwa revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendi-sendi kehidupan secara signifikan. Dalam revolusi industri 4.0 menerapkan dan mengandalkan adanya konsep *otomatisasi* yang dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Hal ini merupakan hal yang vital dan

⁵ Niken Lestari, "Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah", *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*", Vol.1 No.2, (2018), h. 80–81

dibutuhkan oleh para pelaku usaha/industri dalam rangka efisiensi waktu, tenaga kerja, dan biaya.⁶

Bentuk jual-beli mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Masyarakat primitive dalam melakukan jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis atau barter. Pada perkembangan selanjutnya sistem barter ini mulai ditinggalkan karena manusia mulai mengenal uang sebagai alat tukar-menukar. Kita mengenal dua cara yang dilakukan dalam jual beli, yaitu secara konvensional dan secara modern. Cara konvensional atau *offline* ini dilakukan dengan saling bertemuinya pembeli dan penjual dan baik keduanya dapat melakukan akad secara langsung. Cara modern atau lebih dikenal dengan sistem *online*, secara garis besar dapat diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*.⁷

Namun seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi *online*

⁶ Tata Ridho Nugroho, Nur Ainiyah, and Dindya Nirmala, "Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto", *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.1 No.2 (2020), h. 100–101

⁷ Safira Dhea Fitriani and others, "Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli *Online*", *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.1 (2021), h. 52.

misalnya kualitas barang yang dijual, potensi penipuan dan potensi gagal bayar dari pembeli.⁸

2. Pengertian Ekonomi Islam

Menurut M.A. Manan, pengertian ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mengkaji masalah ekonomi kerakyatan dalam sudut pandang prinsip-prinsip Islam. Pengertian Ekonomi Islam adalah kumpulan fundamental ekonomi secara umum yang kita simpulkan dari Al Qur'an dan Sunnah, yaitu struktur ekonomi yang didirikan di atas fondasi fundamental tersebut sesuai dengan lingkungan dan zaman masing-masing. Oleh karena itu, ekonomi Islam dapat digunakan pada sendi-sendi kehidupan manusia untuk memenuhi kembali hidupnya, seperti halnya ekonomi lainnya. Ekonomi Islam juga mengedepankan prinsip ta'awun antar individu dalam melakukan aktivitas ekonominya. Hubungan horizontal antar sesama makhluk ciptaan Allah diperlukan untuk membagnun peradaban yang baik di masa yang akan datang. Maka dari itu, kemaslahatan akan mudah diwujudkan dengan adanya prinsip ta'awun antar umat manusia. Karena ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada kemaslahatan di dunia saja, melainkan juga di akhirat.⁹

⁸ Ida Kurnia and Imelda Martinelli, 'Permasalahan Dalam Transaksi E-Commerce', *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4.2 (2021), pp. 343–50, doi:10.24912/jbmi.v4i2.11457.

⁹ M. Iqbal , Faisal Muttaqin, Fatimatuz Zuhro, Rachmania, "Menakar Kemaslahatan Reksadana Syariah Perspektif Maqashid Syariah", *I-Economic: A Research Journal on Islamic Economics* ISSN 2548-5601, e-ISSN 2548-561X Vol 6. No 2. Desember 2020

Ekonomi syariah sebagai suatu pemikiran ekonomi yang dianggap dapat menjadi alternatif dari pemikiran ekonomi saat ini sedang berkembang pesat di seluruh dunia dalam 10 tahun terakhir. Suatu pemikiran yang pada awal kehadirannya merupakan suatu kemustahilan, namun pada saat ini sudah merambah banyak negara di dunia. Negara-negara tersebut pun tidak semuanya negara dengan mayoritas penduduknya muslim, tetapi juga negara dengan mayoritas penduduk nonmuslim. Contohnya adalah perkembangan pesat keuangan syariah di Inggris yang kemudian mencoba menjadi pusat keuangan syariah di dunia.¹⁰

Perkembangan yang amat pesat dan kondisi kita saat ini yang sedang berada di era digital dapat membuat ekonomi syariah semakin menyebarkan pengaruhnya ke seluruh penjuru dunia. Ekonomi syariah dengan segala infrastruktur dan instrumennya harus mampu mengambil peluang yang sangat besar ini. Indonesia yang memiliki gelar negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ini memiliki potensi sangat besar dalam pengembangan ekonomi syariah. Ya semua transaksi adalah dalam muamalah diperbolehkan. Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari agama Islam. Islam adalah sistem kehidupan dimana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi

¹⁰ Mahmudah Mulia Muhammad, 'Pasar Digital Syariah Dalam Transaksi Bisnis Modern', *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi*, 4.1 (2022), pp. 88–95.

kehidupan manusia, termasuk dalam ekonomi Islam yang memposisikan kegiatan ekonomi Islam sebagai salah satu aspek penting dalam kehidupan, karena kegiatan ekonomi dan kegiatan lainnya hanya perlu dikontrol berjalan seirama dengan ajaran Islam secara keseluruhan.¹¹

Berdasarkan sensus Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk muslim di Indonesia berada di kisaran 87% atau sekitar 207 juta jiwa. Jumlah yang sangat besar ini harus dimanfaatkan dengan sangat jeli, terlebih ketika kita dapat dengan mudah mengakses teknologi *smartphone* sebagai dampak kemajuan teknologi digital.¹² Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dimasa sekarang ini telah perlahan mengubah wajah dunia dari jaman konvensional kearah pengembangan berbasis IT. Di dalam perubahan ini tentunya akan mengubah arah beberapa aspek kehidupan khususnya di Indonesia, dimana aspek sosial kemasyarakatan, ekonomi, dan juga pendidikan akan menyesuaikan dengan perubahan tersebut.¹³

¹¹ Luvia Herlisya, Supardi Mursalin, dan Adi Setiawan, "Sistem Bagi Hasil Sawah Di Desa Limus Ditinjau Dari Ekonomi Islam" *SEMJ: Sharia Economic Management Business Journal*, Vol. 3, No. 3, Oktober 2022, Hal 56-63

¹² Ansori, Aan.2016. "Digitalisasi Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam* Vol 7 No 1, IAIN Sutan Hasanudin Banten.

¹³ Robby Darwis Nasution, "Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan (Rural Development)", *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 20 No.1 (2016), h. 32.

B. Prinsip Digitalisasi Ekonomi Islam

Adapun beberapa prinsip digitalisasi ekonomi islam dalam membangun perekonomian umat adalah dengan berpatokan pada rambu-rambu yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Larangan *Maisyir*

Maisyir adalah suatu tindakan perjudian yang berarti seseorang ingin mendapatkan harta tanpa harus bersusah payah bekerja juga suatu tindakan memperkaya diri dengan cara merugikan orang lain.¹⁴

2. Larangan *Gharar*

Gharar yaitu suatu tindakan penipuan yang dapat merugikan orang lain, dimana dalam transaksi terdapat unsur-unsur tersembunyi yang dilakukan oleh salah satu pihak untuk mendapatkan keuntungan. *Gharar* berakibat sangat buruk yaitu akan menimbulkan kebencian pada pihak yang bertransaksi.¹⁵

3. Larangan melakukan hal Haram.

Yaitu hukum yang dijatuhkan pada suatu dzat atau benda yang dilarang untuk digunakan atau dikonsumsi karena dilarang oleh Allah baik dari barang itu sendiri maupun cara memperolehnya.

4. Larangan Dzalim.

¹⁴ Indah Seltina, Putri Deinsyah, and Siti Rohani, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2.7 (2023), pp. 2073–83, doi:10.59188/jcs.v2i7.413.

¹⁵ Hadist Shohih and Ro'fah Setyowati, 'Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik Gharar Dalam Transaksi Perbankan Syariah', *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 12.2 (2021), pp. 69–82, doi:10.28932/di.v12i2.3323.

Yaitu tindakan yang merugikan orang lain maupun menyakiti orang lain untuk maksud tertentu, karena dalam islam ekonomi yang dilakukan harus atas dasar saling ridho maka islam tidak membenarkan hal ini.¹⁶

5. Larangan *Ikhtikar*.

Yaitu suatu kegiatan penimbunan barang untuk maksud memperoleh keuntungan yang besar dengan cara menahan suatu barang dalam suatu keadaan dan akan memjualnya kembali pada saat harga sedang melonjak.¹⁷

6. Larangan Riba.

Yaitu tambahan atas suatu transaksi yang dilakukan biasanya dalam utang piutang yaitu dalam bentuk bunga. Islam tidak membenarkan riba dalam bentuk apapun walaupun keduanya sama-sama rela, kecuali dalam bentuk bonus atau bentuk terima kasih peminjam kepada yang meminjamkannya.¹⁸ Tidak hanya Allah melarang adanya riba namun begitu juga dengan bentuk transaksi Gharar, dimana Riba dan Gharar dapat mendhalimi umat manusia dan itu salah satu perbuatan dosa besar. Dan bank syariah Indonesia dalam

¹⁶ Edo Parpadma Nagri, 'Peran Digitalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam', *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 1.4 (2021), pp. 149–52, doi:10.58737/jpled.v1i4.25.

¹⁷ Riska Ariska and Abdul Aziz, 'Penimbunan Barang Perspektif Hukum Ekonomi Islam', *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3.2 (2015), pp. 94–107.

¹⁸ Umu Nusaibah, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Kalangan Generasi Z Untuk Peningkatan Literasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Mbanking BSI)', *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 12.1 (2023), 12–22.

hal ini sebagai bentuk syiar yang mengenalkan adanya prinsip muamalah terutama dalam transaksi keuangan islam.¹⁹

Dalam perekonomian syari'ah yang terdigitalisasi memungkinkan semua kegiatan dilakukan dalam bentuk dunia maya atau yang sering disebut dengan bisnis dunia maya seperti *ecommerce, e-business, e-banking, e-payment, e-marketing, e-learning* dan lain sebagainya. Adapun beberapa aspek yang meliputi hal tersebut diantaranya:

1. *Knowledge*

Pengetahuan dari sumber daya manusia (*knowlagde*) merupakan hal terpenting dalam kelangsungan suatu perusahaan atau instansi dan merupakan aset dari perusahaan atau instansi, pada teori ekonomi sebelumnya yaitu ekonomi klasik yang merupakan aset bagi perusahaan atau instansi adalah tanah, gedung, buruh, dan uang.²⁰ Mengingat pentingnya bahwa pengetahuan melekat pada otak manusia, maka faktor intelegensia dari sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan merupakan penentu sukses tidaknya organisasi tersebut dalam mencapai obyektifnya. Pengetahuan kolektif inilah yang merupakan value dari perusahaan dalam proses penciptaan produk dan jasa. Di samping itu, kemjuan

¹⁹ Resi Harniati, Asnaini, Faisal Muttaqin, "Analisis Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Pasca Covid-19" *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy* - Vol. 01 No. 01 (June 2022) h. 61-74

²⁰ M Shohibul Aziz, 'Tinjauan Literature Tentang Knowledge Management: Definisi Konseptual, Dasar Teoritik Dan Praktik Knowledge Management, Serta Perkembangan Penelitiannya Dalam Bidang Ilmu Manajemen Dan Pendidikan', *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3.2 (2020), pp. 1-34.

teknologi telah mampu menciptakan berbagai produk kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang pada dasarnya mampu membantu manajemen dan pegawai perusahaan atau instansi untuk meningkatkan kemampuan intelegensianya (*knowledge leveraging*). Sebagai contoh produk perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) yang dapat menjadi sistem penunjang pengambilan keputusan adalah *decision support system* dan *expert system*. Konsep *knowledge management* akan menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan.²¹

2. Digitization

Digitization merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit “0” dan “1” (bilangan biner). Walaupun konsep tersebut sekilas nampak sederhana, namun keberadaannya telah menghasilkan suatu terobosan dan dampak perubahan yang sangat besar di dalam dunia transaksi bisnis yang di transformasikan dalam bentuk digital sehingga memudahkan penyimpanan yang efektif dan efisien dalam bentuk yang lebih padat dan sekarang ini bahkan untuk menampung data cukup dengan *icloud* saja.²² Lihatlah bagaimana bentuk gambar dua dimensi seperti lukisan dan foto telah dapat direpresentasikan ke dalam format kumpulan bit sehingga dapat dengan mudah disimpan

²¹ Joy Phillip Nehemia and Muhammad Rifky Hendrayana, ‘Tantangan Dan Manfaat AI Dalam Perlindungan Data Kantor: Mengoptimalkan Keamanan Informasi’, *Jurnal Transformasi Bisnis Digital (JUTRABIDI)*, 1.3 (2024), pp. 13–27 <<https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i2.108>>.

²² Desy Maritha, *Ekonomi Digital*, *Jurnal Transformasi Administrasi*, 2023, XIII, doi:10.56196/jta.v13i01.249.

dan dipertukarkan melalui media elektronik. Hal ini tentu saja telah dapat meningkatkan efisiensi perusahaan karena mengurangi biaya-biaya terkait dengan proses pembuatan, penyimpanan, dan pertukaran media tersebut. Bahkan teknologi terakhir telah dapat melakukan konversi format analog video dan audio ke dalam format digital. Kemajuan teknologi telekomunikasi yang memungkinkan manusia untuk saling bertukar informasi secara cepat melalui email ke seluruh penjuru dunia semakin memudahkan proses pengiriman dan pertukaran seluruh jenis informasi yang dapat di-digitasi. Dengan kata lain, jika produk dan jasa yang ditawarkan dapat direpresentasikan dalam bentuk digital, maka perusahaan dapat dengan mudah dan murah menawarkan produk dan jasanya ke seluruh dunia. *Electronic publishing, virtual book store, internet banking, telemedicine* dan *icloud* merupakan contoh berbagai produk dan jasa yang dapat ditawarkan oleh dunia digital.²³

3. Virtualization

Virtualisasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai bisnisnya dengan perangkat sederhana (perangkat PC dengan koneksi data internet) dan dapat menjangkau seluruh calon pelanggan di dunia maya (internet), sudah dapat melakukan transaksi bisnisnya. Berbeda dengan menjalankan bisnis di dunia nyata dimana membutuhkan aset-aset fisik

²³ Noviani Arum Sari Nur Hidayat, Ratih Novi Septian, and Yusuf Tri Herlambang, 'Sosial Media Dalam Masyarakat Sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi', *UPGRADE: Jurnal Pendidikan Teknologi Informatika*, 1.2 (2024), pp. 73–80, doi:10.30812/upgrade.v1i2.3715.

semacam gedung dan alat-alat produksi untuk melakukan transaksi bisnisnya. Di dalam dunia maya, seorang pelanggan hanya berhadapan dengan sebuah situs internet sebagai sebuah perusahaan (*business to consumer*), demikian pula relasi antara berbagai perusahaan yang ingin saling bekerja sama (*business to business*). Dalam menjalin hubungan ini, proses yang terjadi lebih pada transaksi adalah pertukaran data dan informasi secara virtual, tanpa kehadiran fisik antara pihak-pihak atau individu yang melakukan transaksi. Dengan kata lain, bisnis dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja selama 24 jam per-hari dan 7 hari seminggu secara on-line dan real time dengan syarat terkoneksi jaringan internet.²⁴

4. *Molecularization*

Organisasi yang akan bertahan dalam era ekonomi digital adalah yang berhasil menerapkan bentuk molekul. Bentuk molekul merupakan suatu sistem dimana organisasi dapat dengan mudah beradaptasi dengan setiap perubahan dinamis yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan. Seperti diketahui, pada masa ini mayoritas organisasi dikelola dengan menggunakan konsep struktur hirarkis atau yang lebih maju lagi struktur matriks. Kedua konsep ini sangat rentan terhadap perubahan sehingga akan memperlambat gerak perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar. Satu hal yang harus diingat adalah bahwa terjun ke dunia maya (internet) berarti berhadapan head-to-head dengan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Perilaku mereka setiap hari akan

²⁴ Maritha, XIII.

sangat mempengaruhi struktur pasar dan industri terkait yang seringkali akan merubah berbagai kondisi. Hal ini tentu saja merupakan manifestasi dari persaingan bebas dan ketat yang terjadi disamping merupakan strategi untuk memenangkan rivalitas. Dengan kata lain, perubahan merupakan proses wajar yang harus dilakukan oleh perusahaan.²⁵

5. *Internet Working*

Internetworking merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi bisnis baik secara elektronik maupun secara konvensional dengan ketemu muka dan melakukan transaksi bisnis, tidak ada perusahaan yang dapat bekerja sendiri tanpa menjalin kerja sama dengan pihak-pihak lain, demikian salah satu perasyarat untuk dapat berhasil di dunia maya.²⁶ Berdasarkan model bisnis yang dipilih, perusahaan terkait harus menentukan aktivitas intinya (*core activity*) dan menjalin kerja sama dengan institusi lain untuk membantu melaksanakan proses-proses penunjang (*supporting activities*). Contoh dari pihak-pihak yang umum dijadikan sebagai rekanan adalah vendor teknologi, content partners, merchants, pemasok (*supplier*), dan lain sebagainya. Konsep bisnis yang ingin menguasai sumber daya sendiri dari hulu ke hilir tidak akan bertahan lama di dalam ekonomi digital. Dengan sistem yang dinamis dan membuka peluang sebesar-besarnya dalam

²⁵ Joko Setiyono and Sutrimah Sutrimah, 'Analisis Teks Dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL Dengan Kartu AS)', *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 5.2 (2016), pp. 297–310, doi:10.21070/pedagogia.v5i2.263.

²⁶ Didi Achjari, 'Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15.3 (2000), pp. 388–95 <<http://www.amazon.com>>.

hal ini siapapun dapat ikut besaing dan juga tidak dibatasi oleh ruang dan waktu selama terkoneksi oleh jaringan komunikasi internet.²⁷

6. *Disintermediation*

Ciri khas lain dari arena ekonomi digital adalah kecenderungan berkurangnya mediator (broker) sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan. Contohnya mediator-mediator dalam aktivitas ekonomi adalah *wholesalers, retailers, broadcasters, record companies*, dan lain sebagainya. Perusahaan-perusahaan klasik yang menggantungkan diri sebagai mediator dengan sendirinya terpaksa harus gulung tikar dengan adanya bisnis internet. Pasar bebas memungkinkan terjadinya transaksi antar individu tanpa harus melibatkan pihak-pihak lain.²⁸

7. *Convergence*

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sector industri, yaitu *computing, communications, dan content*. Komputer yang merupakan inti dari industri *computing* merupakan pusat syaraf pengolahan data dan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan transaksi usaha. Adapun produk industri *communications* yang paling relevan adalah infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sebagai pipa penyaluran data dan informasi dari

²⁷ Maritha, XIII.Maritha, XIII.

²⁸ Ketut Rendi Astuti, 'Infrastruktur Dan Teknologi Dorong Kemajuan Umkm', *Forum Manajemen*, 17.2 (2019), pp. 71-86, doi:10.61938/fm.v17i2.333.

satu tempat ke tempat lainnya. Persaingan sesungguhnya terletak pada industri content yang merupakan jenis pelayanan atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada pasar di dunia maya. Ketiga hal di atas merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki dan dikuasai pemakainya untuk dapat berhasil menjalankan bisnis secara sukses.²⁹

8. *Innovation*

Aktivitas di internet adalah bisnis 24 jam, bukan 8 jam seperti layaknya perusahaan-perusahaan di dunia nyata. Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sangat sulit dipertahankan mengingat apa yang dilakukan seseorang atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru. Oleh karena itulah inovasi secara cepat dan terus-menerus dibutuhkan agar sebuah perusahaan dapat bertahan. Manajemen perusahaan harus mampu menemukan cara agar para pemain kunci di dalam organisasi (manajemen dan staf) dapat selalu berinovasi seperti layaknya perusahaan-perusahaan di *Silicon Valley*. Konsep *learning organization* patut untuk dipertimbangkan dan diimplementasikan di dalam perusahaan.³⁰

²⁹ Dini Setyorini, Ety Nurhayaty, and Rosmita Rosmita, 'Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)', *Jurnal Mitra Manajemen*, 3.5 (2019), pp. 501–9, doi:10.52160/ejmm.v3i5.228.

³⁰ Farika Nikmah, *Strategi Organisasi Bisnis Di Era Transformasi Digital*.

9. *Prosumption*

Di dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi kabur. Hampir semua konsumen teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan produk dan jasanya kepada masyarakat dan komunitas bisnis. Contohnya adalah seseorang yang harus membayar Rp 5.000.000,- untuk mendapatkan atau sewa ruang data website (*hosting*) dengan besaran 10 Gigabyte dan disubkontrakan/disewakan kembali dengan memecah besaran dari kapasitasnya, misalnya 1 *gigabyte* dapat disewakan atau dijual dengan harga satu juta rupiah. Dalam waktu singkat yang bersangkutan telah dapat memperoleh untung dari usaha kecil tersebut. Dalam konteks ini, individu yang bersangkutan dikategorikan sebagai *prosumer*.³¹

10. *Immediacy*

Di dunia maya, pelanggan dihadapkan pada beragam perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Dalam memilih perusahaan, mereka hanya menggunakan tiga kriteria utama. Secara prinsip mereka akan mengadakan transaksi dengan perusahaan yang menawarkan produk atau jasanya secara *cheaper*, *better*, dan *faster* dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Mengingat bahwa *switching cost* di internet sangat mudah dan murah, maka pelanggan akan

³¹ Mata Ajar, Topik Bahasan, and Referensi Pembelajaran, 'Modul PJJ m Modul Pjj Nama File SDIE-3B-KarakteristikEkonomi.Pdf', 2013, pp. 36–43.

terus menerus mencari perusahaan yang paling memberikan *benefit* tertinggi baginya. Melihat hal inilah maka perusahaan harus selalu peka terhadap berbagai kebutuhan pelanggan yang membutuhkan kepuasan pelayanan tertentu.

11. *Globalization*

Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (*time and space*). Pengetahuan atau *knowledge* sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di dunia maya. Seorang kapitalis murni akan cenderung untuk melakukan bisnisnya dari sebuah tempat yang murah dan nyaman, menjual produk dan jasanya kepada masyarakat yang kaya, dan hasil keuntungannya akan ditransfer dan disimpan di bank yang paling aman dan memberikan bunga terbesar. Segmentasi market yang selama ini sering dilakukan berdasarkan batas-batas waktu dan ruang pun harus didefinisikan kembali mengingat bahwa seluruh masyarakat telah menjadi satu di dalam dunia maya, baik komunitas produsen maupun konsumen.³²

12. *Discordance*

Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai

³² Riska Aprilia, Putri Wibowo, and Fitriana Sitorus, 'Implementation Of Digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3.4 (2022), pp. 2283–91 <<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>>.

dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari. Semakin ringkasnya organisasi akan menyebabkan terjadinya pengangguran dimana mana, mata pencaharian para mediator (*brokers*) menjadi hilang, para pekerja menjadi *workoholic* karena persaingan yang sangat ketat, pengaruh budaya barat sulit untuk dicegah karena dapat diakses bebas oleh siapa saja melalui internet, dan lain sebagainya merupakan contoh fenomena yang terjadi di era ekonomi digital.³³



³³ Abdulloh Majid, Heni Noviarita, and Erike Anggraeni, 'Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi Pondok Pesantren', *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4.4 (2023), pp. 1265–73, doi:10.47065/ekuitas.v4i4.3441.