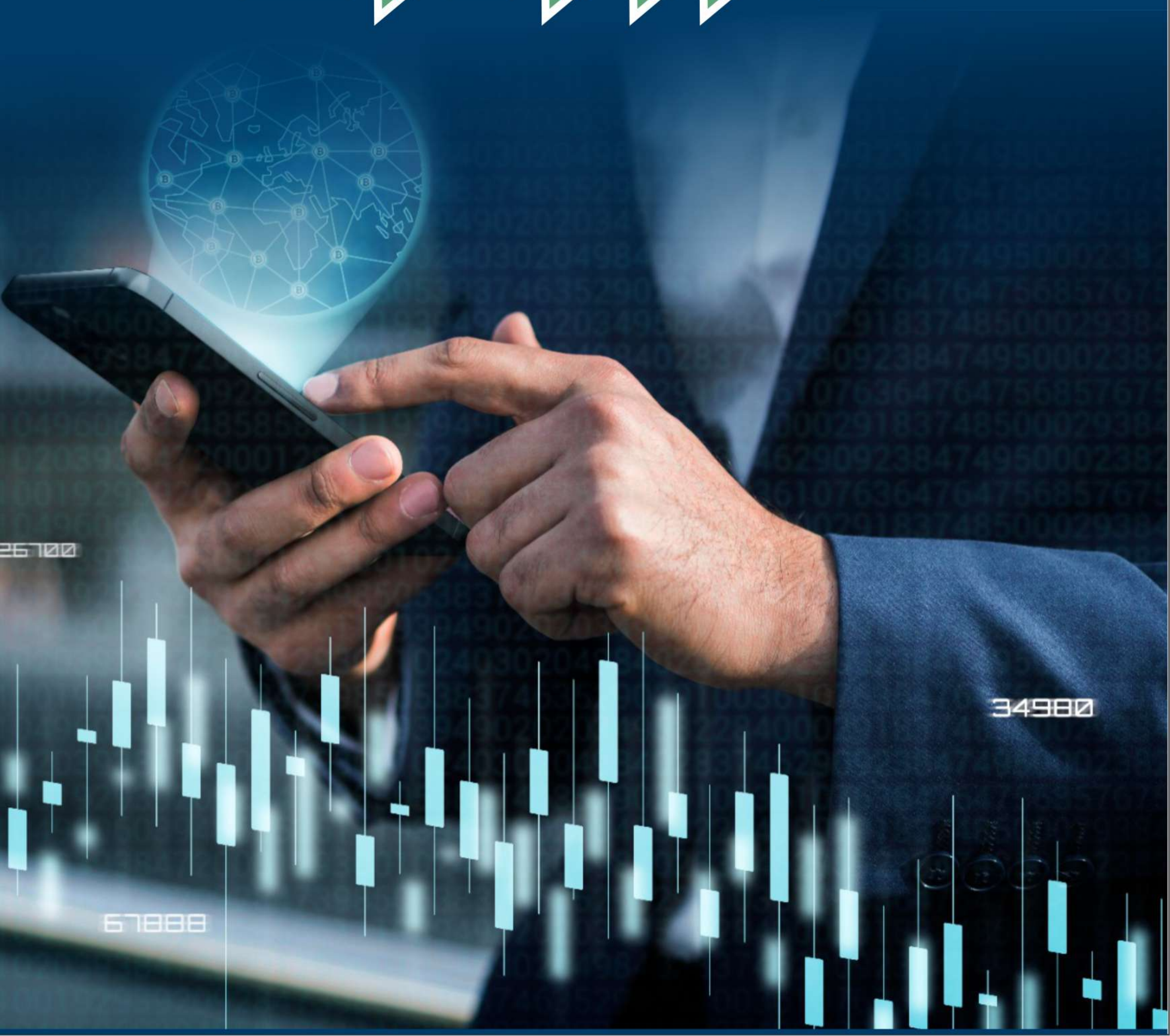


Tim Penulis:

Nandang Ihwanudin, Lucky Nugroho, Rejeki Bangun, Kurniawati Darmaningrum, Rollis Juliansyah, Ani Siska MY, Irra Chrisyanti Dewi, Putu Eka Nopiyani, Kraugusteeliana, Erly Krisnanik, Asep Dadan Suganda, Lina Aryani, Fenny Marietza, Helin Garlinia Yudawisastra, Johannes Johny Kojnja, Eka Purwanda.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

Tim Penulis:

Nandang Ihwanudin, Lucky Nugroho, Rejeki Bangun, Kurniawati Darmaningrum,
Rollis Juliansyah, Ani Siska MY, Irra Chrisyanti Dewi, Putu Eka Nopiyani,
Kraugusteeliana, Erly Krisnanik, Asep Dadan Suganda, Lina Aryani,
Fenny Marietza, Helin Garlinia Yudawisastra, Johannes Johny Koynja,
Eka Purwanda.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

Tim Penulis:

**Nandang Ihwanudin, Lucky Nugroho, Rejeki Bangun, Kurniawati Darmaningrum,
Rollis Juliansyah, Ani Siska MY, Irra Chrisyanti Dewi, Putu Eka Nopiyan,
Kraugusteeliana, Erly Krisnanik, Asep Dadan Suganda, Lina Aryani,
Fenny Marietza, Helin Garlinia Yudawisastra, Johannes Johny Kojnja,
Eka Purwanda.**

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Evi Damayanti

ISBN:

978-623-459-514-7

Cetakan Pertama:

Juni, 2023

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul Ekonomi Dan Bisnis Digital telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Ekonomi Dan Bisnis Digital.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Ekonomi Dan Bisnis Digital. Globalisasi dewasa ini mengarah pada pemanfaatan teknologi dalam seluruh aspek kehidupan dan pada segala bidang termasuk pada bidang ekonomi, juga ekonomi syariah. Pemanfaatan teknologi digital dirasakan pada segala aspek dan seluruh aktivitas bisnis atau tижarah. Adaptasi terhadap teknologi termasuk teknologi informasi/information teknologi (IT) saat ini di era 4.0 dan bahkan 5.0 tidak dapat dielakkan oleh para pemangku kebijakan/stake holders di bidang ekonomi dan bisnis di seluruh penjuru dunia, tak terkecuali Indonesia.

Ekonomi dan bisnis digital adalah ekonomi dan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar. Ekonomi dan bisnis digital menjadi aspek ekonomi dan bisnis yang berasaskan pada pendayagunaan dan pemberdayaan IT dan komunikasi digital. Ekonomi dan bisnis digital merupakan peristiwa sosial yang terjadi di masyarakat dan mempengaruhi kegiatan dan sistem ekonomi. Peristiwa sosial yang terjadi memiliki ciri-ciri sebagai sebuah ruang intelijen mencakup informasi, akses pada instrumen informasi, kapasitas informasi, serta pemrosesan informasi.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para

pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Juni, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENGANTAR EKONOMI DIGITAL	1
A. Pendahuluan	2
B. Hakikat Ekonomi dan Bisnis Digital	3
C. Urgensi Ekonomi dan Bisnis Digital	4
D. Ekonomi dan Bisnis Digital Syariah	5
E. Peluang dan Tantangan Ekonomi dan Bisnis Digital	11
F. Rangkuman Materi	15
BAB 2 MANUSIA DAN POLA INTERAKSI DUNIA <i>ONLINE</i>	21
A. Pendahuluan	22
B. Hubungan Komunikasi dan Interaksi	25
C. Pola Interaksi Manusia Dalam Aktivitas <i>Online</i>	27
D. Rangkuman Materi	31
BAB 3 <i>PLATFORM, IOT</i> DAN PERTUMBUHAN EKONOMI	39
A. Pendahuluan	40
B. <i>Platform, IOT</i> dan Pertumbuhan Ekonomi	41
C. Rangkuman Materi	53
BAB 4 KONSEP <i>OWNING ECONOMY TO SHARING ECONOMY</i>	59
A. Pendahuluan	60
B. Konsep <i>Owning Economy to Sharing Economy</i>	60
C. Tipe-Tipe <i>Collaborative Economy</i>	63
D. Faktor-Faktor Yang Mendukung <i>Sharing Economy</i>	64
E. Kelebihan <i>Sharing Economy</i>	66
F. Kekurangan <i>Sharing Economy</i>	67
G. Tantangan Regulasi	68
H. Rangkuman Materi	73
BAB 5 BISNIS DIGITAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DESA	81
A. Bisnis Digital dan Pertumbuhan Ekonomi Desa	82
B. Ekonomi Digital Merupakan Segmen Pasar Dengan Pertumbuhan Tercepat di Dunia	83
C. Pertumbuhan Ekonomi Desa	84

D. Peluang Pembangunan Perekonomian Perdesaan Era Ekonomi Digital.....	87
E. Tantangan Pembangunan Perekonomian Perdesaan Era Ekonomi Digital.....	88
F. Pengembangan Ekonomi Perdesaan dan UMKM Berbasis Industri Digital	90
G. Studi Kasus: Ekonomi Digital di Indonesia.....	91
H. Rangkuman Materi	94
BAB 6 TEORI-TEORI EKONOMI DIGITAL	101
A. Pendahuluan.....	102
B. Revolusi Industri	104
C. Konsep Ekonomi Digital	105
D. Teori Ekonomi <i>Digital Disruptive Innovation</i>	111
E. Ekonomi Digital.....	112
F. Fitur-Fitur Kunci Dalam Ekonomi Digital	114
G. Model Pendapatan Utama Dalam Ekonomi Digital.....	115
H. Rangkuman Materi	116
BAB 7 INOVASI MODEL BISNIS EKONOMI DIGITAL	119
A. Pendahuluan.....	120
B. Ekonomi Digital dan Munculnya Model Bisnis Baru.....	122
C. Fitur Utama Ekonomi Digital	130
D. Menciptakan Nilai Dalam Ekonomi Digital	130
E. Isu-Isu Inovasi Model Bisnis Ekonomi Digital	131
F. Rangkuman Materi	135
BAB 8 UANG DIGITAL	141
A. Pendahuluan.....	142
B. Pengertian Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	142
C. Kriteria Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	144
D. Dasar Hukum Penyelenggaraan Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	145
E. Manfaat dan Kelebihan Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	146
F. Kelemahan Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	147
G. Jenis-Jenis Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	147
H. Fitur Uang Digital Atau Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	149

I. Rangkuman Materi	151
BAB 9 TEKNOLOGI <i>BLOCKCHAIN</i>	153
A. Pendahuluan	154
B. Pengertian Teknologi <i>Blockchain</i>	154
C. Cara Kerja <i>Blockchain</i>	155
D. Metode Teknologi <i>Blockchain</i>	155
E. Bagaimana Terkait Keamanan Penggunaan <i>Blockchain</i>	156
F. Penerapan <i>Blockchain</i> Dalam Ekonomi Bisnis	157
G. Penerapan <i>Blockchain</i> Dalam Keuangan	158
H. Aplikasi Bisnis Digital Menggunakan <i>Blockchain</i>	159
I. Aplikasi <i>Blockchain</i> Dalam Berbagai Aspek Bisnis Digital	160
J. Jenis <i>Blockchain</i>	161
K. <i>Proof Of Work, Proof Of Stake</i> dan Konsensus <i>Blockchain</i>	162
L. Pengembangan Aplikasi <i>Blockchain</i> Menggunakan <i>Solidity</i>	164
M. Rangkuman Materi	165
BAB 10 SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK	169
A. Pendahuluan	170
B. Pengertian Sistem Perdagangan Elektronik	171
C. Sejarah Perkembangan Sistem Perdagangan Elektronik	173
D. Jenis-Jenis Sistem Perdagangan Elektronik	175
E. Keuntungan dan Risiko Sistem Perdagangan Elektronik	176
F. Algoritma Perdagangan Dan Sistem Perdagangan Elektronik	178
G. Perkembangan Terbaru Dalam Sistem Perdagangan Elektronik	180
H. Rangkuman Materi	183
BAB 11 PEMBAYARAN ELEKTRONIK	187
A. Pendahuluan	188
B. <i>E-Payment</i> (Pembayaran Elektronik)	189
C. Uang Elektronik (<i>Electronic Money</i>)	195
D. Rangkuman Materi	201
BAB 12 PEMASARAN ELEKTRONIK	205
A. Pendahuluan	206
B. Pengertian Pemasaran	208
C. Pengertian Pemasaran Elektronik	208
D. Model Perilaku Pelanggan	209
E. Manfaat Pemasaran Elektronik	211

F.	Potensi Dampak Negatif Pemasaran Elektronik	212
G.	Ekosistem Pemasaran Elektronik	214
H.	Strategi Pemasaran Elektronik	216
I.	Intensi Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	218
J.	Langkah-Langkah Untuk Memulai Pemasaran Elektronik	220
K.	Rangkuman Materi	221
BAB 13	FINTECH	225
A.	Pendahuluan	226
B.	Definisi <i>Fintech</i>	227
C.	Revolusi <i>Fintech</i>	229
D.	Aspek <i>Fintech</i>	230
E.	<i>Technology Driven Fintech</i>	231
F.	Perusahaan <i>Fintech</i> Global Besar	234
G.	Ekosistem Layanan Keuangan Berkelanjutan di Masa Depan	235
H.	Bermitra Untuk Inovasi	236
I.	Jenis-Jenis <i>Fintech</i>	237
J.	Pemangku Kebijakan Teknologi Keuangan di Indonesia	240
K.	Perkembangan <i>Fintech</i> Terhadap Perkembangan Perekonomian di Indonesia	240
L.	Rangkuman Materi	241
BAB 14	ONLINE GAME	247
A.	Pendahuluan	248
B.	Konsep <i>Online Game</i>	249
C.	Evolusi <i>Game Online</i>	252
D.	Penyedia <i>Online Game</i>	257
E.	Hambatan Perkembangan <i>Game Online</i> di Indonesia	258
F.	Dampak <i>Game Online</i>	259
G.	Peran <i>Game Online</i> Sebagai Stimulus Dalam Industri Kreatif	260
H.	Pengaruh Bisnis <i>Online Game</i> Terhadap Perekonomian	262
I.	Strategi Pemasaran <i>Online Game</i>	263
J.	Rangkuman Materi	265
BAB 15	BISNIS E-COMMERCE	269
A.	Pendahuluan	270
B.	Definisi Bisnis <i>E-Commerce</i>	274
C.	Definisi Bisnis <i>E-Commerce</i> Secara Yuridis	276

D. Transaksi Elektronik Dalam Bisnis <i>E-Commerce</i>	281
E. Penggolongan Jenis Bisnis <i>E-Commerce</i>	284
F. Rangkuman Materi	292
BAB 16 PRO DAN KONTRA PENGGUNAAN MATA UANG DIGITAL	299
A. Mata Uang Digital	300
B. <i>New Technology File System</i> (NTFS)	302
C. <i>Central Bank Digital Currencies</i> (CBDC)	305
D. Manfaat Ekonomi Mata Uang Digital	312
E. Kelemahan Mata Uang Digital	313
F. Pro dan Kontra Penggunaan Mata Uang Digital	315
G. Rangkuman Materi	316
GLOSARIUM	321
PROFIL PENULIS	328



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 1: PENGANTAR EKONOMI DIGITAL

Dr. Nandang Ihwanudin, S.Ag., M.E.Sy.

Universitas Islam Bandung

BAB 1

PENGANTAR EKONOMI DIGITAL

A. PENDAHULUAN

Globalisasi dewasa ini mengarah pada pemanfaatan teknologi dalam seluruh aspek kehidupan dan pada segala bidang termasuk pada bidang ekonomi, juga ekonomi syariah. Pemanfaatan teknologi digital dirasakan pada segala aspek dan seluruh aktivitas bisnis atau tjiarah. Adaptasi terhadap teknologi termasuk teknologi informasi/information teknologi (IT) saat ini di era 4.0 dan bahkan 5.0 tidak dapat dielakkan oleh para pemangku kebijakan/stake holders di bidang ekonomi dan bisnis di seluruh penjuru dunia, tak terkecuali Indonesia.

Hasil penelitian Nila Dwi Aprilia dan kawan-kawan (2021), menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi digital Indonesia cukup baik yang berkontribusi terhadap PDB Indonesia; peningkatan produktivitas, percepatan arus produksi, konsumsi, dan distribusi; pertumbuhan ekonomi pada berbagai sektor serta mampu bertahannya perekonomian di tengah pandemic Covid-19. Namun, ekonomi digital juga memberikan ancaman terhadap pertahanan negara yaitu digitalisasi menyebabkan seluruh data terkoneksi pada server yang rawan menimbulkan penyalahgunaan dan pemanfaatan data; transaksi yang tidak aman oleh serangan siber berbasis malware, transaksi penipuan maupun peretasan oleh *hacker*, dan kendala infrastruktur yang belum menjangkau seluruh wilayah negara Indonesia.

Ekonomi dan bisnis digital adalah ekonomi dan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar (Hinning, 2018). Ekonomi dan bisnis digital menjadi aspek ekonomi dan bisnis yang berasaskan pada pendayagunaan dan pemberdayaan IT dan komunikasi digital. Di sebagian besar penjuru dunia, ekonomi dan bisnis digital mengalami perkembangan yang signifikan

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Ni Made Savitri dan Yasa, Ni Nyoman Kerti, 2012, "E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking," Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol.16, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
- Aprilia, Nila Dwi; dkk. 2021. Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. Jurnal Ekonomi Pertahanan | Volume 7 Nomor 2 Tahun 2021/diakses 10 April 2023.
- Bachtiar, P. P., Dinatingrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. Al, & Diandra, A. (2020). Who Is Digital Economy for? Toward an Inclusive Digital Economy in Indonesia The SMERU Research Institute. In Smeru Research Institute. <https://smeru.or.id/en/content/>
- DSN-MUI. 2017. Fatwa No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.
- _____. 2018. Fatwa No: 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah
- Erlangga Hartanto. (2021) Pengembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Tidak Hanya Target Pasar Tapi Harus Jadi Pemain Global, Siaran Pers 10 November 2021.
- Hinning, e. a. (2018). Digital Information and Transformation: an Institutional Perspektif, Information and Organization. Journal Elsevier, vol. 28, 52-61.
- <https://mui.or.id/berita/40332/ini-tata-cara-jual-beli-online-sesuai-prinsip-syariah/>diakses 10 April 2023
- Ihwanudin, Nandang dan Rahayu, Anisa Eka, Juni 2020. Misykat, Volume 05, Nomor 01.
- _____. 2020. Buya Hamka dan HES di Indonesia. Bandung: P2U.
- _____; dkk. 2020. Bisnis Syariah: Spirit, Teori dan Praktik. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- _____; dkk. 2022. Etika Bisnis dalam Islam. Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Iwan. 2012. Kajian Strategi Keamanan Cyber Nasional: Dalam Rangka Meningkatkan Ketahanan Nasional di Bidang Keamanan Cyber. Jakarta: Tesis Universitas Pertahanan Indonesia.
- MUI Jawa Timur. 2022. Fatwa Nomor: 04 Tahun 2022 Tentang Transaksi Digital Dengan Sistem Paylater.
- Musafak. (2012). Budaya Ekonomi Digital Kalangan Masyarakat Menengah Atas. Yogyakarta: Universitas Gunadarma.
- Pusdatin Kemhan. (2021, 2 11). Retrieved from Pusdatin Kemhan: <https://www.kemhan.go.id/pusdatin/2016/10/24/sistem-informasipertahanan-negara-2.html>
- Reynold Eric dan Nana Diana. 2021. *Perkembangan Ekonomi Syariah di Era Digital. Vol. 4, No 3 (2021)*
- Sari, N. A. (2019). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Scholte, J. (2000). *Globalization: A Critical Introduction*. London: Palgrave.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>
- Shinta Maharani dan Miftahul Ulum. 2019. Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Proceeding Conference on Islamic Studies 2019*
- Supandi. (2019). *Ekonomi Pertahanan (Defense Economics): Panduan Studi Ilmu Pertahanan Edisi 1*. Jakarta: Makmur Cahaya Ilmu.
- Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2002 Tentang Pertahanan Negara
- Widiyastuti, Nur. DAMPAK PENGGUNAAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP BIAYA TENAGA KERJA PADA UMKM INDUSTRI BAKPIA DI KOTA YOGYAKARTA. *JURNAL RISET MANAJEMEN*, Vol. 9 No. 2 (Juli 2022)
- Yusgiantoro, P. (2014). *Ekonomi Pertahanan: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zimmermann, H.-D. (2000). *Understanding the Digital Economy: Challenges for New Business Models*. AMCIS 2000 Proceedings., 402.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 2: MANUSIA DAN POLA INTERAKSI DUNIA *ONLINE*

Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.Sc.

Universitas Mercu Buana-Bank Syariah Indonesia (BSI)

BAB 2

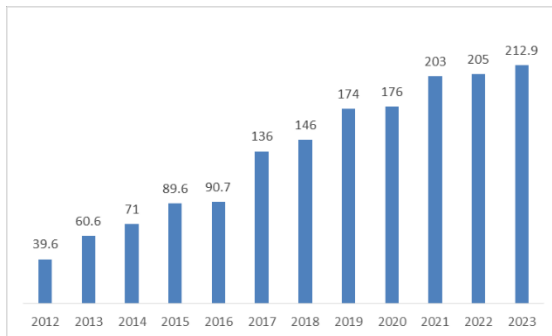
MANUSIA DAN POLA INTERAKSI DUNIA *ONLINE*

A. PENDAHULUAN

Transformasi digital pada masa revolusi industri 4.0 dan *post-pandemic* Covid-19 menjadi suatu keniscayaan. Proses digitalisasi menurut Ahmadin et al. (2023); Imani et al. (2023) dan Maria et al. (2022) telah mendisrupsi kegiatan maupun aktivitas manusia sehari-hari, baik formal dan non formal. Selanjutnya, pada masa pandemi Covid-19 yang terjadi pada periode 2019-2022, telah berdampak pada proses digitalisasi seperti maraknya masyarakat melakukan belanja *online*, melakukan transaksi keuangan secara online, belajar *online*, bekerja secara *online*, dsb (Pardede et al., 2022; Rhenaldy et al., 2022; Sukarno et al., 2022). Pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap akselerasi adaptasi masyarakat Indonesia menjadi lebih familiar dengan aplikasi digital (Jihad et al., 2022; Kamal et al., 2022; Widodo et al., 2022).

Pada masa pandemi Covid-19 berdampak terhadap peningkatan interaksi *online* di masyarakat yang ditunjukkan dengan peningkatan pengguna internet yang diilustrasikan pada gambar sebagai berikut:

Dalam juta jiwa



Sumber: Rizaty (2023)

Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia periode 2012-2023

DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M. Y., & Krush, M. T. (2016). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*, 53, 172–180. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.09.003>
- Ahmadin, A., Nugroho, L., Sari, E. J., Mustopa, M., Hasbi, I., Islam, N., Kurniawan, A., Jermias, E. O., Dey, N. P. H., Rahman, A., Putra, A. E., Amane, A. P. O., Subandi, Y., & Djumaty, B. L. (2023). SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL. In A. Ahmadin (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA. CV WIDINA MEDIA UTAMA*. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/559113-sosiologi-ruang-virtual-e4f161f0.pdf>
- Aprilia, R., Hendrawati, S., & Sriati, A. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41–53. <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928>
- Azizi, M., Umiyati, H., Nugroho, L., Utami, A. R., Sudirman, A., Aryani, L., Irwansyah, R., Purbowo, P., Mardiana, S., Witi, F. L., Pratiwi, C. P., Syahputra, S., Hanika, I. M., & Johassan, D. M. R. Y. (2022). EFFECTIVE DIGITAL MARKETING. In D. E. Putri & E. P. Sari (Eds.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA. CV WIDINA MEDIA UTAMA*.
- Badawi, A., & Nugroho, L. (2022). Keberlangsungan Usaha Melalui Peningkatan Kualitas SDM Untuk Menciptakan Perilaku Inovatif Dalam Pengembangan Produk Pada UMKM Kelurahan Meruya Utara. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 140–144. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v1i2.348>
- Bairizki, A., Irwansyah, R., Arifudin, O., Asir, M., Ganika, W. G., Karyanto, B., Lewaherilla, N., Nasfi, Nugroho, L., Hasbi, I., & Marietza, F. (2021). Manajemen Perubahan. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Bayu, D. J. (2020). *Alasan Utama Orang Indonesia Gunakan Internet untuk Bermedia Sosial*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/13/alasan-utama-orang-indonesia-gunakan-internet-untuk-bermedia-sosial>

- Biggs, E. E. (2023). *Strengthening Professional Networks to Serve Students With Autism Who Have Communication Needs. Intervention in School and Clinic*, 58(3), 173–182. <https://doi.org/10.1177/10534512221081250>
- Choo, H., & Petrick, J. F. (2014). *Social interactions and intentions to revisit for agritourism service encounters. Tourism Management*, 40, 372–381. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.011>
- Danaher, P. J., & Rossiter, J. R. (2011). Comparing perceptions of marketing communication channels. *European Journal of Marketing*, 45(1), 6–42. <https://doi.org/10.1108/03090561111095586>
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>
- Fusi, F., & Feeney, M. K. (2018). *Social Media in the Workplace: Information Exchange, Productivity, or Waste? American Review of Public Administration*, 48(5), 395–412. <https://doi.org/10.1177/0275074016675722>
- Gabbott, M., & Hogg, G. (2000). An empirical investigation of the impact of non-verbal communication on service evaluation. *European Journal of Marketing*, 34(3–4), 384–398. <https://doi.org/10.1108/03090560010311911>
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 111–119.
- Geng, S., Yang, P., Gao, Y., Tan, Y., & Yang, C. (2021). *The effects of ad social and personal relevance on consumer ad engagement on social media: The moderating role of platform trust. Computers in Human Behavior*, 122(September 2020), 106834. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106834>
- Gong, A.-D., & Huang, Y.-T. (2023). *Finding love in online games: Social interaction, parasocial phenomenon, and in-game purchase intention of female game players. Computers in Human Behavior*, 143(January), 107681. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107681>

- Gozalova, M. R., Gazilov, M. G., Kobeleva, O. V., Seredina, M. I., & Loseva, E. S. (2016). *Non-Verbal Communication in the Modern World*. Marina. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSEER Publishing*, 7(4), 553–558. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n4p>
- Graupmann, V., & Pfundmair, M. (2023). *When ostracism is mandated: COVID-19, social distancing, and psychological needs*. *Journal of Social Psychology*, 163(1), 39–51. <https://doi.org/10.1080/00224545.2022.2026284>
- Hall, J. A. (2023). *What we do in the shadows: The consumption of mobile messaging by social media mobile apps in the twilight of the social networking era*. *Mobile Media and Communication*, 11(1), 66–73. <https://doi.org/10.1177/20501579221133610>
- Hidayah, N., Nugroho, L., Suharman, H., & Ali, A. J. (2022). *Exploring the Benefit of Introducing Accounting and Finance Knowledge for Micro and Small Entrepreneurs During the COVID-19 Pandemic*. *ASEAN Journal of Community*, 6(2), 335–346.
- Hung, K. P., & Lin, C. K. (2013). *More communication is not always better? The interplay between effective communication and interpersonal conflict in influencing satisfaction*. *Industrial Marketing Management*, 42(8), 1223–1232. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.05.002>
- Imani, S., Hasanah, M., Atikah, I., Kartawinata, B. R., Jarullah, J., Riyaldi, M. H., Qamaruddin, M., Hafizh, M., Mahriani, E., Febriyani, D., Nugroho, L., Sari, N., Yetti, F., & Lautania, M. F. (2023). *FINTECH SYARIAH*. In E. Damayanti (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/559259-fintech-syariah-194861f5.pdf>
- Itani, O. S., Krush, M. T., Agnihotri, R., & Trainor, K. J. (2020). *Social media and customer relationship management technologies: Influencing buyer-seller information exchanges*. *Industrial Marketing Management*, 90(October 2019), 264–275. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.015>

- Jihad, F. M., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1167–1168.
- Kamal, S., Zulkifli, Agusti, N., Asmadia, T., Rahmat, F., Firda Zulfa Fahrani Muhammad Iqbal, Monady, H., Octaviani, R., Mubarak, A., Hakim, L., Masruroh, N., Athief, F. H. N., & Nugroho, L. (2022). *ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah & Wakaf)* (M. N. Sayuti & I. Nur (eds.)). Az-Zahra.
- Maria, Kasmoo, A. B. P., & Nugroho, L. (2022). Kajian Penggunaan Aplikasi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM pada Sektor Makanan (Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1669–1678.
- Masood, A., Zhang, Q., Ali, M., Cappiello, G., & Dhir, A. (2022). *Linking enterprise social media use, trust and knowledge sharing: paradoxical roles of communication transparency and personal blogging*. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2021-0880>
- Mishra, K., Boynton, L., & Mishra, A. (2014). *Driving Employee Engagement: The Expanded Role of Internal Communications*. *International Journal of Business Communication*, 51(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/2329488414525399>
- Mohr, J., & Spekman, R. (1994). *Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques*. *Strategic Management Journal*, 15(2), 135–152. <https://doi.org/10.1002/smj.4250150205>
- Mustanir, A., Aromatica, D., Utari, D. S., Nugroho, L., Faried, A. I., Kusnadi, I. H., Purnamaningsih, P. E., & Wismayanti, K. W. D. (2023). *Dinamika Administrasi Publik Indonesia* (First). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=XsqpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA53&ots=YftUF1RKTX&sig=JXZiP9q7fAEZvoPcF72ZWAcbqeQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Nugroho, L. (2021). *The Role of Information for Consumers in The Digital Era (Indonesia Case)*. *ACU International Journal of Social Sciences*, 7(2), 49–59.

- Nugroho, L. (2022). Perkembangan Finansial Teknologi (Fintek di Indonesia). In *Mengulas Fintech dalam Islam*. Mengulas Fintech dalam Islam. <https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/mengulas-fintech-dalam-islam/>
- Nugroho, L., Badawi, A., & Hidayah, N. (2022). How Indonesian Women Micro and Small Entrepreneurs Can Survive in Covid-19 Pandemic? *Amalee: Indonesian Journal of Community Research & Engagement*, 3(1), 215–222.
- Nugroho, L., Utami, W., & Nemoto, M. (2020). The Conception and Practices of Social Enterprise Between Indonesia and South Korea. *AL-FARABI International Journal on Social Sciences*, 5(4), 41–48. <https://doi.org/10.46291/Al-Farabi.050404>
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>
- O’Sullivan, P. B., & Flanagan, A. J. (2003). Reconceptualizing “flaming” and other problematic messages. *New Media and Society*, 5(1), 69–94. <https://doi.org/10.1177/1461444803005001908>
- Pardede, J. F., Nugroho, L., & Hidayah, N. (2022). Analisa Urgensi Digitalisasi dan Laporan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Cakrawala*, 2(4), 1531–1542.
- Pérez-Fernández, H., Cacciotti, G., Martín-Cruz, N., & Delgado-García, J. B. (2022). Are interactions between need for achievement and social networks the driving force behind entrepreneurial intention? A trait activation story. *Journal of Business Research*, 149(April), 65–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.046>
- Priyadarshini, C., Dubey, R. K., Kumar, Y. L. N., & Jha, R. R. (2020). Impact of social media addiction on employees’ wellbeing and work productivity. *Qualitative Report*, 25(1), 181–196. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4099>
- Ramadhan, W., Nofriadi, & Dahriansyah. (2021). Masyarakat Bijak Dalam Memanfaatkan Sosial Media Di Era Society 5.0. *Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(2), 159–164.

- Rhenaldy, Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1179–1188.
- Riana, D., Subekti, A., Pardede, H. F., Putra, Z. P., & Aziz, F. (2022). Penyuluhan Literasi Media untuk Bijak di Media Sosial dan Pemanfaatan Media Digital. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1522>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Rodriguez, M., Ajjan, H., & Peterson, R. M. (2016). Social Media in Large Sales Forces: An Empirical Study of the Impact of Sales Process Capability and Relationship Performance. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 24(3), 365–379. <https://doi.org/10.1080/10696679.2016.1170538>
- Sandi, F. (2022). *Orang RI Makin Doyan Belanja Online, Ini Buktinya*. www.cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221027130846-4-382969/orang-ri-makin-doyan-belanja-online-ini-buktinya>
- Sukarno, M. H., Nugroho, L., & Iskandar, D. (2022). Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak Terhadap Perkembangan Transaksi E-Commerce Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Economina*, 1(4), 945–957. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.208>
- Szabla, M., & Blommaert, J. (2020). Does context really collapse in social media interaction? *Applied Linguistics Review*, 11(2), 251–279. <https://doi.org/10.1515/applirev-2017-0119>
- Utami, W., Chairunisa, M., Nugroho, L., & Ali, A. J. (2022). Knowledge for Investment in Islamic Capital Market and Islamic Stocks for The Young Generation to Mitigate Fraudulent Investment. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 1–8.
- Widodo, Z. D., Umiyati, H., Adriansyah, T. M., Yudawisastra, H. G., Sudirman, A., Sintha, L., Butarbutar, M., Nst, A. M. U., Nugroho, L., Dewi, T. G., Permatasari, R. D., Ismail, R. S., Suryana, A. T., Saputra, T., Aryani, L., & Nahriana, N. (2022). KEWIRAUSAHAAN &

MANAJEMEN USAHA KECIL. In N. Rismawati (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.

Wood, J. (1999). *Establishing Internal Communication Channels that Work 1. Journal of Higher Education Policy and Management, 21(2), 135–149.* <https://doi.org/10.1080/1360080990210202>



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 3: *PLATFORM*, IOT DAN PERTUMBUHAN EKONOMI

Rejeki Bangun, S.E., M.M.

Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional

BAB 3

PLATFORM, IOT DAN PERTUMBUHAN EKONOMI

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang sangat cepat telah menyebabkan perubahan dan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Schwab (2016), penulis *The Fourth Industrial Revolution* menyebutkan bahwa saat ini, memasuki era revolusi industri 4.0 (industrial 4.0) mempengaruhi esensi kehidupan manusia. Revolusi *industry* di dorong oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat. Beberapa jenis teknologi seperti *Internet of Things* (IoT) dan *Big Data & Advanced Analytic* banyak digunakan di berbagai bidang. Mudholkar dan Mudholkar (2018), menyebutkan bahwa IoT adalah jaringan yang terdiri dari perangkat fisik dan perangkat lunak yang memungkinkan perangkat ini untuk bertukar data, sementara *Big Data* tempat penyimpanan yang mampu menampung beban data yang sangat besar dengan format tertentu yang dapat diubah.

Pengaruh kemajuan teknologi terhadap pertumbuhan perekonomian sudah diramalkan oleh Tapscott (Bukht & Heeks, 2017), yang pertama kali memperkenalkan terminologi digital economy sebagai era ekonomi baru. Dalam ekonomi baru, informasi dalam bentuk digital. Ketika informasi menjadi digital dan dikomunikasikan melalui jaringan digital, dunia baru kemungkinan terungkap. Sejumlah besar informasi dapat dikompresi dan ditransmisikan dengan kecepatan cahaya. Kualitas informasi jauh lebih baik daripada transmisi analog. Berbagai bentuk informasi dapat digabungkan, informasi dapat disimpan dan diambil secara instan dari seluruh dunia, pada akhirnya memberikan akses instan ke banyak informasi yang dicatat oleh peradaban manusia. Peralatan digital baru dapat dibuat sesuai kebutuhan dan berdampak pada sebagian besar aspek bisnis dan kehidupan pribadi. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia sudah sangat pesat. Dari sisi infrastruktur, Indonesia telah

DAFTAR PUSTAKA

- Bukht, R., Heeks., (2017), *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Manchester Centre for Development Informatics Working Paper 68*
- Deshmukh, U, Sandip., (2019), *Impact of E-Business on Business Association, International Journal of Engineering and Management Research, Volume- 9, Issue- 6 (December 2019).*
- Firmansyah, H., Pratiwi, N. I., Hardiyanti, S. E., Ratih, S. D., Mulyani, A., Bangun, R., ... & Sutrisno, G. (2022). KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS).
<https://miqbal.staff.telkomuniversity.ac.id/platform-iot/>
<https://www.binaracademy.com/blog/internet-of-things-dan-penjelasan-lengkapnya>
<https://sumatosoft.com/blog/impact-of-internet-of-things-iot-on-the-business-economy-2022-trends>
- Klaus Schwab, (2016), *The Fourth Industrial Revolution*, World Economic Forum, Cologny/Geneva, Switzerland
- Leong, K., Sung, A., (2018). *FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 9, No. 2, April 2018.*
- Mansyur, A. I., Ratih, S. D., Bagenda, C., Bangun, R., Nasrin, N., Hilman, Y. A., ... & Rakhman, C. U. (2022). PENDIDIKAN ANTIKORUPSI (MENCIPTAKAN PEMAHAMAN GERAKAN DAN BUDAYA ANTIKORUPSI). Penerbit Widina.
- Manurung, S., Hartoto, H., Priantana, R. D., Fuadi, R., Daud, R. M., Nugroho, L., ... & Chania, I. (2022). AKUNTANSI MANAJEMEN.

Mudholkar, P., Mudholkar, M., (2018), *Internet of Things (IoT) and Big Data: A Review, International Journal of Management, Technology And Engineering, Volume 8, Issue XII*

Sudarmanto, Eko, et al. PERILAKU ORGANISASIONAL (KONSEPTUAL DAN APLIKASI). Edited by Masruroh, Aas, CV WIDINA MEDIA UTAMA, 2022



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 4: KONSEP *OWNING ECONOMY* *TO SHARING ECONOMY*

Kurniawati Darmaningrum, S.E., M.M.

UTP Surakarta

BAB 4

KONSEP OWNING ECONOMY TO SHARING ECONOMY

A. PENDAHULUAN

Sharing economy di era digital seperti sekarang ini sering diartikan sebagai kegiatan yang berbasis peer-to-peer atau biasa dikenal dengan (P2P). Tujuan utama dari P2P sendiri adalah untuk memungkinkan bisnis berbagi akses ke suatu produk melalui *platform* digital secara kolaboratif, dengan cara ini masuk akal untuk meningkatkan antusiasme penerapan berbagai langkah efisiensi konsumsi secara simultan dan untuk meminimalkan risiko lingkungan negatif yang disebabkan oleh konsumsi yang tidak terkendali. Perkembangan *sharing economy* berjalan sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Hasilnya bisa dilihat sendiri dari hadirnya berbagai jenis transaksi online maupun digital. Bahkan saat ini *sharing economy* juga sudah mengacu pada interaksi *business* atau B2B.

Informasi tambahan yang dibagikan di *platform online* dapat meningkatkan kepercayaan antar pengguna, tetapi juga dapat menyebabkan bias ras dan *gender*. Perusahaan yang menggunakan konsep *sharing economy* harus berusaha untuk memerangi bias dalam *platform* mereka, baik dalam algoritme maupun penggunaannya dengan cara menghapus informasi pengenalan tertentu dari profil mengurangi risiko bias. *Sharing economy* menyulitkan bagi satu perusahaan untuk membentuk monopoli karena biaya pelanggan antar layanan dalam *sharing economy* cukup rendah.

B. KONSEP OWNING ECONOMY TO SHARING ECONOMY

Definisi *Owning* dari segi Bahasa memiliki arti kepemilikan, sedangkan *Sharing* berarti saling berbagi. Konsep *Owning* adalah individu yang memiliki usaha sendiri atau perorangan serta dikelola secara mandiri, sehingga segala sesuatu yang terjadi dalam bisnisnya ditanggung dan

DAFTAR PUSTAKA

- Arrington, M. (2011, July 27). *The Moment Of Truth For Airbnb As User's Home Is Utterly Trashed*. Techcrunch, 1–7. Retrieved February 16, 2017, from: <https://techcrunch.com/2011/07/27/the-moment-of-truth-for-airbnb-as-users-home-is-utterly-trashed/>
- Ayres, I., Banaji, M., & Jolls, C. (2015). *Race effects on eBay*. RAND Journal of Economics, 46(4), 891–917. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1111/1756-2171.12115>
- Bershidsky, L. (2016, January 4). *Millennials Are Buying Cars After All. Bloomberg, p.1*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-01-04/millennials-are-buying-cars-after-all>
- Bhattarai, A. (2016, July 20). *Airbnb hires Eric Holder to help company fight discrimination. The Washington Post, p.1*. Retrieved February 17, 2017, from: https://www.washingtonpost.com/news/business/wp/2016/07/20/eric-holder-joins-airbnb-to-help-company-fight-discrimination/?utm_term=.5108395cf997
- BJH Advisors LLC. (2016). *Short Changing New York City: The Impact of Airbnb on New York City's Housing Market*. Retrieved February 16, 2017, from: http://www.sharebetter.org/wp-content/uploads/2016/06/NYCHousingReport_Final.pdf
- Busbud. (2012). *Comparing Airbnb and Hotel Rates Around the Globe, 18–19*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.busbud.com/blog/airbnb-vs-hotel-rates/>
- Campbell, H. (2016, August 1). *Top 9 Ways To Contact Uber Support When You Need Help. The Rideshare Guy, p. 1*. Retrieved February 17, 2017, from: <http://therideshareguy.com/top-6-ways-to-contact-uber-when-you-need-help/>
- Chandler, A. (2016, May 27). *What Should the "Sharing Economy" Really Be Called? The Atlantic, p.1*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/05/sharing-economy-airbnb-uber-yada/484505/>

- Cohen, P., Hahn, R., Hall, J., Levitt, S., & Metcalfe, R. (2016). *Using Big Data to Estimate Consumer Surplus: The Case of Uber*. Cambridge, MA. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.3386/w22627>
- Cooper, Rosemary and Vanessa Timmer. 2015. *local goverments and the sharing economy*, <http://www.localgovsharingecon.com/>
- Cramer, J., & Krueger, A. B. (2016). *Disruptive change in the taxi business: The case of uber*. In *American Economic Review* (Vol. 106, pp. 177–182). Cambridge, MA. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1257/aer.p20161002>
- Demary, V. (2015). *Competition in the sharing economy*. *IW Policy Paper, 19(July)*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.econstor.eu/handle/10419/112778>
- Edelman, BG; Luca, M. S. D. (2015). *Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment*. *HBS Working Paper, 1–34*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2701902>
- Einav, L., Farronato, C., & Levin, J. (2016). *Peer-to-Peer Markets*. *Annual Review of Economics*, 8(1), 615–635. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015334>
- Federal Trade Commission. (n.d.). *Price Discrimination: Robinson-Patman Violations*. Retrieved February 17, 2017, from: <https://www.ftc.gov/tips-advice/competition-guidance/guide-antitrust-laws/price-discrimination-robinson-patman>
- Gudell, S. (2016, November 4). *The U.S. Housing Affordability Crisis: How a Rent and Low-Income Problem is Becoming Everyone's Problem*, Zillow Research, p.1. Retrieved February 17, 2017, from: <http://www.zillow.com/research/housing-affordability-q4-2015-12111/>
- Gurley, B. (2014, March 11). *A Deeper Look at Uber's Dynamic Pricing Model | Above the Crowd*. Above the Crowd, p.1. Retrieved February 16, 2017, from: <http://abovethecrowd.com/2014/03/11/a-deeper-look-at-ubers-dynamic-pricing-model/>
- Hall, J., & Krueger, A. (2015). *An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States*, 29. Retrieved February 16,

- 2017, from: https://s3.amazonaws.com/uber-static/comms/PDF/Uber_Driver-Partners_Hall_Kreuger_2015.pdf
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). *The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption*. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hawksworth, J., Vaughan, R., & Vaughan, R. (2014). *The sharing economy – sizing the revenue opportunity, 2025*, 1–6. PricewaterhouseCoopers. Retrieved February 16, 2017, from: www.pwc.co.uk
- Holodny, E. (2016, October 13). *Uber and Lyft are demolishing New York City taxi drivers*. *Business Insider India*, p.1. Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.businessinsider.in/Uber-and-Lyft-are-demolishing-New-York-City-taxi-drivers/articleshow/54821130.cms>
- Jabbari, P. (2016, June 2). *Uber, trust, and price discrimination*, Sustainable Transportation Lab, p.1. Retrieved February 17, 2017, from: <http://faculty.washington.edu/dwhm/2016/06/02/uber-trust-and-price-discrimination/>
- Lieber, R. (2015, November 13). *Death in Airbnb Rental Raises Liability Questions*, *The New York Times*, p.1. Retrieved February 17, 2017, from: https://www.nytimes.com/2015/11/14/your-money/death-in-airbnb-rental-raises-liability-questions.html?_r=0
- Lowrey, A. (2014, January 10). *Is Uber's Surge-Pricing an Example of High-Tech Gouging?* *The New York Times*, p.1. Retrieved February 17, 2017, from: https://www.nytimes.com/2014/01/12/magazine/is-ubers-surge-pricing-an-example-of-high-tech-gouging.html?_r=1
- Lyons, K., & Wearing, S. (2015). *The sharing economy. Issues, impacts, and regulatory responses in the context of the NSW visitor economy policy. Principles to foster the sharing economy in NSW*. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.nswbusinesschamber.com.au/NSWBCWebsite/media/Policy/Tourism/Sharing-Economy-Issues-Impacts-and-Regulatory-Responses-COMBINED-POLICY-9-11-15.pdf>
- Munger, M. C. (2016). *Tomorrow 3.0: The Sharing Economy*, *The Independent Review*, 20(3), 6. Retrieved February 16, 2017, from: http://www.independent.org/pdf/tir/tir_20_03_11_munger.pdf

- Nica, E., & Potcovaru, A.-M. (2015). *The social sustainability of the sharing economy*. *Economics, Management, and Financial Markets*, 10(4), 69–75.
- Notte, J. (2014, October 14). *Safety Worries Make Uber, Lyft Fair Game for Taxi Watchdogs*. *TheStreet*, p.1. Retrieved February 17, 2017, from: <https://www.thestreet.com/story/12904217/1/safety-worries-make-uber-lyft-fair-game-for-taxi-watchdogs.html>
- NYC Taxi & Limousine Commission. (n.d.). Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.nyc.gov/html/tlc/html/industry/drivers.shtml>
- Parigi, P., & Cook, K. S. (2015). *The Sharing Economy*. *Contexts*, 14(1), 12–19. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1177/1536504214567860>. WINTER
- PricewaterhouseCoopers. (2015a). *Consumer Intelligence Series "The Sharing Economy"*, 1–30. Retrieved February 16, 2017, from: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
- PricewaterhouseCoopers. (2015b). *Outlook for the Sharing Economy in the UK 2016*. Retrieved February 20, 2017, from: <http://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/outlook-for-the-sharing-economy-in-the-uk-2016.html>
- Ray, F., & Luca, M. (2016). *Fixing discrimination in online marketplaces*. *Harvard Business Review*, (June), 89–95. Retrieved February 16, 2017, from: <https://hbr.org/2016/12/fixing-discrimination-in-online-marketplaces>
- Salman, D., & Long, J. (2015). *Regulating the Sharing Economy: applying the process for creative destruction*. *Oregon Business*, 1–23. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1177/2374556815601429>
- Shy, O. (2001). *The Economics of Network Industries*. *Book*. Cambridge University Press. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Smith, A. (2016a). *Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy*. Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.pewinternet.org/2016/05/19/the-new-digital-economy/>

- Smith, A. (2016b). *Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy*. Retrieved February 16, 2017, from: http://www.pewinternet.org/2016/05/19/the-new-digital-economy/pi_2016-05-19_sharing-economy_0-01/
- Stigler, G. J. (1971). *The theory regulation of economic*. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3–21. Retrieved February 16, 2017, from: <https://doi.org/10.2307/3003160>
- Tanner, A. (2014, March 26). *Different Customers, Different Prices, Thanks To Big Data*. *Forbes*, 193(5), 46, p.1. Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.forbes.com/sites/adamtanner/2014/03/26/different-customers-different-prices-thanks-to-big-data/#6a5ef5bff31c>
- Telles, R. J. (2016). *Digital Matching Firms: A New Definition in the "Sharing Economy" Space*. ESA Issue Brief, (01–16), 1–27. Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.esa.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>
- Thomson Reuters and Dinar Standart. 2016 State of the Islamic economy report 2015/2016. Dubai the capital of Islamic economy
- Thomas Eisenmann, Geoffrey Parker, and Marshall W. Van Alstyne. 2006. *Strategies for Two Sided Markets*. Harvards Business Review.
- Tomalty, R. (2014). *Ours Is Better Than Yours*. *Alternatives Journal*, 40(2), 18–22. Retrieved February 16, 2017, from: <http://www.alternativesjournal.ca/science-and-solutions/ours-better-yours>
- Uber. (2015). *User Privacy Statement*. Legal | Uber. Retrieved February 17, 2017, from: <https://www.uber.com/legal/privacy/users/en/>
- Vaughan, R., & Hawksworth, J. (2014). *The Sharing Economy*. Pwc.co.uk, (August), 1–10.
- Wallsten, S., & Wallsten, S. (2015). *The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis? The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?, (June)*. Retrieved February 16, 2017, from: https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2015/06/01912-96334.pdf



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 5: BISNIS DIGITAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DESA

Rollis Juliansyah, S.E., M.Si.

Univeristas Teuku Umar

BAB 5

BISNIS DIGITAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DESA

A. BISNIS DIGITAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DESA

Konteks umum dalam perekonomian lokal seperti perdesaan memiliki keterkaitan dengan tahapan-tahapan pembangunan wilayah. Dimana adalah istilah yang merujuk pada upaya pemerintah atau swasta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tertentu dengan memperbaiki infrastruktur dan sumber daya manusia serta meningkatkan produktivitas ekonomi daerah tersebut (Sari et al., 2020). Pembangunan wilayah biasanya mencakup berbagai proyek seperti pembangunan fisik seperti jalan, jembatan, bandara, pelabuhan dan pembangunan non fisik seperti ekonomi sosial dan kelembagaan masyarakat atau organisasi lainnya. Dalam konteks pembangunan wilayah yang sering menjadi fokus pada pembangunan perekonomian perdesaan, dengan tujuan pemerataan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat menjadi tujuan utama (Amin et al., 2020); (Juliansyah, 2022a)

Menurut laporan *Department for Environment, Food and Rural Affair* (DEFRA, 2021) Sekitar 90 persen usaha di pedesaan adalah usaha mikro dan kecil. Perekonomian perdesaan dikaitkan dengan sumber bahan baku terutama sumber daya alam dalam bentuk bahan mentah. Yang mana pertanian sektor pertanian, perkebunan, kehutanan merupakan dari bagian ekonomi desa yang semakin beragam.

Revolusi bisnis digital telah berdampak pada ekonomi desa dalam banyak hal, menghasilkan peningkatan pendapatan dan peluang bagi desa. Bisnis digital kini menjadi bentuk utama kegiatan ekonomi di banyak negara, yang semakin saling terhubung dan saling bergantung dengan sektor lain. Dampaknya terhadap ekonomi pedesaan sangat signifikan. Dengan adanya perkembangan seperti *Internet of Things*, otomatisasi, dan data besar, ada kebutuhan yang semakin besar untuk berdialog tentang

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, P, I., Riyono, B. and Supandi, A. (2020). Indeks Pembangunan Manusia di Madura: Analisis Tipologi Klassen. *Jabe (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(2), p. 82. Available at: <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i2.4578>.
- Amin, C. et al. (2020). *Ocean Economic Linkage in Economic Development of Island Province. Economic and Social of Fisheries and Marine*, 008(01), p. 27-41. <https://doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2020.008.01.03>.
- Maryani, E. and Karimah, E, K. (2019). Peluang dan Tantangan: Penggunaan Media Digital di Kalangan Perempuan Jatinangor. *Avant Garde*, 7(2), p. 171. Available at: <https://doi.org/10.36080/ag.v7i2.926>.
- Yulianto, E. et al. (2021). Implementasi Model SCORPIO Sebagai Strategi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro & Kecil Pada Masa Pandemi Covid-19. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3(4), p. 229-234. Available at: <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.326>.
- Kosasi, S. (2015). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Produk Pembuatan Kue. *Csrid (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 7(1), p. 57. Available at: <https://doi.org/10.22303/csrid.7.1.2015.57-67>.
- Prihartanto, E. (2020). Identifikasi Sarana dan Prasarana Sebagai Proses Pengembangan Wilayah Pesisir Barat Kota Tarakan. *Borneo Engineering Jurnal Teknik Sipil*, 4(1),p. 99-112. <https://doi.org/10.35334/be.v4i1.1390>.
- Yakup, P, A. and Haryanto, T. (2021). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina* 23(2). Halaman: 39-47. <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>.
- Prihartanto, E. and Priyana, B, E. (2021). Identifikasi Kebutuhan Infrastruktur Penunjang Pengembangan Pariwisata di Wilayah Perbatasan Utara Kalimantan. *Borneo Engineering Jurnal Teknik Sipil*, 5(2), p. 143-154. Available at: <https://doi.org/10.35334/be.v5i2.1699>.

- Zhou, X. et al. (2020). Challenges and Potential Solutions for Sustainable Urban-Rural Linkages in a Ghanaian Context. *Sustainability*, 12(2),p. 507. Available at: <https://doi.org/10.3390/su12020507>.
- Michałowski, A. et al. (2018). Entamoeba gingivalis – prevalence and correlation with dental caries in children from rural and urban regions of Lublin Province, Eastern Poland. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, 25(4),p. 656-658. Available at: <https://doi.org/10.26444/aaem/80403>.
- Wei, N. (2022). Decreasing land use and increasing information infrastructure: Big data analytics driven integrated online learning framework in rural education. *Frontiers in Environmental Science*, 10. Available at: <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1025646>.
- Andiani, D, N. et al. (2021). Implementation of the alternative tourism paradigm in Bali Aga Traditional Village. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 4(1),p. 42-49. Available at: <https://doi.org/10.31940/jasth.v4i1.2343>.
- Prinsloo, J., Vosloo, J. and Mathews, H, E. (2019) "TOWARDS INDUSTRY 4.0: A ROADMAP FOR THE SOUTH AFRICAN HEAVY INDUSTRY SECTOR," *The South African Journal of Industrial Engineering*, 30(3). Available at: <https://doi.org/10.7166/30-3-2237>.
- Mu, A. et al. (2021) "Does digital technology reduce health disparity? Investigating difference of depression stemming from socioeconomic status among Chinese older adults," *BMC Geriatrics*, 21(1). Available at: <https://doi.org/10.1186/s12877-021-02175-0>.
- Zhang, L. and Ma, X. (2022) "Analysis on the Path of Digital Villages Affecting Rural Residents' Consumption Upgrade: Based on the Investigation and Research of 164 Administrative Villages in the Pilot Area of Digital Villages in Zhejiang Province," *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, p. 1-9. Available at: <https://doi.org/10.1155/2022/9928030>.
- Hoe, S, L. et al. (2021) "*Effectiveness of Online Training for Rural Entrepreneurs During a Global Pandemic*," *Research in Social Sciences and Technology*, 6(3), p. 194-212. Available at: <https://doi.org/10.46303/ressat.2021.38>.

- Liu, X. et al. (2016) "Urban–rural disparity in utilization of preventive care services in China," *Medicine*, 95(37),p. e4783. Available at: <https://doi.org/10.1097/md.0000000000004783>.
- Cui, Z., Li, E., Li, Y., Deng, Q., & Shahtahmasebi, A. R. (2023). The impact of poverty alleviation policies on rural economic resilience in impoverished areas: A case study of Lankao County, China. *Journal of Rural Studies*, 99, 92–106. <https://doi.org/10.1016/J.JRURSTUD.2023.03.007>
- Tiwasing, P., Clark, B., & Gkartzios, M. (2022). How can rural businesses thrive in the digital economy? A UK perspective. *Heliyon*, 8(10), e10745. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2022.E10745>
- Jia, X. (2023). Digital Economy, Factor Allocation, and Sustainable Agricultural Development: The Perspective of Labor and Capital Misallocation. *Sustainability*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054418>
- DEFRA. (2021). Statistical digest of rural England: broadband. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/996572/Broadband_June_2021_final_with_cover_page.pdf
- _____. Statistics Digest of Rural England. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/984879/Businesses_March_2021_final_with_cover_page.pdf.
- Bosworth, G., Atterton, J., (2012). Entrepreneurial in-migration and Neoendogenous rural development. *Rural Sociol.* 77 (2), 254–279.
- Phillipson, J., Tiwasing, P., Gorton, M., Maioli, S., Newbery, R., Turner, R., (2019). Shining a spotlight on small rural businesses: how does their performance compare with urban? *J. Rural Stud.* 68, 230239.
- Bayu, D. (2022). APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia): *Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.

- Indonesia.go.id. (Juni, 16 2021)
<https://www.indonesia.go.id/kategori/editorial/2890/mengoptimalkan-digitalisasi-umkm>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Maret, 31 2021). *Transformasi Digital UMKM Jadi Prioritas Penguatan Fondasi Ekonomi*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/40915/transformasi-digital-umkm-jadi-prioritas-penguatan-fondasi-ekonomi/0/berita>
- Dihni, V., A. (2022, 13 Juli). *Provinsi dengan Literasi Digital Terbaik Nasional pada 2021*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/ini-provinsi-dengan-literasi-digital-terbaik-nasional-pada-2021>
- Santika, E., F. (2023, 1 Januari). *Provinsi dengan Indeks Literasi Digital Tertinggi 2022*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/15-provinsi-dengan-indeks-literasi-digital-tertinggi-siapa-juaranya>
- Juliansyah, R. (2022a). Struktur Perekonomian Negara Maju dan Negara Berkembang. Dalam Reni Septiani (Eds.), *Ekonomi Pembangunan: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis*. (hal. 114). Widina Bhakti Persada Bandung.
- _____. (2022b). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Dalam Mukthadi [Ed]. Teori Produksi. (Halaman 59-70). Bandung: Widina Bhakti Persada
- Zulham, T., Ningsih, Y. E., Ilhamudin, T., & Juliansyah, R. (2022). *Demografi: Faktor Penting Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pekerja Miskin*. Bandung: Widina Bhakti Persada.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 6: TEORI-TEORI EKONOMI DIGITAL

Ani Siska MY, S.H., M.M., M.S.M.

Universitas Sahid

DAFTAR PUSTAKA

- Bloch, M., Pigneur, Y dan Sergev, A. (2006). *On the road of electronic-Commerce- A BusinessValue Framework, gaining competitive advantage and some research issues. Working paper University of Laussane, Laussane Swiss'*
- Manu, A. (2015). *Value creation and the internet of things: How the behavior economy will shape the 4th industrial revolution. England: GOWER.*
- Nellen, Annette. (2015). *Taxation and today's digital economy. Wolters Kluwer Database.*
- Nelson. M. R. (1998). *Government and governance in the networked world. In D Tapscott, A. Lowy, & D. Ticoll, Blueprint to the Digital Economy (p. 339). New York: McGraw Hill.*
- Liao, Y., Loures, E.R., Deschamps, F., Brezinzki, G., & Venâncio, A. (2018). *The impact of the fourth industrial revolution: A cross-country/region comparison. Production, Vol. 28. E20180061, 1-18. Organization for Economic Co-operation and Development (2014). Measuring the Digital Economy: A New Perspective OECD Publishing. Paris.*
- Organization for Economic Co-operation and Development (2015). *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy. Action 1-2015 Final Report: OECD Publishing.*
- Schwab, K. (2016). *The Forth Industrial Revolution. Switzerland: World Economic Forum.*
- Tapscot, D. (2004). *The Digital Economy Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Inteligence (20th Anniversary Edition). New York: McGraw Hill.*



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 7: INOVASI MODEL BISNIS EKONOMI DIGITAL

Irra Chrisyanti Dewi, S.Pd., M.S.M.

Universitas Ciputra Surabaya

BAB 7

INOVASI MODEL BISNIS EKONOMI DIGITAL

A. PENDAHULUAN

Awal tahun 1990 dimulailah perdagangan melalui internet, dapat kita lihat bagaimana siklusnya kala itu. Semua orang bertanya-tanya, apakah ekonomi ke depan bergantung dengan Internet? apakah revolusi e-commerce sudah berakhir? Saat ini, pendekatan dalam bisnis fokus pada model dan kinerja yang optimal. Internet dan e-commerce berjalan beriringan, di mana terus meningkatkan efisiensi operasional dan memunculkan peluang baru untuk pertumbuhan dan keunggulan kompetitif (Weill & Woerner, 2013). Sebagian besar usaha internet mengalami kegagalan karena tidak memiliki model bisnis dan strategi jangka panjang yang tepat. Model bisnis yang mengalami kegagalan memunculkan pertanyaan-pertanyaan mendasar yang berkaitan dengan ekonomi internet, yaitu:

1. Apakah model bisnis *e-commerce* mengikuti prinsip dasar atau logika ekonomi internet?
2. Apakah model bisnis *e-commerce* memanfaatkan keberadaan ekonomi Internet?

Kedua pertanyaan tersebut menunjukkan adanya pertimbangan strategis mengenai pengembangan dan penerapan model bisnis *e-commerce* yang sesuai, yaitu:

1. Apa saja komponen model bisnis yang sesuai dalam ekonomi internet?
2. Apakah ada atribut penghambat internet dan bagaimana memanfaatkannya untuk meraih keunggulan dan keuntungan kompetitif?
3. Bagaimana dengan biaya transaksi dan efek jaringan dalam ekonomi internet yang mengubah posisi persaingan?

DAFTAR PUSTAKA

- Aagaard, A. (2019). *Digital Business Models Driving Transformation and Innovation*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Berman, S.J. (2012.) Digital Transformation: Opportunities to Create New Business Models. *Strateg Leaders*, 40:16–24.
- Bican, P.M., Brem, A. (2020). *Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There a Sustainable “Digital”?* *Sustainability* 12:1–15.
- Bouncken, R.B., Kraus, S., Roig-Tierno, N. (2019). *Knowledge and Innovation-Based Business Models for Future Growth: Digitalized Business Models and Portfolio Considerations*. *Rev Manag Sci*.
- DaSilva, C.M., Trkman, P. (2014). *Business Model: What it is and What it is not*. *Long Range Plann* 47:379–389.
- Dellermann, D., Fliaster, A., Kolloch, M. (2017). *Innovation Risk in Digital Business Models: the German Energy Sector*. *J Bus Strateg* 38:35–43.
- Foss, N.J., Saebi, T. (2018). *Business Models and Business Model Innovation: Between Wicked and Paradigmatic Problems*. *Long Range Plan* 51:9–21.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., Sauer, R. (2016). *Exploring the Field of Business Model Innovation: New Theoretical Perspectives*. Springer International Publishing, Cham.
- Gauthier, C., Bastianutti, J., Haggège, M. (2018). *Managerial Capabilities to Address Digital Business Models: the Case of Digital Health*. *Strategi Chang* 27:173–180.
- Ghezzi, A., Cavallo, A. (2020). *Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches*. *J Bus Res* 110:519–537.
- Joseph, R.P. (2018). *Digital Transformation, Business Model Innovation and Efficiency in Content Industries: a Review*. *Int Tech Manag Rev* 7(1):59–70.
- Katsamakas, E., Pavlov, O.V. (2020). *AI and Business Model Innovation: Leveraging the AI Feedback Loop*. *J Bus Model* 8:22–30.
- Kotarba, M. (2018). *Digital Transformation of Business Models*. *Found Manage* 10:123–142.

- Li, F. (2020). *The Digital Transformation of Business Models in the Creative Industries: a Holistic Framework and Emerging Trends*. *Technovation* 92–93:102012.
- Linde, L., Sjödin, D., Parida, V., Gebauer, H. (2021). *Evaluation of Digital Business Model Opportunities: A Framework for Avoiding Digitalization Traps*. *Res Technol Manag* 64:43–53.
- Mihardjo, L.W.W., Sasmoko, S., Alamsjah, F., Elidjen, E. (2019). *Digital Leadership Role in Developing Business Model Innovation and Customer Experience Orientation in Industry 4.0*. *Manag Sci Lett* 9:1749– 1762.
- Morabito, V. (2014). *Reinventing Business Models: The Third Way of Digital Innovation*. In: *Trends and Challenges in Digital Business Innovation*. Springer International Publishing, pp 165–186.
- Paiola, M., Gebauer, H. (2020). *Internet of Things Technologies, Digital Servitization and Business Model Innovation in BtoB Manufacturing Firms*. *Ind Mark Manag* 89:245–264.
- Parida, V., Sjödin, D., Reim, W. (2019). *Reviewing Literature on Digitalization, Business Model Innovation, and Sustainable Industry: Past Achievements and Future Promises*. *Sustainability* 11:1– 18.
- Priyono, A., Moin, A., Putri, V.N.A.O. (2020). *Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs During the COVID-19 Pandemic*. *J Open Innov Technol Mark Complex* 6:1–22
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., et al. (2018). *Digitalization and its Influence on Business Model Innovation*. *J Manuf Technol Manag*.
- Remane, G., Hanelt, A., Nickerson, R.C., Kolbe, L.M. (2017). *Discovering Digital Business Models in Traditional Industries*. *J Bus Strategy* 38:41–51.
- Sahut, J.M., Dana, L.P., Laroche, M. (2020). *Digital Innovations, Impacts on Marketing, Value Chain and Business Models: An Introduction*. *Can J Adm Sci* 37:61–67.
- Schallmo, D., Williams, C.A. (2018). *Digital Transformation of Business Models*. In: *Schallmo, D., Williams, C.A. (eds) Digital Transformation Now! Springer, Cham, Switzerland*, pp 9–13.
- Sorescu, A. (2017). *Data-Driven Business Model Innovation*. *J Prod Innov Manag* 34:691–696.

- Standing, C., Mattsson, J. (2018). *Fake it Until You Make it: Business Model Conceptualization in Digital Entrepreneurship*. *J Strateg Mark* 4488:1–15.
- Teece, D.J., Linden, G. (2017). Business Models, Value Capture, and the Digital Enterprise. *J Organ Des* 6:1–14.
- Vaska, S., Massaro, M., Bagarotto, E.M., Dal, Mas F. (2021). *The Digital Transformation of Business Model Innovation: a Structured Literature Review*. *Front Psychol*.
- Veit, D., Clemons, E., Benlian, A., et al. (2014). *Business Models: an Information Systems Research Agenda*. *Bus Inf Syst Eng* 6:45–53.
- Venkatesh, R., Mathew, L., Singhal, T.K. (2019). *Imperatives of Business Models and Digital Transformation for Digital Services Providers*. *Int J Bus Data Commun Netw* 15:105–124.
- Weill, P., Woerner, S. (2013). *Optimizing Your Digital Business Model*. *MIT Sloan Manag Rev* 54:71–78.
- Wirtz, B.W., Pistoia, A., Ullrich, S., Göttel, V. (2016). *Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives*. *Long Range Plann* 49:36–54.
- Xu, Y., Koivumäki, T. (2019). *Digital Business Model Effectuation: an Agile Approach*. *Comput Human Behav* 95:307–314.
- Zott C, Amit R. (2017). *Business Model Innovation: How to Create Value in a Digital World*. *GfK Mark Intell Rev* 9:18–23



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 8: UANG DIGITAL

Putu Eka Nopiyani, S.E., M.Si.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

BAB 8

UANG DIGITAL

A. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini kita dipaksa untuk meleak teknologi. Teknologi yang semakin maju memunculkan berbagai macam inovasi, salah satunya adalah pembayaran secara elektronik dengan menggunakan uang digital atau uang elektronik (*e-money*). Uang digital atau uang elektronik adalah alat pembayaran yang berbentuk elektronik di mana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu, biasanya transaksinya membutuhkan jaringan internet karena pemakaiannya menggunakan perangkat seperti telepon pintar atau computer. Dengan adanya uang digital kita dapat bertransaksi dengan mudah dan cepat tanpa bingung mencari kembalian dengan nominal yang relatif kecil. Sebagai fungsi alat transaksi dan pembayaran, uang digital tidak berbeda dengan uang konvensional yang digunakan. Hal ini merujuk kepada satuan nilai yang terkandung dalam media uang elektronik tersebut adalah sama nilai uang tunai. Uang tersebut tidak susah untuk dicairkan menjadi uang konvensional seperti yang kita temukan, prosesnya pun hanya mendatangi penerbit uang elektronik atau media lain yang bekerja sama. Uang digital selain ada kelebihan pasti juga ada kekurangannya salah satunya jika tidak ada jaringan internet maka uang digital tidak bisa digunakan sampai ada jaringan sehingga kita harus tetap berjaga-jaga menyediakan uang tunai agar tidak menghambat transaksi yang kita lakukan.

B. PENGERTIAN UANG DIGITAL ATAU UANG ELEKTRONIK (*E MONEY*)

Uang telah lama digunakan dalam kegiatan sehari-hari dan merupakan kebutuhan utama dalam menggerakkan perekonomian. Seiring berjalannya waktu, uang bukan lagi sekedar berfungsi sebagai alat tukar-menukar, namun juga memiliki fungsi-fungsi lainnya yang lebih luas. Uang

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, *Penjelasan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik*. Jakarta, Indonesia: Bank Indonesia., 2009.
- Bank Indonesia, *Surat edaran Bank Indonesia Nomor 11/11/DASP tentang uang elektronik*. Jakarta, Indonesia: Bank Indonesia, 2009.
- Bank Indonesia, *Peraturan Bank Indonesia nomor 11 tahun 2014 tentang uang elektronik*. Jakarta, Indonesia: Bank Indonesia, 2014.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- <https://kbbi.web.id/uang>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2023.
- <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2023.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 9: TEKNOLOGI *BLOCKCHAIN*

Kraugusteeliana, M.Kom, M.M.

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

BAB 9

TEKNOLOGI *BLOCKCHAIN*

A. PENDAHULUAN

Teknologi *blockchain* adalah teknologi yang mendasar untuk pembuatan dan penggunaan mata uang kripto seperti Bitcoin. Pada dasarnya, *blockchain* adalah sebuah ledger digital terdesentralisasi yang dapat dicatat dan diakses oleh semua pihak yang terlibat dalam jaringan. Setiap transaksi yang terjadi dicatat dalam blok-blok yang dihubungkan satu sama lain dengan menggunakan kriptografi, sehingga tidak dapat diubah atau dipalsukan. Secara umum, *blockchain* menekankan pada konsep tentang sistem database terdistribusi, keamanan dan keaslian data melalui enkripsi kriptografi, dan transaksi yang terpercaya dan terdesentralisasi tanpa perlu melibatkan pihak ketiga.

B. PENGERTIAN TEKNOLOGI *BLOCKCHAIN*

Definisi teknologi *blockchain* menurut para ahli:

Menurut Andreas Antonopoulos, seorang pakar teknologi *blockchain*, *blockchain* adalah "teknologi yang memungkinkan pembuatan basis data terdistribusi, di mana setiap node memiliki salinan identik dari basis data tersebut. Basis data ini digunakan untuk mencatat transaksi digital yang terverifikasi, secara kriptografi.". Menurut Don Tapscott, seorang penulis buku tentang *blockchain*, *blockchain* adalah "*protocol* internet baru yang memungkinkan aset digital untuk dipertukarkan dan ditransaksikan secara langsung, aman, dan terpercaya." Menurut Vitalik Buterin, pendiri Ethereum, *blockchain* adalah "sistem komputer terdesentralisasi yang digunakan untuk mencatat transaksi secara digital, di mana catatan transaksi dienkripsi dalam bentuk blok dan saling terhubung satu sama lain, sehingga memastikan keamanan dan keaslian data." Menurut Dr. Garrick Hileman, seorang ekonom dan peneliti *blockchain*, *blockchain* adalah "sistem database terdistribusi yang digunakan untuk mencatat

DAFTAR PUSTAKA

- Don Tapscott, Alex Tapscott. 2016. *Blockchain technology is powering our future. As the technology behind cryptocurrencies like bitcoin and Facebook's Libra, open software platforms like Ethereum, and disruptive companies like Ripple, it's too important to ignore.* Penguin,
- Daniel Drescher · 2017. *Blockchain Basics: A Non-Technical Introduction in 25 Steps.* apress
- Aditya Agashe, Parth Detroja, Neel Mehta · 2019. *Blockchain Bubble Or Revolution: The Future of Bitcoin, Blockchains, and Cryptocurrencies*
- Antony Lewis. 2019. *The Basics of Bitcoins and Blockchains An Introduction to Cryptocurrencies and the Technology that Powers Them*



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 10: SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK

Erlly Krisnanik, S.Kom., M.M.

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

BAB 10

SISTEM PERDAGANGAN ELEKTRONIK

A. PENDAHULUAN

Sistem perdagangan elektronik (*Electronic Trading System*) adalah platform elektronik yang memfasilitasi transaksi keuangan, perdagangan sekuritas, dan instrumen keuangan lainnya. Sistem ini memungkinkan pengguna untuk membeli atau menjual produk secara elektronik melalui jaringan komputer. Pada bab sistem perdagangan elektronik, terdapat beberapa topik yang dibahas terkait dengan sistem perdagangan elektronik. Beberapa topik tersebut antara lain:

1. Pengertian sistem perdagangan elektronik: Pembahasan mengenai definisi dan pengertian dari sistem perdagangan elektronik, serta komponen-komponen utama yang terdapat dalam sistem tersebut.
2. Sejarah perkembangan sistem perdagangan elektronik: Pembahasan mengenai bagaimana sistem perdagangan elektronik berkembang dari waktu ke waktu, dari awal penggunaan telepon dan telex hingga sistem perdagangan elektronik yang canggih saat ini.
3. Jenis-jenis sistem perdagangan elektronik: Pembahasan mengenai jenis-jenis sistem perdagangan elektronik, seperti sistem perdagangan otomatis, sistem perdagangan alternatif, dan sistem perdagangan multilateral.
4. Keuntungan dan risiko sistem perdagangan elektronik: Pembahasan mengenai keuntungan dan risiko yang terkait dengan penggunaan sistem perdagangan elektronik. Beberapa keuntungan yang dibahas antara lain kemampuan untuk memperdagangkan produk keuangan secara global, transparansi pasar, dan efisiensi dalam mengeksekusi pesanan. Sementara itu, risiko yang dibahas antara lain risiko keamanan dan risiko operasional.
5. Algoritma perdagangan dan sistem perdagangan elektronik: Pembahasan mengenai bagaimana algoritma perdagangan digunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Carver, R., & Bank, B. I. (2012). *Systematic Trading. Global Macro Trading*.
<https://doi.org/10.1002/9781118623572.ch6>
- Davey, K. J. (2018). *BUILDING WINNING ALGORITHMIC TRADING SYSTEMS*.
United States of America: y John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New
Jersey. Published simultaneously in Canada.
- Gutmann, M. J. (2009). - The Very Latest E-Mini Trading_ Using Market
Anticipation to Trade Electronic Futures.
- PERRY J. KAUFMAN. (2013). *Trading Systems and Methods*. John Wiley &
Sons, Inc.
- Schwager, J. D., & Etkorn, M. (2017). *A Complete Guide to the Futures
Market, Technical Analysis and Trading Systems, Fundamental
Analysis, Options, Spreads, and Trading Principles*. United States of
America: Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New
Jersey.
- Tharp, V. K. (1997). *Financial Freedom through Electronic Day Trading*.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 11: PEMBAYARAN ELEKTRONIK

Asep Dadan Suganda, M.Sh.Ec.

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

BAB 11

PEMBAYARAN ELEKTRONIK

A. PENDAHULUAN

Jika kita perhatikan, saat ini kemajuan teknologi menjadikan banyak sekali bisnis yang masuk dalam ekosistem digital. Hal ini membuat berbagai transaksi bisnis pun dilakukan secara online, dengan begitu diperlukanlah suatu metode pembayaran yang dapat mengimbangi kemajuan teknologi ini, adalah pembayaran elektronik atau pembayaran digital yang diprediksi dapat memberikan solusi dalam transaksi digital. Pembayaran elektronik atau yang dikenal dengan istilah lain *electronic payment* disingkat dengan *e-payment* merupakan model pembayaran yang bertujuan untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan kepada user dalam pembayaran. User hanya memerlukan jaringan internet dalam melakukan transaksi (secara online), tanpa harus bersusah payah untuk bertemu atau datang untuk menemui penjual. Dengan *e-payment* transaksi menjadi lebih cepat juga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen saat bertransaksi.

Bank Indonesia (BI) mencatatkan sejumlah nilai transaksi yang menggunakan uang elektronik atau *electronic money* di Indonesia per-Agustus 2021 mencapai sekitar 24,75 triliun rupiah. Selain itu, volume transaksi yang menggunakan uang elektronik (*e-money*) dapat dicatatkan sebesar 439 juta kali per-Agustus 2021. Hal ini menunjukkan bahwa pembayaran elektronik (*e-payment*) semakin diminati. Oleh karena itu pada bab ini akan dibahas seputar pembayaran elektronik; dari pengertian, manfaat, dan contoh-contoh *e-payment* yang digunakan dalam transaksi bisnis. Jika kita membahas berkaitan dengan pembayaran elektronik, maka kita tidak bisa meninggalkan pembahasan yang berkaitan dengan uang elektronik (*electronic money*) yang biasa disebut dengan istilah *e-money*. Maka dari itu, pada akhir bab ini juga dibahas segala sesuatu yang berhubungan dengan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal:

- Abidin, M. S. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1-21.
- Asmadi, E. (2018). Aspek Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Pembayaran Elektronik (Electronic Payment). *Doktrina: Journal of Law*, 1(2), 90-103.
- Damanik, E. (2012). Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Online Menggunakan Payment Gateway. *Jurnal SIFO Mikroskil*, 13(1), 63-72.
- Dewi Setiawati. 2011. Mendorong Transaksi Nontunai dengan E-Money. Jakarta: Infobank, Vol. XXXIII No. 390
- Dian Mega Erianti. 2017. Perlindungan Hukum E-Commerce. Yogyakarta: Yayasan Taman Pustaka.
- Johannes Ibrahim. 2004. Kartu Kredit Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan. Bandung: Refika Aditama.
- Karismariyanti, M. (2014). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dengan Pembayaran Elektronik (e-Payment). *Jurnal Teknologi Informasi*, 1(7), 238-244.
- Mulyasari, H., Dan, T. T. B., & Wijaya, A. B. M. (2014). Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun*, 166-173.
- Mulyasari, H., Dan, T. T. B., & Wijaya, A. B. M. (2014). Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun*, 166-173.
- Nugroho, A. (2016). Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik di Indonesia. Skripsi. Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Rahardja, U., Aini, Q., & Thalia, M. B. (2018). Penerapan Menu Konfirmasi Pembayaran Online Berbasis Yii pada Perguruan Tinggi. *Creative Information Technology Journal*, 4(3), 174-185.
- S Fatonah et al 2018 J. Phys.: Conf. Ser. 1140 012033. DOI 10.1088/1742-6596/1140/1/012033.

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal al-qardh*, 4(1), 60-75.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134.
- YudhistiraP, A. (2014). Analisis faktor yang mempengaruhi preferensi dan aksesibilitas terhadap penggunaan kartu pembayaran elektronik (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Website:

- Website Bank Danamon: <https://www.danamon.co.id/id/D-Bank/Artikel/Pilih-Uang-Elektronik-dan-Dompet-Digital>
- Website Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Website Bank Indonesia: Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- Website Bank Indonesia: Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- Website Bina Nusantara: <https://sis.binus.ac.id/2019/10/10/apa-itu-e-payment-bagaimana-konsep-pembayaran-elektronik/>
- Website Otoritas Jasa Keuangan: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10394>
- Website Skill Academy: <https://blog.skillacademy.com/e-payment-adalah>
- Website Spenmo: https://spenmo.id/blog/perbedaan-kartu-debit-dan-kredit?__hstc=113115099.48ce5ad6376b902352a2adedfc9d2e96.1679143516350.1679143516350.1679143516350.1&__hssc=113115099.1.1679143516351&__hsfp=2939999908



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 12: PEMASARAN ELEKTRONIK

Lina Aryani, S.E., M.M.

UPN Veteran Jakarta

BAB 12

PEMASARAN ELEKTRONIK

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi, terutama dengan perkembangan internet, semakin memudahkan kegiatan transaksi perdagangan dan perekonomian. Metode pemasaran pun mulai beralih dari metode konvensional yang masih bertumpu pada interaksi fisik menjadi pemasaran elektronik atau digital. Salah satu manfaat yang diperoleh melalui pemasaran digital adalah pemasar menjadi lebih mudah untuk mencari atau memetakan profil pelanggan mereka. Selain itu melalui teknologi digital, saat ini pemasar juga dapat mengukur tingkat keberhasilan dan efektivitas dan suatu strategi pemasaran yang sedang dilakukan. Model perilaku pelanggan pun bergeser dari konsep AIDMA menjadi konsep AISAS. Beberapa dampak positif pemasaran elektronik seperti cakupan pasar yang luas, biaya yang relatif lebih rendah, transaksi lebih cepat, serta target pasar yang lebih tepat sasaran. Meskipun demikian, terdapat potensi dampak negatif dari pemasaran elektronik yang perlu diperhatikan dan di mitigasi oleh pelaku usaha.

Kemajuan teknologi saat ini semakin memudahkan manusia untuk melakukan berbagai hal, salah satunya adalah memulai kegiatan bisnis. Dengan memanfaatkan media sosial dan internet, banyak orang yang mencoba memulai bisnis di berbagai sektor, mulai dari bisnis kuliner, fashion, produk kecantikan, dan lain sebagainya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat. Orang tidak harus memiliki latar belakang pendidikan ekonomi atau manajemen bisnis untuk dapat memulai usaha. Umumnya mereka hanya berfokus pada kreativitas dalam membuat konten yang menarik dan berbeda dari yang lain. Hal ini tentu menyebabkan persaingan bisnis akan semakin kompetitif dan ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Qiara Media.
- Gary, P. K. (2013). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kautsarina. (2013). *Pemasaran Elektronik Melalui Aplikasi Jejaring Sosial*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Vol 17 No.2 (Juli-Desember 2013) hal 135-147.
- Kotler, P., Armstrong, Gary. (2021). *Principle of Marketing, Eighteenth Edition*. London: Pearson.
- Lupioyadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 13: *FINTECH*

Fenny Marietza, S.E., M.Ak., CertBv., CertIFR., CFrA., CRP.

Universitas Bengkulu

BAB 13

FINTECH

A. PENDAHULUAN

Saat ini industri keuangan berusaha untuk mengubah organisasi mereka menuju kesuksesan jangka panjang dan untuk mencapainya sangatlah penting untuk mengatasi masalah internal yang ada dan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dengan mempertimbangkan inovasi eksternal dan bekerja sama dengan pihak eksternal (Chesbrough, 2004; Jaubert, Marcu, Ullrich, Malbate, & Dela, 2014). Dalam sektor perbankan, inovasi berbasis teknologi saat ini didorong secara signifikan oleh *fintech*. *Fintech* adalah teknologi keuangan yang membawa solusi teknologi dan inovasi baru ke sektor keuangan, menyediakan produk dan layanan keuangan yang lebih efektif yang selaras dengan era digital (Ansari & Krop, 2012; Christensen, 2013). Perusahaan besar yang sukses, sering fokus pada teknologi, menghindari risiko ketidakpastian dan pendekatan baru, dan menghadapi kurangnya kreativitas (O'Connell, 2011).

Fintech mengacu pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan. Sektor *fintech* menarik perhatian para regulator, industri, konsumen dan akademisi karena perubahan cepat dari layanan keuangan. Investasi global dalam teknologi keuangan meningkat lebih dari 2,2%. Evolusi *fintech* itu sendiri melalui tiga era utama yaitu *fintech* 1.0 (1866-1967), *fintech* 2.0 (1967-2008) dan 3.0 (2008 sampai sekarang). Ada perbedaan kritis dalam *fintech* 3.0 yang terletak pada siapa yang menyediakan layanan keuangan dan kecepatan dalam pengembangan. *Fintech* pada perusahaan berkembang masih di level 3.0 dan *fintech* 3.5 pada negara maju. Menurut Arbor Venture dalam Cai (2018) *fintech* terdiri dari beberapa kategori dalam dua fase, dimana fase satu mengacu pada munculnya teknologi yang ditujukan terutama untuk mendigitalkan pengalaman pelanggan dan layanan *online*. Fase dua *fintech* didorong oleh kecerdasan buatan atau *artificial intelligent* (AI) dan kekuatan komputasi

DAFTAR PUSTAKA

- Arner, D.W., Zetsche, D.A., Buckley, R.P., & Barberis, J.N. (2017). *Fintech and regtech: enabling innovation while preserving financial stability*. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18: pp. 47–58.
- Ansari, S. S., and Krop, P. 2012. "Incumbent Performance in the Face of a Radical Innovation: Towards a Framework for Incumbent Challenger Dynamics," *Research Policy* (41:8), pp. 1357–1374.
- Barberis, J., and Chishti, S. 2016. *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*, Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd
- Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., and West, J. 2006. *Open innovation: Researching a New Paradigm*, Oxford: Oxford University Press.
- Christensen, C. 2013. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Dranev, Y., Frolova, K., & Ochirova, E. (2019). *The impact of fintech M&A on stock returns*. *Research in International Business and Finance*, 48, 353–364. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.01.012>.
- Fenwick, M. and Vermeulen, E.P.M. (2016). *Seven corporate venturing strategies to foster innovation*. *TILEC Discussion Paper No. 2016–23*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2823008. Accessed 20 August 2020.
- Haycock, J. & Richmond, S. (2015). *Bye, Bye Banks? How Retail Banks are Being Displaced, Diminished and Disintermediated by Tech Startups and What They Can Do to Survive*. London: Adaptive Lab.
- Jaubert, M., Marcu, S., Ullrich, M., Malbate, J.-B., and Dela, R. 2014. "Going Digital: The Banking Transformation Roadmap," AT Kearney.
- Macheel, T. (2019). *Banks are turning branches into coworking spaces*. *Tearsheet*. <https://tearsheet.co/modern-banking-experience/banks-are-turning-branches-into-coworking-spaces/>. Accessed 20 August 2020.

Mei, L. (2022). *Fintech Fundamentals: Big Data • Cloud Computing • Digital Economy (1st ed., Vol. 21, Issue 1)*. Mercury Learning and Information LLC.

Tweddle, K. (2018). *Doomed? Fintech partnerships are vital*. *American Banker* (10 July). <https://www.americanbanker.com/opinion/doomed-fintech-partnerships-are-vital>. Accessed 20 August 2020.

West, S. (2018). *Meeting Millennial expectations in these four areas of technology*. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/06/28/meeting-millennial-expectations-in-these-four-areas-of-technology/#3e7c9b244ffc>. Accessed 20 August 2020.

<https://data.worldbank.org>
www.fintech-institute.com
www.alphajwc.com,
www.djkn.kemenkeu.go.id.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 14: *ONLINE GAME*

Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si.

Universitas Muhammadiyah Bandung

BAB 14

ONLINE GAME

“Everybody wants to game; whether you're a casual gamer, or you're an enthusiast gamer, there's a large market for us”

- Lisa Su-CEO Advanced Micro Devices

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, saat ini perangkat teknologi tidak hanya dituntut untuk memiliki satu fungsi semata namun beberapa fungsi sekaligus untuk memenuhi kebutuhan manusia. Saat ini industri digital berada pada masa keemasan. Setelah pandemi covid-19 terjadi secara global dimana seluruh dunia dihadapkan pada masalah interaksi, maka digitalisasi adalah sebuah solusi. Digitalisasi diadopsi dan diterapkan oleh hampir seluruh bidang industri. Tak terkecuali pada industri *game online*. *Games online* adalah jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan sejenisnya seperti modem dan koneksi kabel. Internet saat ini tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi namun juga pada hal-hal yang bersifat hiburan

Biasanya *games online* disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa daring atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan penyedia permainan tersebut. Sebuah *games online* bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan komputer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu. *Game online* merupakan gaya hidup baru bagi setiap kalangan baik anak kecil, remaja ataupun maupun dewasa

Secara keseluruhan, industri *game online* adalah industri yang berkembang dan dinamis yang diperkirakan akan terus berkembang, didorong oleh kemajuan teknologi, perubahan preferensi pemain, dan

DAFTAR PUSTAKA

- Fajri, C. (2012). Tantangan Industri Kreatif-Game *Online* di Indonesia. *Jurnal Aspikom*, 1(5), 443-454.
- Novrialdy, E. (2019). Kecanduan game online pada remaja: Dampak dan pencegahannya. *Buletin Psikologi*, 27(2), 148-158.
- Surbakti, K. (2017). Pengaruh Game Online Terhadap Remaja. *Jurnal Curere*, 1(1).
- Zackariasson, P. and Wilson, T.L. eds. (2012). *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. New York: Routledge.



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 15: BISNIS *E-COMMERCE*

Johannes Johny Koynja, S.H., M.H.

Universitas Mataram

BAB 15

BISNIS E-COMMERCE

A. PENDAHULUAN

Saat ini transaksi jual beli barang dan jasa tak lagi hanya dilakukan secara konvensional yaitu jenis transaksi pada umumnya yang dimana pedagang memiliki suatu tempat usaha agar pembeli dan penjual saling bertemu muka untuk penyerahan dan penerimaan barang, tetapi juga telah banyak dilakukan melalui media internet (*interconnected network*) yang dikenal dengan sebutan perdagangan elektronik atau *Electronic Commerce (E-Commerce)* yang dilakukan melalui jejaring sosial atau komunitas yang menggunakan fasilitas internet.

Penerapan bisnis dengan sistem *e-commerce* merupakan bentuk layanan transaksi digital dimana pihak produsen dapat menawarkan produk atau jasanya secara elektronik tanpa harus bertemu secara langsung dengan pihak konsumen. Demikian halnya dengan Konsumen yang dapat mencari, memilih dan membeli produk tanpa harus melihatnya secara langsung terlebih dahulu.

Dengan perkembangan ini kemudian banyak bermunculan toko-toko online (*online shop*) yang seakan membentuk dunia baru yang dikenal sebagai dunia maya (*cyber space*), sehingga transaksi yang timbul dari transaksi *online shop* inilah yang disebut dengan transaksi *e-commerce*, suatu transaksi yang dilakukan melalui suatu website maupun melalui jejaring sosial. Saat ini, industri skala mikro, kecil dan menengah di Indonesia juga mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dengan adanya *marketplace* dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) yang didukung dengan kanal pemasaran yang semakin luas untuk pelaku industri tersebut. Sehingga bukan tidak mungkin pertumbuhan ekonomi Indonesia secara umum akan terjadi secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, Helmy. “Yuk Mengenal 5 Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia Saat Ini”, <https://blog.jejualan.com/bisnis-e-commerce/> Diakses pada tanggal 25 Maret 2022
- Bhaskara, Ign. L. Adhi. *Pemberlakuan Pajak untuk Toko Online: Tepatkah Waktunya?* <https://tirto.id/pemberlakuan-pajak-untuk-toko-online-tepatkah-waktunya-deuB>, Diakses tanggal 16 Januari 2019
- Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, 2017, “E-Commerce di Indonesia Sudah Diatur Dalam UU Perdagangan”, <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>, Diakses tanggal 28 November 2019
DOI: <https://doi.org/10.29303/jkh.v4i2.19>
- Harisno, & Pujadi, T. (2009). *E-business dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan*, Comm Informasi Teknologi, Vol. 3 No. 2, hlm.66
<https://jkh.unram.ac.id/index.php/jkh/article/view/19>
jurnal.id, *7 Jenis Bisnis E-Commerce yang Perlu Anda Ketahui!*
<https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>
- Kalakota, R. and Whinston, A. B, (1997). *Electronic Commerce: A Manager’s Guide*, Addison-Wesley: Reading, Mass.; Harlow, England.
- KlikPajak, “*Pajak Online Shop 2019, Ini Regulasi dan Penjelasannya!*” <https://klikpajak.id/blog/pajak-bisnis/pajak-online-shop-2019/>
Diakses tanggal 2 November 2019
- Koynja, Johannes Johny. *et al.* “*Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Oleh Pelaku Usaha E-Commerce Dalam Memenuhi Target Penerimaan Perpajakan*”, Jurnal Kompilasi Hukum, Vol. 4 No. 2 (2019), hlm.81
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2016 Business, Technology, Society*. (12th ed.), England: British Library Cataloguing-in.
- Laudon, Kenneth C., dan Laudon. Jane P., (2007). *Management Information System*, 10th ed, Jakarta: Salemba Empat.

- Merdeka, "E-commerce Bakal Punya Tren Baru di 2022", <https://www.merdeka.com/teknologi/e-commerce-bakal-punya-tren-baru-di-2022.html>, Diakses tanggal 9 Maret 2022
- Nugraheny, Dian Erika. "Positivity Rate Covid-19 RI di Atas Standar WHO, Pemerintah Belum Rencanakan Pengetatan", <https://nasional.kompas.com/read/2022/07/14/12440731/positivity-rate-covid-19-ri-di-atas-standar-who-pemerintah-belum-rencanakan>, Diakses tanggal 14 Juli 2022
- Phan, M. (1998), "Element of Marketing", European commission, Lecture Note #MARK5902, UNSW, Sidney, Australia
- Purbo, Onno W. (2000). *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo, hlm.2
- Ramadhani, Niko. *Apa Itu Escrow dan Apa Kegunaannya?* <https://www.akseleran.co.id/blog/escrow-adalah/> Diakses tanggal 21 Desember 2020
- Saputra, Dedy Adi. "Aspek-Aspek Hukum Perjanjian Dalam Pelaksanaan Perdagangan Melalui Internet (Electronic Commerce)." *Varia Peradilan*, Majalah Hukum Tahun ke-XXI No. 247. Juni 2006, hlm.66
- Sukarmi, (2008). *Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Bandung: Pustaka Sutra, hlm.118
- Suparni, Niniek. (2009). *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm.32
- Wafi, Rangga Naviul. "E-Conomy SEA 2021: Ekonomi Digital Indonesia Tahun Ini Tembus Rp1.000 Triliun", <https://id.techinasia.com/gmv-ekonomi-digital-indonesia-diperkirakan-mencapai-rp1-000-triliun>, Diakses pada tanggal 11 Nov 2021
- Zein, Yahya Ahmad. (2009). *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce*, Bandung: Mandar Maju, hlm.54



EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

BAB 16: PRO DAN KONTRA PENGUNAAN MATA UANG DIGITAL

Dr. Ir. Eka Purwanda, M.Si.

Universitas Teknologi Digital (UTD)

BAB 16

PRO DAN KONTRA PENGGUNAAN MATA UANG DIGITAL

A. MATA UANG DIGITAL

Mata uang digital (uang digital, uang elektronik atau mata uang elektronik) adalah seluruh mata uang, uang, atau aset serupa uang yang utamanya dikelola, disimpan, atau dapat ditukar melalui sistem komputer digital, terutama melalui jaringan internet. Jenis mata uang digital termasuk mata uang kripto, mata uang virtual dan mata uang digital bank sentral. Mata uang digital dapat direkam pada basis data terdistribusi di internet, pangkalan data komputer elektronik secara terpusat yang dimiliki oleh perusahaan atau bank, dalam bentuk berkas komputer atau bahkan pada kartu yang dapat menyimpan nilai mata uang (*Stored-Value Card* atau SVC). Mata uang digital memiliki karakteristik yang mirip dengan mata uang konvensional, tetapi umumnya tidak memiliki bentuk fisik, tidak seperti mata uang kertas atau uang logam yang dicetak (uang kartal). Ketiadaan bentuk fisik berupa uang ini, memungkinkan transaksi yang dilakukan secara instan melalui jaringan internet dan menghilangkan biaya-biaya yang terkait dengan pendistribusian uang kartal. Mata uang virtual tidak dianggap sebagai alat pembayaran yang sah, karena secara umum tidak diterbitkan oleh badan pemerintah dan memungkinkan pengalihan kepemilikan melalui perbatasan wilayah.

Jenis mata uang ini dapat digunakan untuk membeli barang dan jasa secara fisik, tetapi juga dapat dibatasi untuk komunitas daring tertentu seperti untuk digunakan di dalam permainan daring (*game online*). Uang digital dapat tersentralisasi, sebagai titik pusat pengawasan atas jumlah uang beredar (misalnya pada bank) atau terdesentralisasi, karena pengawasan atas jumlah uang beredar yang telah ditentukan sebelumnya atau disepakati secara demokratis.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Master (2018) Keuntungan dan Kerugian Menggunakan Mata Uang Digital yang Harus Kamu Tahu, Dalam <https://ilmupedia.co.id/articles/untung-rugi-pakai-mata-uang-digital/full>
- Al-Laham, Mohamad; Al-Tarawneh, Haroon; Abdallat, Najwan (2009). "Development of Electronic Money and Its Impact on the Central Bank Role and Monetary Policy" (PDF). *Issues in Informing Science and Information Technology*. 6: 339–349. doi:10.28945/1063. Diakses tanggal 25 November 2021.
- Chandra Ellen (2021), *Virtual Currency: Pengertian, Fungsi dan Kelebihan Kekurangannya*, Dalam <https://www.finansialku.com/virtual-currency-pengertian-fungsi-dan-kelebihan-kekurangannya/#:~:text=Kelemahan%20Virtual%20Currency%201%20Volatilitas%20tinggi%20Mata%20uang,Virtual%20currency%20tidak%20memiliki%20regulasi%20yang%20komprehensif.%20>
- Chaum, David (1982). "Blind signatures for untraceable payments" (PDF) (dalam bahasa Inggris). Department of Computer Science, University of California, Santa Barbara, CA.
- Departemen Komunikasi, (2022) PERAN CBDC DALAM MEMPERKUAT PELAKSANAAN MANDAT BANK SENTRAL, Dalam https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2417722.aspx
- Ian Steadman (5 November 2013). "Wary of Bitcoin? A guide to some other cryptocurrencies". *wired.co.uk* (dalam bahasa Inggris). *arstechnica*. Diakses tanggal 2 Desember 2021.
- Kate Ashford; Benjamin Curry (26 Oktober 2021). "What Is Bitcoin And How Does It Work?" (dalam bahasa Inggris). *Forbes*. Diakses tanggal 20 November 2021.
- Lompat ke:a b "Audit Report" (PDF). *Treasury.gov*. 10 November 2015. Diakses tanggal 1 Februari 2018.
- Lompat ke:a b Committee on Payments and Market Infrastructures (November 2015). *Digital Currencies* (PDF). *bis.org* (dalam bahasa

Inggris). Bank for International Settlements. ISBN 978-92-9197-384-2. Diakses tanggal 25 November 2021.

Mata uang digital-Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Mata_uang_digital

Pamela, (2022), Apa Itu CBDC (Central Bank Digital Currency) Perbedaannya dengan Aset Kripto, Dalam <https://kripto.ajaib.co.id/apa-itu-cbdc/#:~:text=Secara%20sederhana%2C%20Central%20Bank%20Digital%20Currency%20%28CBDC%29%20adalah,digital%20ledger%20yang%20bisa%20menggunakan%20blockchain%20ataupun%20tidak.>

Verdianto, Dwi Arizki. 2022. "NTFS - Pengertian, Fitur, dan Penggunaannya". Teknogram. Diakses 23 Maret 2023. <https://teknogram.id/kamus/ntfs/>

Yuli,Kelebihan dan Kekurangan Uang Digital yang Perlu Anda Pahami, dalam <https://dosenekonomi.com/bisnis/perbankan/kelebihan-dan-kekurangan-uang-digital>

"Digital currencies are impacting video games with..." (dalam bahasa Inggris). Offgamers. 8 Oktober 2018. Diarsipkan dari versi asli tanggal 22 November 2018. Diakses tanggal 26 November 2021.

"Digital Currencies" (PDF). bis.org. November 2015. Diakses tanggal 1 Februari 2018.

"Virtual currency schemes - a further analysis" (PDF). European Central Bank (dalam bahasa Inggris). ecb.europa.eu. Februari 2015. Diakses tanggal 1 Desember 2021.

(2021) Apa Itu Central Bank Digital Currencies (CBDC) dalam <https://wartaekonomi.co.id/read330789/apa-itu-central-bank-digital-currencies-cbdc?page=2>

- (2021) Mengenal Uang Digital dan Keuntungan dalam Penggunaannya, Dalam <https://www.danamon.co.id/id/Tentang-Danamon/BeritaDanamon/Article/2021/09/24/03/34/Mengenal-Uang-Digital>
- (2022) Ekonomi Digital: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya, Dalam <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/06/16/ekonomi-digital-adalah>

PROFIL PENULIS

Dr. Nandang Ihwanudin, S.Ag., M.E.Sy.



Penulis lahir di Garut, 10 September 1972 dari pasangan A. Manshur Bakri dan Asiyah Imami. Menempuh Pendidikan Tinggi S1, S2, dan S3 di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung. Penulis merupakan Dosen tetap Prodi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Bandung (Unisba); Dewan pengawas Syariah KSPPS Mustafa Adil Sejahtera dan Asesor di LSP Dekopin. Penulis juga aktif sebagai Ketua DPW Lembaga Pusat Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam (PK-EBIS) Jabar; Anggota Bidang Diklat MUI Kota Bandung; Wakil Ketua DPW MDI Jabar; Ketua Bidang DPW ADPETIKISINDO Jabar; Anggota Dewan Pakar DPW Al-Ittihadiyah Jabar; dan Anggota Dewan Penasihat Perhimpunan Praktisi Hukum Indonesia (PPHI) DPW Jabar. email: nandangihwanudin_mes@unisba.ac.id. **Buku yang disusun** penulis: 1) Ekonomi Hijau dalam Islam (Bersama Prof. Dr. M. Anton Athoillah) (2012); 2) Pesan-Pesan Al-Quran (2013); 3) Intisari Tafsir Al-Quran (2018); 4) Islam Sumber Hidup dan Kehidupan (*Book Chapter*; bersama tim dosen PAIE Telkom University) (2019); 5) Hamka & Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia (2020), dan beberapa *Book Chapter* lainnya: 6) Etika dan Etika Profesi dalam Etika dan Aspek Hukum Bidang Kesehatan (2020), 7) Pembangunan Berwawasan Lingkungan dalam Pengantar Ilmu Lingkungan (2020), 8) Pengantar Perbankan Syariah (2020), 9) Dasar-Dasar Analisis Laporan Keuangan (2020); 10) Pengantar Perbankan Syariah (Filosofi, regulasi, dan Praktis); (2020); 11) Etika Bisnis (2020); 12) Manajemen Pariwisata (2020); 13) Bisnis Syariah (Spirit, teori, dan Praktis) (2020); 14) Hukum Ketenagakerjaan (2021); 15) Hukum Pasar Modal (2021); 16) Manajemen Keuangan internasional (2021) 16) Etika Bisnis dalam Islam (2022); 17) Etika Bisnis dalam Islam: Teori & Aplikasi (2022); 18) Manajemen SDM: Strategi Organisasi Bisnis Modern; 19) Akuntansi Wakaf (2022), dan 20); Buku yang Anda pegang saat ini, Ekonomi dan Bisnis Digital (2023).

Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.Sc.



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Saat ini penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015 serta sejak 21 Februari 2023 sebagai Sekretaris Program pada Magister Akuntansi. Selain itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank

Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009 s.d saat ini penulis juga masih aktif sebagai praktisi di perbankan syariah yang dirintis pada Bank Mandiri Syariah (BSM) dan sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) dan mengajukan pensiun dini pada bulan November 2022. Selain itu penulis juga aktif sebagai pengurus pada bidang kerja sama Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

- S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia;
- S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti;
- S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014;
- S2 Advance Master Microfinance lulus pada tahun 2015 dari Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management, Belgia;
- *Post-Graduate* dari Erasmus University Rotterdam pada tahun 2016 dengan konsentrasi *Sustainable Local Economics Development*;
- S3 Doktor Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi keuangan dan ekonomi syariah, lulus pada tahun 2021 dari Universitas Trisakti.

Rejeki Bangun, S.E., M.M.



Penulis dilahirkan di Narigunung II, 18 Agustus 1979. Pendidikan Dasar, Menengah dan Pendidikan Atas di tempuh di daerah kelahiran di Tanah Karo Sumatera Utara. Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di peroleh di Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) Batam pada tahun 2011 dengan IPK 3.76 dengan predikat kelulusan *Cum Laude* dan menjadi Lulusan terbaik di Prodi Manajemen. Tahun 2019 menyelesaikan pendidikan *Magister Management* (M.M) di Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) Batam dan menjadi lulusan terbaik tingkat universitas dengan IPK 3.93. Penulis merupakan seorang praktisi di perusahaan asing di Batam, sekaligus menjadi akademisi, saat ini mengemban amanah sebagai dosen tetap di Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional, program studi *Digital Business* dan mulai mengajar tahun 2022. Penulis juga merupakan Anggota aktif Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Batam. Penulis hobby bermain badminton serta menulis Buku ber-ISBN dan saat ini sedang menyelesaikan proyek buku ke-sebelas.

Kurniawati Darmaningrum, S.E., M.M.



Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Muhyi dan Ibu Katmiatun yang lahir di Pacitan, 21 Januari 1993. Penulis memulai karir profesional sebagai dosen pada tahun 2019. Saat ini penulis aktif mengajar sebagai dosen pada S1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Penulis merupakan lulusan S1 Program Studi Manajemen dengan konsentrasi di bidang pemasaran pada Universitas Sebelas Maret Surakarta, kemudian menempuh S2 Program Studi Magister Manajemen di Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan konsentrasi di bidang Manajemen Pemasaran. Penulis saat ini berfokus pada pengembangan pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat, dan pengembangan literasi dalam bidang *digital marketing* untuk UMKM dan Pariwisata.

Rollis Juliansyah, S.E., M.Si.



Penulis menyelesaikan S1 dan S2 di Ekonomi Pembangunan Universitas Syiah Kuala Banda Aceh dengan konsentrasi keilmuan Ekonomi Regional dengan menganalisis permasalahan kemiskinan dan isu lingkungan. Aktif mengajar di Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Teuku Umar Aceh Barat dari 2019 hingga sekarang ini. Selain aktif mengajar pada matakuliah Pembangunan Wilayah, Ekonomi Pesisir, Kebijakan, dan Keuangan Daerah. Memiliki hobi berkegiatan di alam bebas (*outdoor activity*) mempengaruhi penulis tertarik pada isu lingkungan hidup terutama pada daerah 3T (terdepan-terluar-terpencil). Hingga saat ini, penulis diberikan-Nya kemudahan dalam menyelesaikan penulisan dan menerbitkan beberapa topik buku bersama CV. Penerbit Widina Bandung yakni; Ekonomi Pembangunan, Mikroekonomi, Pariwisata, Kemiskinan Wilayah dan Ekonomi Sumberdaya Alam dan Lingkungan Hidup dan selain menjadi *editorial board* di beberapa jurnal nasional terakreditasi pun, aktif menulis di beberapa Jurnal Nasional dan Internasional.

Ani Siska MY, S.H., M.M., M.S.M.



Penulis lahir di Pekanbaru tanggal 9 Juni 1989. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Universitas Sahid. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Hukum tahun 2009 dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Keuangan tahun 2014 dan pada tahun 2017 melanjutkan kembali pendidikan S2 dalam bidang Manajemen Sains Keuangan.

Irra Chrisyanti Dewi, S.Pd., M.S.M.



Penulis lahir di Surabaya, 1 Desember 1978 adalah Dosen Tetap di Fakultas Pariwisata Universitas Ciputra Surabaya. Setelah menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dan lulus pada tahun 2001. Selanjutnya, menyelesaikan pendidikan strata dua pada program studi Magister Sains Manajemen Universitas

Airlangga Surabaya dan lulus *cumlaude* pada tahun 2010. Bidang keahlian utama penulis adalah Manajemen Bisnis. Selain aktif mengajar di beberapa lembaga kursus dan pelatihan, juga di beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, penulis juga aktif sebagai Trainer dalam bidang Manajemen Perkantoran, Manajemen Bisnis, Keguruan, Fashion, dan Kuliner. Aktivitas lainnya, sebagai Reviewer jurnal internasional dan jurnal nasional, juri pada beberapa kompetisi, dan Assesor khususnya bidang Administrasi Perkantoran. Selain aktif menulis artikel di beberapa majalah, buku-buku yang telah ditulisnya adalah: 1) Manajemen Kesekretariatan, 2) Manajemen Perkantoran, 3) Manajemen Kearsipan, 4) Mahir Korespondensi Bahasa Indonesia, 5) Pengantar Ilmu Administrasi, 6) Teori Kepemimpinan Manajerial (Managership), 7) Sistem Informasi Sumber Daya Manusia, 8) Pengantar Psikologi Media, 9) Layanan Prima di Era Digital, 10) Standar Uji Kompetensi Administrasi Bisnis Profesional, 11) Pengantar *Technopreneurship*, 12) Standar Pengembangan Kepribadian Profesional (Inner and Outer Beauty), 13) Korespondensi Bisnis dan Pemerintahan, 14) Boga Dasar, 15) Manajemen Sumber Daya Manusia, 16) Pemasaran Strategik Untuk Pariwisata Berkelanjutan, 17) Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030, 18) Ekosistem Sumber Daya Manusia Dalam Resesi Global, 19) Model-Model Pelatihan dan Pengembangan SDM. Email Penulis: irra.dewi@ciputra.ac.id / irracdewi@gmail.com.

Putu Eka Nopiyani, S.E., M.Si.



Penulis lahir di Gobleg dan menamatkan S1 Jurusan Akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha dan S2 Jurusan Akuntansi di Universitas Udayana. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma. Aktif melakukan penelitian di bidang akuntansi keuangan sejak tahun 2018 dan aktif mengajar di Jurusan Akuntansi dan Manajemen sejak tahun 2017.

Kraugusteeliana, M.Kom., M.M.



Penulis lahir di Jakarta dan menghabiskan masa sekolah TK sampai SMA di Cilegon Banten. Pendidikan S1, S2 di Bidang Komputer. Kuliah S1 di Universitas Budi Luhur lanjut S2 Ilmu Komputer juga Manajemen SDM. Mengajar di beberapa Perguruan Tinggi sejak 1999 dan mulai tahun 2014 bergabung sebagai dosen Sistem Informasi di UPN Veteran Jakarta sampai saat ini. Adapun pengalaman organisasi Kabag Perencanaan akademik dan statistik, Kabag bidang Manajemen ISO, Manager HR, Manager Humas dan *Marketing, Manager Quality Assurance*, Sekretaris LP3M, Kajur, Wakil Dekan bidang Akademik, Plt. Dekan Fakultas Ilmu Komputer, Ketua Komisi Senat Universitas UPNVJ, Kepala Pusat Akreditasi Internasional dan Sertifikasi. Sedangkan pengalaman mengampu matakuliah dari tahun 1999 antara lain Statistik Deskriptif, Statistik Probabilitas, PTI (Pengantar Teknologi Informasi), Interaksi Manusia dan Komputer, Metode Perencanaan Program, PTI, *Management Sains*, Pengantar *E-learning*, *Knowledge Management*, Komputer Audit Sistem, Arsitektur Sistem Informasi, Dasar-dasar Pemrogram, SIM, SPK, Matematika Diskrit, Analisa Proses Bisnis, Analisa Sistem Informasi, APSI, Perancangan System Informasi, Perancangan Basis Data, Sistem Basis Data, Struktur Data, Tata Kelola Teknologi Informasi (TKTI), Manajemen Risiko TI (MRTI), MLTI, CRM, Sistem Enterprise juga Audit Sistem Informasi. Untuk saat ini aktif melakukan penelitian dengan focus penelitian pada ranah LMS, *E-governance*, *E-goverment* terutama pada proses evaluasi atau Audit system dengan berbagai *framework* mulai Cobit, ITIIL, VAL IT, TAM, UTAUT, Webqual 4.0, IPA, ISO 27001, TOGAF 9.1, Octave Allegro juga NIST SP 30-80 dengan penggunaan olah data menggunakan SPSS, SEM PLS, Fuzzy logic, Stat-R, Lisrel dan beberapa *software* pengolah data lainnya.

Erly Krisnanik, S.Kom, M.M.



Pendidikan Sarjana Komputer di tempuh di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, pada tahun 1993 saat itu masih berstatus kedinasan lulus tahun 1997. Kemudian melanjutkan kuliah S2 Magister Manajemen bidang Sistem Informasi Manajemen di Universitas yang sama pada tahun 2006. Lulus Sarjana langsung bekerja di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sebagai Asisten Laboratorium. Pengalaman mengajar pada tahun 1998 ditawarkan magang menjadi dosen untuk mengampu mata kuliah Perangkat Lunak Aplikasi dan Pengantar Komputer. Kemudian diberi kepercayaan untuk mengajar mata kuliah secara mandiri mulai tahun 2000 untuk matakuliah Perangkat Lunak Aplikasi, Aplikasi Berbasis Web, Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Proyek, Digital dan Perbankan, Manajemen Layanan IT, dan Analisa dan Perancangan Sistem Informasi. Karya yang pernah diterbitkan adalah publikasi di jurnal internasional terindex Scopus dan nasional terakreditasi dan prosiding terindex scopus, google scholar dan WoS serta menulis book chapter di penerbit Widina, Indie Press yang terdaftar di IKAPI. Email penulis: erlykrisnanik@upnvj.ac.id.

Asep Dadan Suganda, M.Sh.Ec.



Penulis lahir di Ciamis, 22 April 1982. Pendidikan SDN Pasir Peuteuy Perum Kertasari Ciamis (1995), SMP Negeri 1 Ciamis (1998), Pondok Modern Darussalam Gontor (2001). S-1 UNIDA Gontor (Ekonomi Islam), S-2 University of Malaya (Ekonomi Islam). Aktivitas; Dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sejak tahun 2011 sampai sekarang. Pengurus MES Provinsi Banten di Departemen Kajian dan Sosialisasi, Pembina KSEI KES UIN SMH Banten, Pembina Laboratorium Kewirausahaan dan Inovasi FEBI UIN SMH Banten, Pembina Rumah Literasi Lembur Kuring. Sertifikat Profesi yang diperoleh dari beberapa LSP dan BNSP: CSR*P (Certified Selection and Recruitment Professional)*, HSC (*Halal Supervisor Certified*), CWC (*Certified Waqf*

Competency), CIE (*Certificate in Islamic Economics*). E-mail: asep.dadan@uinbanten.ac.id.

Lina Aryani, S.E, M.M.



Penulis adalah seorang akademisi dan dosen di Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Beliau lahir di Palembang, 23 November 1959. Beliau menempuh Pendidikan S-1 di Universitas Islam Jakarta dengan program studi Manajemen, dan kemudian melanjutkan Pendidikan S-2 di Universitas Tama Jagakarsa dengan program studi Manajemen. Beberapa mata kuliah yang beliau ajar diantaranya adalah Pengantar Manajemen Pemasaran, Manajemen Pemasaran Lanjutan, Pengantar Bisnis, dan Manajemen Hubungan Pelanggan. Workshop yang pernah diikuti *Certified International Sales Management Associate* (2016). Selain mengajar penulis juga menyusun buku antara lain, Modul Pengantar Bisnis, ISBN 978-602-274-027-8.

Fenny Marietza, S.E., M.Ak., CertBv., CertIFR., CFrA., CRP.



Penulis adalah seorang dosen tetap di Universitas Bengkulu, bekerja di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi dari tahun 2009 sampai saat ini. Buku yang telah diterbitkan antara lain: Manajemen Risiko (2021), Akuntansi Syariah Teori dan Praktik (2021), Manajemen Perubahan (2021) dan Teori Keuangan (2022) dan mempublikasikan beberapa jurnal akademis yang terbit di beberapa jurnal nasional terindeks Sinta dan beberapa lagi di Jurnal Internasional terindeks DOAJ dan Copernicus, serta prosiding Internasional yang terindeks Scopus. Penelitian yang dilakukan berkaitan dengan penelitian di bidang Akuntansi Keuangan, Sistem Informasi Akuntansi dan Auditing. Selain buku terdapat juga membuat modul pembelajaran di Jurusan Akuntansi, FEB Universitas Bengkulu. Selain itu, beberapa sertifikasi kompetensi yang telah diraih antara lain: *Certified in Business Valuation* (CertBV-ACCA), *Certified in International Financial Reporting* (CertIFR-

ACCA), Sertifikasi Forensik Auditor (CFrA-BNSP) dan *Certified in Risk Professional* (CRP-BNSP).

Helin Garlinia Yudawisastra, S.E., M.Si.



Penulis merupakan dosen Universitas Muhammadiyah Bandung. Menyelesaikan program S1 dan S2 di Jurusan Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Padjadjaran. Saat ini adalah kandidat Doktor bidang sustainability pada Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Padjadjaran.

Johannes Johny Koynja, S.H., M.H.



Penulis merupakan Dosen Tetap di bidang Hukum Tata Negara (HTN) pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Mataram sejak tahun 2008, serta Peneliti di bidang Pajak dan Retribusi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Mataram. Penulis juga adalah pengajar Ilmu Alamiah Dasar (IAD) pada Kelas Pertama Bersama yang Mahasiswanya terdiri dari berbagai Fakultas dan Program Studi. Saat ini, Penulis juga merupakan pengajar mata kuliah Aspek Hukum Dalam Perpajakan pada Program Studi D-III Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Disamping sebagai seorang Dosen dan Peneliti, Penulis juga adalah anggota Divisi Penelitian dan Pengembangan (Litbang) pada Asosiasi Pengajar HTN - HAN Provinsi NTB, dan anggota Asosiasi Pengajar Hukum Acara Mahkamah Konstitusi (APHAMK). Penulis juga mengikuti berbagai kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, salah satunya adalah Pelatihan *Legal Drafting* yang diadakan oleh Asosiasi Pengajar Mata Kuliah Hukum Acara Mahkamah Konstitusi (APHAMK) bekerja sama dengan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. Pengalaman sebagai Redaktur Pelaksana “Jurnal Konstitusi” Fakultas Hukum Universitas Mataram bekerja sama dengan Mahkamah Konstitusi RI telah menempe Penulis untuk terus berkarya melalui tulisan. Untuk kontak Penulis, dapat menghubungi ke Nomor WhatsApp 081907558735, atau Email: johnykoynja@unram.ac.id

Dr. Ir. Eka Purwanda, M.Si.



Penulis lahir di Tanjung Karang, Lampung, pada tanggal 8 Januari 1959. Lulus S3 Tahun 2010 dari Universitas Pajajaran (UNPAD) Bandung, Jurusan Ekonomi. Disertasinya tentang Efisiensi Kebijakan Moneter merupakan disertasi terbaik tahun 2010 dalam bidang moneter versi Bank Indonesia. Sejak Tahun 1998 menjadi dosen tetap Universitas Teknologi Digital (UTD), di Bandung. Dalam hal pengalaman di kampus adalah menjadi Ketua STT Texmaco Subang, 2 periode Tahun 2007 sampai dengan Tahun 2017; menjadi Ketua Prodi Pascasarjana MMI UTD dari tahun 2021 sampai dengan sekarang. Pengalaman lain adalah menjadi Ketua Tim Penyusunan Studi Kelayakan Bisnis Pendirian Klinik Mata di Garut Tahun 2021 dan Ketua Tim Rancangan Inovasi Kabupaten Bandung Barat Tahun 2022.

EKONOMI DAN BISNIS DIGITAL

Globalisasi dewasa ini mengarah pada pemanfaatan teknologi dalam seluruh aspek kehidupan dan pada segala bidang termasuk pada bidang ekonomi, juga ekonomi syariah. Pemanfaatan teknologi digital dirasakan pada segala aspek dan seluruh aktivitas bisnis atau tjiarah. Adaptasi terhadap teknologi termasuk teknologi informasi/*information* teknologi (IT) saat ini di era 4.0 dan bahkan 5.0 tidak dapat dielakkan oleh para pemangku kebijakan/*stakeholders* di bidang ekonomi dan bisnis di seluruh penjuru dunia, tak terkecuali Indonesia.

Ekonomi dan bisnis digital adalah ekonomi dan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar. Ekonomi dan bisnis digital menjadi aspek ekonomi dan bisnis yang berasaskan pada pendayagunaan dan pemberdayaan IT dan komunikasi digital. Ekonomi dan bisnis digital merupakan peristiwa sosial yang terjadi di masyarakat dan mempengaruhi kegiatan dan sistem ekonomi. Peristiwa sosial yang terjadi memiliki ciri-ciri sebagai sebuah ruang intilijen mencakup informasi, akses pada instrumen informasi, kapasitas informasi, serta pemrosesan informasi.