

Transformasi Ekonomi Digital dan Implikasinya pada Perekonomian Nasional

Ferdinand Tharorogo Wau¹, Samanoi Halowo Fau², Jurisman Waruwu³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya¹, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nias Raya², Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Nias Raya³

(fedhie@gmail.com¹, samfau@uniraya.ac.id², rysmanwaruwu@gmail.com³)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional. Jenis penelitian menggunakan kualitatif dengan analisis deskriptif dan pengumpulan data berupa studi literatur. Oleh karena itu didapatkan dari beberapa referensi meliputi artikel, buku, atau karya ilmiah lainnya yang terkait dengan topik pembahasan. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia yang dulunya menggunakan ekonomi tradisional kini berubah transisi menjadi ekonomi modern menggunakan sistem perdagangan memakai teknologi digital untuk memperkuat perekonomian. Adapun salah satu contoh bisnis dalam ekonomi digital yakni *e-commerce*. Indonesia menjadi negara yang paling tinggi di dunia dalam penggunaan *e-commerce* tahun 2021. Adanya ekonomi digital dapat berdampak pada perekonomian Indonesia, yang mana dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha UMKM sebab bisa memasarkan produk dengan skala lebih luas, lebih efektif, dan murah. Hal ini dapat berdampak mengurangi pengangguran yakni dengan penyerapan tenaga kerja yang menjadi kekuatan ekonomi nasional.

Kata Kunci: *ekonomi digital, ekonomi nasional, Indonesia*

Abstract

This study aims to determine the transformation of the digital economy and its implications for the national economy. This type of research uses qualitative descriptive analysis and data collection in the form of literature studies. Therefore, it is obtained from several references including articles, books, or other scientific works related to the topic of discussion. Based on research, shows that the Indonesian economy, which used to use a traditional economy, is now transitioning into a modern economy using a trading system using digital technology to strengthen the economy. One example of a business in the digital economy is e-commerce. Indonesia is the highest country with the world in the use of e-commerce in 2021. The existence of a digital economy can have an impact on the Indonesian economy, which can be used as a business opportunity for MSMEs because it can market products on a wider scale, more effectively, and inexpensively. This can have the effect of reducing unemployment, namely by absorbing labour which becomes the strength of the national economy.

Keywords: *digital economy, national economy, Indonesia*

A. Pendahuluan

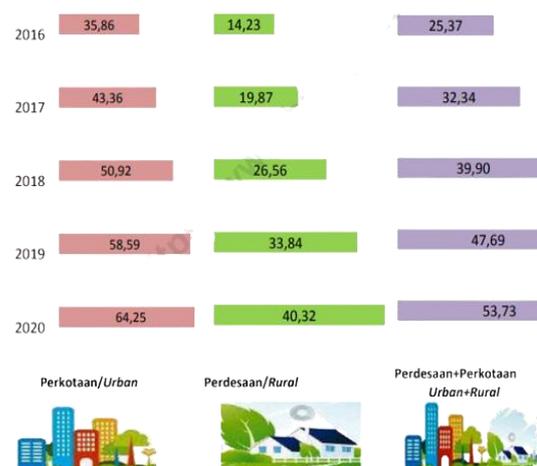
Memasuki revolusi industri 4.0, teknologi digital menjadi salah satu investasi penting yang perlu dilakukan pelaku industri guna memperluas bisnisnya. Industri 4.0 adalah bukti lain bahwasanya kemajuan teknis dan industri saat ini tak dapat dipisahkan (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019). Suatu bangsa bisa memfokuskan ekonominya ke ekonomi digital dengan memanfaatkan keberadaan teknologi digital. Berbarengan dengan berkembangnya teknologi, *era old digital economy* akhirnya masuk ke *era new digital economy*, yang mana dikenali dengan munculnya *mobile technology*, penggunaan internet yang *unlimited*, dan lahirnya teknologi *cloud* yang dimanfaatkan pada proses ekonomi digital (Van et al., 2016).

Pemanfaatan TIK yang juga semakin banyak digunakan di seluruh dunia, melahirkan dan membantu terciptanya ekonomi digital. Gelombang ekonomi digital bersifat inklusif, menjangkau kualitas peluang, dan memiliki topografi yang landai (Tapscott dalam Aniqoh, 2020). Karakteristik ini mempunyai konsep persaingan yang merupakan semangat industri yang mudah diangkat oleh *startup* yang mengutamakan kerjasama. Oleh karenanya, ekonomi digital yakni “ekonomi berbagi” yang mengangkat berbagai usaha kecil dan menengah (UKM) guna bersaing di bisnis global. Ekonomi digital adalah hal yang menunjukkan kemajuan dan pertumbuhan ekonomi di masa depan, ditunjukkan dengan cepatnya

perkembangan perdagangan yang memanfaatkan internet untuk media komunikasi dan kerjasama beberapa bisnis/individu (Aniqoh, 2020).

Indonesia adalah negara yang mempunyai potensi besar pertumbuhan ekonomi digital (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019). Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi faktor pendorong tumbuhnya ekonomi internet di negara tersebut (Google & TEMASEK, 2018). Berikut persentase penduduk yang mengakses internet di Indonesia dari 2016-2020.

Gambar 1. Persentase Penduduk Usia 5 Tahun Ke Atas yang Menggunakan Internet dalam 3 Bulan Terakhir menurut Klasifikasi Daerah



(Sumber: (BPS, 2020))

Penggunaan internet pada periode 2016-2020 terus meningkat dari tahun ke tahun. Sementara menurut data dari Jasa Internet Indonesia (JSI) dan Pusat Komunikasi (dalam Kristiyono, 2015) bahwasannya pengakses internet di

Indonesia pada 2014 yakni sebanyak 88,1 juta. Angka tersebut disesuaikan dengan jumlah penduduk Negara Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2014 yakni 252 juta penduduk. Gagasan ekonomi digital sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana global TIK, tak hanya di internet namun juga pada ranah ekonomi. Menjadi gambaran keterkaitan antara perkembangan inovasi dengan manjunya teknologi yang berpengaruh pada ekonomi makro dan mikro (Bolwijn et al., 2018).

Sektor *e-commerce* ekonomi digital sedang berkembang di Indonesia. Sektor *e-commerce* membahas lebih dari sekedar jual beli produk dan layanan dengan *online*. Namun, juga termasuk item tambahan seperti penyedia jasa pengiriman, penyedia telekomunikasi, dan lain-lain. Untuk memajukan ekonomi, sektor *e-commerce* perlu dimodifikasi untuk alasan ini (Aniqoh, 2020).

Khususnya dalam menghadapi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19), ekonomi digital telah berperan aktif dalam mengurangi kerugian ekonomi dan mempercepat pemulihan ekonomi. Munculnya ekonomi digital dapat meningkatkan produktivitas sumber daya seperti tenaga kerja dan modal, mendorong ekspansi ekonomi. Ekonomi digital, model pembangunan baru, merupakan pergeseran arah pertumbuhan ekonomi dan akan berdampak baik pada lapangan kerja dan struktur sektor industri, yang pada gilirannya akan mempengaruhi

pembangunan ekonomi. Namun, karena kurangnya infrastruktur, terutama di negara-negara kurang berkembang, biaya pengembangan dan penggunaan TIK menjadi tinggi. Hubungan antara keberhasilan ekonomi suatu negara dan ekonomi digitalnya masih belum jelas dan membutuhkan penelitian lebih lanjut (Zhang et al., 2022).

Meskipun ekonomi digital Indonesia berpotensi memberikan banyak dampak baik, hal tersebut menjadi kendala untuk pemerintahan dalam merumuskan keputusan. Kajian ekonomi digital Indonesia dilakukan pada 2016 oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Balitbang SDM) Kementerian Komunikasi dan Informatika. Salah satu temuan penelitian menunjukkan mungkin terdapat perubahan model bisnis di sejumlah sektor industri, termasuk keuangan, agrolog, dan bidang budaya, pariwisata, dan ekonomi kreatif (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019).

Menurut Bachtiar et al, (2020) ada beberapa penjelasan mengapa ekonomi digital Indonesia belum memberi pengaruh yang signifikan untuk pertumbuhan ekonomi negara. Pertama, meski meningkat pesat, proporsi masyarakat yang menggunakan internet masih sedikit, bahkan lebih sedikit dari target Tujuan Pembangunan Milenium (TPB), yaitu 50% dari total jumlah penduduk. Kedua, belum meratanya akses internet. Ketiga, internet masih disangka sebagai media hiburan dan komunikasi saja. Keempat, perekonomian

digital di Indonesia masih ada pada tahap awal. Tahap digitalisasi belum secara keseluruhan dan penggunaan data belum maksimal guna menciptakan kebijakan strategis yang bisa memodifikasi kebiasaan lembaga, oleh karenanya menciptakan aliran pendapatan baru. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dilaksanakan studi dengan judul “transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional”. Sementara penelitian ini bertujuan mengetahui transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian yang digunakan berupa deskriptif kualitatif yakni mencirikan objek penelitian berdasarkan sejumlah fakta yang muncul atau ada (Nawawi & Martin dalam Huda, 2020). Peneliti menggunakan metode ini sebab data yang dibutuhkan yakni berupa catatan ataupun data yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan penelitian ini yaitu studi literature dengan mengkaji sumber-sumber yang berhubungan dengan bahasan dalam penelitian seperti buku atau karya ilmiah. Beberapa sumber tersebut berkaitan dengan pembahasan kali ini dengan menjadikannya sebagai sumber bacaan (Gea, 2014) untuk memahami dengan baik mengenai transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional

Penelitian ini bertujuan mengetahui transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional.

Sehingga saat mengumpulkan data untuk penelitian ini, maka selanjutnya akan dilakukan dengan mencari informasi tentang variabel yang disebutkan dalam buku, jurnal, makalah, artikel ilmiah, atau tulisan yang lain. Data penelitian ini berupa data sekunder yang didapatkan dari buku ataupun karya ilmiah yang berkaitan pembahasan penelitian. Sementara teknik dan analisis yang digunakan terdapat 3 teknis yaitu:

1. Mereduksi atau merangkum data

Pada tahap ini dilakukan selama penelitian dan penulisan artikel berlangsung. Tahap ini merujuk pada proses pemfokusan, pemilihan, abstraksi, penyederhanaan, dan perubahan yang terjadi dalam berbagai catatan tertulis. Data yang direduksi lalu ditampilkan dalam bentuk diagram, gambar, tabel, atau deskripsi singkat dengan tujuan memudahkan pemahaman. Tahap ini dilakukan dengan tujuan untuk memilih lalu merangkum hal-hal yang penting tentang data yang telah ditemukan, selanjutnya data yang sudah direduksi akan disesuaikan dengan fokus kajiannya (Sugiyono, 2018).

2. Display atau penyajian data

Tahap ini dilakukan penyajian data yang telah dikumpulkan, dimana data disajikan dalam bentuk deskripsi dan disajikan gambar yang berkaitan dengan transformasi ekonomi digital dan implikasinya pada perekonomian nasional.

3. Verifikasi atau kesimpulan

Di tahap ini terdapat kegiatan penarikan kesimpulan dari berbagai data yang sudah didapatkan. Dalam hal ini, ditarik kesimpulan yang diperoleh berdasarkan

data yang sudah direduksi dari deskripsi data. Kesimpulan yang diperoleh digunakan untuk menjawab apakah kesimpulan yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian ini atau kesimpulan ini justru tidak sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Ekonomi digital di Indonesia

Revolusi industri 4.0 saat ini menyebabkan perubahan besar di seluruh dunia. Secara global, teknologi digital berkembang dengan cepat. Pola hidup masyarakat yang awalnya manual lalu berubah dengan memanfaatkan teknologi digital misalnya dengan melalui perangkat yang dipunyai sehingga dunia semakin sempit tanpa waktu dan jarak. Hal yang sama berlaku untuk sistem ekonomi, yang dapat dengan mudah membantu ekonomi berkembang. Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia memiliki kekuatan untuk mengubah kehidupan masyarakat secara drastis. Keberadaan ekonomi digital ini, khususnya infrastruktur komunikasi digital, dapat sangat membantu pembangunan ekonomi Indonesia di masa krisis). (Septiana, 2021). Oleh karena itu, presiden Jokowi memerintahkan kepada masyarakat dan pelaku usaha guna berpindah pada lingkungan digital sebab mempunyai peluang ekonomi yang besar.

Ekonomi digital yakni ekonomi dengan basis pada kemajuan TIK yang mana batas jarak dan tempat sudah bisa dilalui. Pemasaran serta pengembangan dengan basis *online* aplikasi situs web, dan

smartphone, game, edukasi digital, market place, e-commerce, financial technology (fintech), dan industri lainnya adalah beberapa contoh perusahaan dalam ekonomi digital (Manik & Sukadana, 2019). Ekonomi Indonesia yang dulunya menggunakan ekonomi tradisional sekarang beralih transisi menjadi ekonomi modern dengan sistem perdagangan teknologi digital guna mendongkrak perekonomian. Orang dapat menjual dan membeli barang secara online selama pergeseran ekonomi karena krisis saat ini. Orang-orang yang dulunya banyak melakukan aktivitas fisik kini lebih terbiasa menjadi virtual berkat transformasi ini.

Pertama kali, ekonomi digital dikenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1977). Ia berpendapat bahwasanya ekonomi digital adalah fenomena sosial yang berdampak pada sistem ekonomi dan menunjukkan fitur ruang intelijen, seperti informasi, berbagai metode untuk mengakses informasi, kapasitas informasi, dan kemampuan untuk memproses informasi. Sektor teknologi informasi dan komunikasi (TIK), *e-commerce*, dan distribusi digital barang dan jasa adalah komponen pertama dari ekonomi digital yang diakui. Pemanfaatan TIK yang semakin meluas di dunia juga melahirkan dan turut membangun ekonomi digital. (Puslitbang Aptika dan IKP, 2019). Adanya ekonomi digital menjadi lebih sederhana, lebih cepat, dan lebih inovatif karena semua jenis informasi dapat diakses secara instan tanpa

rumit, dan semua transaksi lebih cepat, aman, dan mulus.

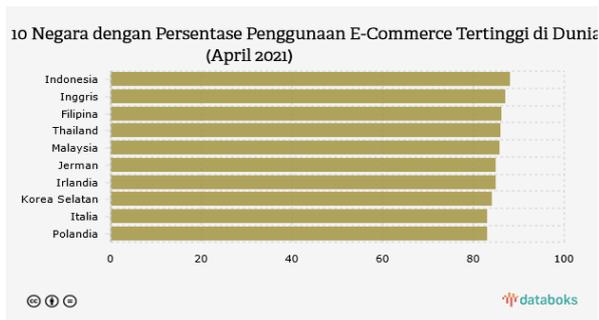
Perusahaan dalam ekonomi digital menyediakan layanan mereka sebagai tanggapan atas permintaan pribadi atau penawaran yang disesuaikan. Penawaran ini diklasifikasikan sebagai penawaran pribadi dan perorangan (Blonch, dalam Puslitbang Aptika dan IKP, 2019). Ekonomi digital secara khusus berdampak pada kegiatan ekonomi. Sektor perbankan, ritel, energi, transportasi, pendidikan, penerbitan, dan kesehatan adalah beberapa industri yang terkena dampak ekonomi digital. TIK juga mengubah berjalannya interaksi sosial dengan jaringan *mobile*, *fixed*, dan *broadcast* yang terhubung dengan perangkat dan membentuk *internet of things* (IoT) (Harahap et al., 2018). Tidak menutup kemungkinan seiring dengan kemajuan TIK yang semakin pesat di Indonesia, sektor *e-commerce* pada akhirnya akan menjadi tulang punggung perekonomian negara (Putri dan Purbayanti dalam, Septiana, 2021). Terlebih pelaku UMKM yang tetap *survive* di zaman krisis ekonomi sekalipun. Oleh karenanya pemerintah mendukung peluang nilai jual bisnis *online* di Indonesia sebab dapat menjadi kekuatan ekonomi baru masa depan.

Menurut CB *Insights*, sampai 2019 Indonesia mempunyai satu *startup decacorn* yakni Go-Jek (*on-demand*) nilai valuasi sebesar \$10 Miliar yang menduduki posisi ke-17 *startup* dunia dan 3 *startup unicorn* yakni Tokopedia (*e-commerce/marketplace*), Traveloka (*traveltech*), dan Bukalapak.

Keseluruhan *unicorn* dan *decacorn* ini lebih banyak jika dipadankan dengan berbagai negara Asia Tenggara lain. Indonesia adalah negara Asia Tenggara peringkat teratas dari 11 dalam hal jumlah bisnis *unicorn* dan *decacorn* per negara. Kemudian ada Singapura, Filipina, dan Vietnam. Dari 4 *startup* tersebut, 2 merupakan *e-commerce* dengan bentuk *marketplace* (Manik & Sukadana, 2019). Penjualan *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 6 miliar USD pada tahun 2019, dan diperkirakan akan meningkat hingga 18% setiap tahunnya dan berkontribusi hingga 35 miliar USD terhadap PDB (Aysa, 2021). Sementara PDB yakni salah satu indikator guna mengetahui kondisi ekonomi Negara.

Ada kemungkinan isu bisa muncul ketika sektor *e-commerce* Indonesia berkembang. Keamanan informasi, pendanaan, infrastruktur jaringan telekomunikasi, ekonomi kreatif, edukasi publik, perlindungan konsumen, dan payment gateway hanyalah beberapa dari sekian banyak hal yang perlu disiapkan. Ada berbagai bentuk *e-commerce*, termasuk bisnis-ke-bisnis, konsumen-ke-bisnis, bisnis-ke-konsumen, bisnis-ke-administrasi, dan konsumen-ke-administrasi. Berikut adalah gambar dari persentase penggunaan *e-commerce*, yang mana Indonesia menjadi nomor pertama di dunia.

Gambar 2. 10 Negara dengan Persentase Penggunaan *E-Commerce* Tertinggi di Dunia (April 2021)



(Sumber: Katadata)

Berdasarkan pada gambar 2, Indonesia menduduki posisi ke-1 dari berbagai Negara di dunia sebagai negara yang paling banyak memanfaatkan *e-commerce*. Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia dengan *e-commerce* guna beli produk tertentu pada periode beberapa bulan terakhir. Persentase itu yakni yang paling tinggi di dunia dalam hasil studi *We Are Social* pada April 2021 (Lidwina, 2021). Faktor yang berpartisipasi pada pertumbuhan *e-commerce* yang cepat di Indonesia, yaitu meningkatnya penetrasi smartphone. Kedua, kelas menengah yang lebih kaya dan berkembang. Ketiga, perusahaan terkenal dari China dan Barat telah melakukan investasi asing yang besar dalam *platform e-commerce*, terutama melalui usaha patungan. Keempat, pesatnya perkembangan metode pembayaran yang memungkinkan pembelian *online* oleh mereka yang tidak memiliki rekening bank, seperti OVO, Dana, dan lain-lain. (Melissa Ries dalam (Manik & Sukadana, 2019).

2. Implikasi transformasi ekonomi digital terhadap perekonomian nasional

Pada era sebelum 4.0 persaingan ekonomi terlihat ketika perusahaan skala besar dan kecil bersaing. Kerap kali perusahaan raksasa akan memonopoli pasar, Namun di era digital saat ini, bisa jadi sebaliknya. perusahaan raksasa akan kehilangan daya saing ketika mereka tidak mampu mengembangkan inovasi baru untuk konsumen tertentu. Meskipun ukuran perusahaan tidak menjamin umur panjang, kemampuannya untuk menangkap peluang dan bereksperimen dengan teknologi sangat penting untuk pertumbuhan yang cepat. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan dan penurunan perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh dunia digital (Aysa, 2021). Jatuh banggunya sebuah perusahaan pun dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menginterpretasikan pasar berbasis data digital dengan cekatan.

Pemanfaatan ekonomi digital telah memungkinkan terciptanya peluang bisnis baru. Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah mengubah perilaku konsumen dan mulai menjadi ancaman bagi retail besar. Pada sektor jasa ada beberapa penyedia vendor aplikasi jasa transportasi yang berkembang pesat. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta populasi online Indonesia yang terus berkembang, harus memanfaatkan peluang ini. Walaupun beberapa pekerjaan yang dapat menghilang, ekonomi digital juga bisa berpotensi menambah jumlah lapangan kerja (Harahap et al., 2018). Nomura dalam (Harahap et al., 2018) menyampaikan

mengenai Go-Jek Indonesia yang dapat menyediakan lapangan kerja baru misalnya menjadi *driver* bagi lebih dari 300,000 orang.

Karena dapat menjual layanan yang lebih luas, lebih mudah, dan lebih terjangkau, ekonomi digital e-commerce dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis bagi UKM. Hal ini memungkinkan perusahaan online untuk bertahan bahkan selama penurunan ekonomi. Hal ini berdampak meminimalisir pengangguran dengan penyerapan tenaga kerja yang akan menjadi kekuatan ekonomi negara (Sukarno et al., 2022). Teknologi dalam ekonomi digital mengubah cara berinteraksi dan menambah nilai bagi pelanggan. Mungkin ketika tumbuh di dunia yang mana perusahaan memberikan pesan dan mengirimkan produk kepada pelanggan. Akan tetapi sekarang, keterkaitan itu lebih 2 arah yakni komunikasi serta ulasan pelanggan akan memberi pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan iklan di berbagai media ataupun promosi oleh influencer, dan keikutsertaan pelanggan menjadi penyokong penting untuk suksesnya bisnis. Secara bersama, kekuatan digital dapat membentuk lima domain utama strategi yakni pelanggan, data, inovasi, persaingan, dan nilai (Wibowo, 2022).

Simpulan

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia memiliki kekuatan untuk mengubah kehidupan masyarakat secara drastis. Keberadaan ekonomi digital ini,

khususnya infrastruktur komunikasi digital, dapat sangat membantu kemajuan ekonomi Indonesia di masa krisis. Ekonomi Indonesia yang dulunya menggunakan ekonomi tradisional kini berubah transisi menjadi ekonomi modern menggunakan sistem perdagangan memakai teknologi digital untuk memperkuat perekonomian. Adapun salah satu contoh bisnis dalam ekonomi digital yakni *e-commerce*. Per April 2021, Indonesia menduduki posisi pertama dari berbagai Negara di dunia sebagai negara yang paling banyak menggunakan *e-commerce*. Sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir.

Faktor yang berpartisipasi pada pertumbuhan *e-commerce* yang cepat di Indonesia, yaitu meningkatnya penetrasi smartphone. Kedua, kelas menengah yang lebih kaya dan berkembang. Ketiga, perusahaan terkenal dari China dan Barat telah melakukan investasi asing yang besar dalam *platform e-commerce*, terutama melalui usaha patungan. Keempat, pesatnya perkembangan metode pembayaran yang memungkinkan pembelian *online* oleh mereka yang tidak memiliki rekening bank, seperti OVO, Dana, dan lain-lain.

Adanya ekonomi digital dapat berdampak pada perekonomian Indonesia, yang mana dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha UMKM sebab bisa memasarkan produk dengan skala lebih luas, lebih efektif, dan murah. Hal ini dapat berdampak mengurangi pengangguran

yakni dengan penyerapan tenaga kerja yang menjadi kekuatan ekonomi negara.

Daftar Pustaka

- Aniqoh, N. A. F. A. (2020). The Role of Digital Economy to Enhancing Sustainable Economic Development. *International Journal of Social Science and Business*, 4(4), 519. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i4.28881>
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153.
- Bachtiar, P. P., Dinatingrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. Al, & Diandra, A. (2020). Ekonomi Digital untuk Siapa? Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia. In *Smeru Research Institute*. The SMERU Research Institute. <https://smeru.or.id/id/publication-id/ekonomi-digital-untuk-siapa-menuju-ekonomi-digital-yang-inklusif-di-indonesia>
- Bolwijn, Casella, & Zhan, &. (2018). International production and the digital economy. In *Progress in International Business Research*, 13, 39–64.
- BPS. (2020). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- Gea, A. A. (2014). Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efisien. *Humaniora*, 5(2), 777. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3133>
- Google, & TEMASEK. (2018). *e-Conomy SEA 2018*.
- Harahap, B. A., Paundralingga, A. Y., Cinditya, A., & Kusuma, M. (2018). Implikasi Makroekonomi dari Inovasi Digital: Studi Literatur. *Occasional Paper*.
- Huda, I. A. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121–125. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.622>
- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat. *Scriptura*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>
- Lidwina. (2021). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Manik, & Sukadana. (2019). Memahami Ekonomi Digital Di Indonesia: Studi Kasus Marketplace. *E-Jurnal EP Unud*, 9(2), 383–412.
- Puslitbang Aptika dan IKP. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.
- Septiana, M. D. (2021). Proses Transformasi ke Ekonomi Digital Masyarakat Indonesia. *Sospoli*, 1(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sukarno, Nugroho, & Iskandar. (2022). *Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak*

- Terhadap Perkembangan Transaksi E-Commerce Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Economina*, 1(4).
- Tapscott. (1977). *The digital economy : promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill.
- Van, Erumban, & Levanon. (2016). *Navigating the new digital economy: driving digital growth and productivity from installation to deployment*.
- Wibowo, A. (2022). *Transformasi Ekonomi Digital*. Yayasan Prima Agus Teknik
- Bekerja sama dengan Un Universitas STEKOM.
- Zhang, J., Zhao, W., Cheng, B., Li, A., Wang, Y., Yang, N., & Tian, Y. (2022). The Impact of Digital Economy on the Economic Growth and the Development Strategies in the post-COVID-19 Era: Evidence From Countries Along the "Belt and Road." *Frontiers in Public Health*, 10(May), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.856142>