

Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital

Alamsyah Agit¹, Siti Aisyah Julyana², Bilal Ma'ruf³

^{1,2,3}Institut Agama Islam DDI Sidenereng Rappang

Sidenreng Rappang, Indonesia

Email: 1alamsyahagit@gmail.com

Abstract

This research discusses the influence of digital literacy on the development of online business in the digital era. Digital literacy plays an important role in various aspects of business, including improving the quality of human resources, digital marketing, competitiveness, adapting to new technology, and business transformation. This research uses a literature study approach and finds that although the use of technology continues to increase, there are still gaps in the use of technology. Digital literacy plays an important role in the development of online business in the digital era. This contributes to improving the quality of human resources, digital marketing, competitiveness, adapting to new technology and business transformation. The growth of online business is supported by advances in digital information technology which allows business actors to reach a wider consumer market, cut promotional and marketing costs, and reduce business operational costs. However, online businesses also need to face challenges such as changes in the economic system and increasingly fierce competition. These findings indicate the need to increase digital literacy to increase the competitiveness and growth of online businesses. The business world needs to utilize digital information technology, overcome the challenges they face, and maximize customer satisfaction and ease of payment transactions. It is recommended to conduct further research on how digital literacy affects online business, effective strategies in overcoming challenges, the role of government in increasing digital literacy, and policies that support online business development.

Keywords: Business, Business Development, Business Performance, Digital Literation, Economy

Abstraksi

Penelitian ini membahas tentang pengaruh literasi digital terhadap perkembangan bisnis online di era digital. Literasi digital berperan penting dalam berbagai aspek bisnis, termasuk peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemasaran digital, daya saing, adaptasi teknologi baru, dan transformasi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan dan menemukan bahwa meskipun penggunaan teknologi terus meningkat, namun masih terdapat kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi. Literasi digital berperan penting dalam perkembangan bisnis online di era digital. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemasaran digital, daya saing, adaptasi teknologi baru, dan transformasi bisnis. Pertumbuhan bisnis online didukung oleh kemajuan teknologi informasi digital yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar konsumen yang lebih luas, memangkas biaya promosi dan pemasaran, serta menurunkan biaya operasional bisnis. Namun bisnis online juga perlu menghadapi tantangan seperti perubahan sistem perekonomian dan persaingan yang semakin ketat.

Temuan ini menunjukkan perlunya meningkatkan literasi digital untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis online. Dunia usaha perlu memanfaatkan teknologi informasi digital, mengatasi tantangan yang dihadapi, dan memaksimalkan kepuasan pelanggan serta kemudahan transaksi pembayaran. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana literasi digital mempengaruhi bisnis online, strategi efektif dalam mengatasi tantangan, peran pemerintah dalam meningkatkan literasi digital, dan kebijakan yang mendukung pengembangan bisnis online.

Kata Kunci: *Bisnis, Ekonomi, Literasi Digital, Kinerja Bisnis, Perkembangan Bisnis*

1. PENDAHULUAN

Literasi digital dalam konteks bisnis memiliki fungsi yang sangat beragam dan sangat signifikan untuk dapat memberikan kontribusi terhadap bisnis secara umum, kemampuan untuk memahami dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi yang terus terjadi menjadi sebuah hal penting, terutama kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak untuk berbagai tujuan [1]. Literasi digital merujuk pada kemampuan untuk mengevaluasi, mengelola, dan menggunakan informasi secara efisien, kritis, dan kompeten. Ini juga melibatkan kemampuan untuk memilih dan mengembangkan media yang tepat untuk komunikasi dan menganalisis media informasi. Konsep ini mengintegrasikan keterampilan digital abad ke-21, dengan fokus pada keterampilan yang berkaitan dengan pengetahuan atau konten [2]. Dalam konteks bisnis, literasi digital memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam mencari informasi akan produk untuk menambah nilai atau bahkan menciptakan inovasi dan mengembangkan produk yang telah ada, selain itu, literasi digital juga dapat membantu dalam upaya untuk menghadapi dan mengatasi berbagai tantangan, serta mampu mencari dan memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di era digital secara optimal [3]. Secara umum literasi digital diperlukan dalam berbagai bidang, baik dalam pendidikan, ekonomi, maupun kehidupan sosial secara umum, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin cepat, mengharuskan manusia untuk lebih cepat beradaptasi dalam hal teknologi.

Literasi digital merupakan upaya untuk mencapai kinerja yang tinggi bagi suatu perusahaan, literasi digital akan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) untuk menciptakan inovasi, hal ini berkaitan dengan bagaimana SDM mampu merespons perubahan dan perkembangan teknologi, semakin tinggi keterampilan dan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki oleh seorang SDM, maka mereka akan lebih cepat dalam menguasai suatu teknologi yang dapat menunjang kinerja bisnis [4]. Literasi digital tentu melibatkan bagaimana seseorang memiliki pemahaman yang tinggi terhadap teknologi, dalam hal ini, literasi digital memiliki banyak fungsi dalam konteks bisnis, diantaranya sebagai kontributor dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, membantu dalam peralihan ke pemasaran digital, memberdayakan pengusaha, meningkatkan daya saing, menciptakan kapabilitas untuk mengadaptasi teknologi baru, dan tentu sangat penting dalam proses transformasi bisnis [5]. Sebelum adanya perkembangan teknologi yang

cepat, pembuatan dan produksi akan produk kreatif dan rumahan telah menjadi salah satu mata pencaharian, namun, dikarenakan kemampuan pemasaran yang terbatas, beberapa produk tidak dapat diperjualbelikan secara luas atau terbatas oleh konteks wilayah, dengan adanya perkembangan teknologi, maka literasi digital merupakan jembatan untuk mengurangi keterbatasan ini [6]. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat maka perlunya literasi digital menjadi sebuah solusi yang dapat membuka berbagai potensi terutama dalam perluasan wilayah pemasaran.

Literasi digital dalam konteks bisnis membantu dalam memahami berbagai cara untuk dapat memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari proses bisnis, hal ini tidak hanya terbatas pada urusan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) namun juga pada keuangan, pemasaran, dan SDM, dengan demikian, memiliki literasi digital yang tinggi akan dapat memberikan kontribusi yang besar pada bisnis dengan menunjang berbagai komponen bisnis dengan penggunaan atau implementasi teknologi [7]. Lebih jauh, kemampuan literasi digital dan berbagai aspek perkembangan teknologi yang kini dapat diakses dengan mudah, menjadikan banyak pemilik usaha dapat mendorong nilai daya tarik dari produk melalui penggunaan berbagai design menarik, yang kini dapat diakses dengan mudah, disinilah peran penting dari literasi digital dapat terlihat jelas, namun, ketidakmampuan dalam mengakses dan menggunakan teknologi dengan baik, juga dapat diatasi dengan berbagai jasa dan layanan *design* yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Hal ini tetap mengarah pada peran literasi digital yang terimplementasikan secara tidak langsung [8]. Literasi digital berperan penting baik untuk pemilik UMKM maupun tidak, literasi digital mampu menunjang penciptaan bisnis, dan juga mampu menjadi penyedia lapangan kerja untuk mereka yang memiliki keahlian dan keterampilan, sebagai contoh layanan pembuatan *website* atau jasa *design* logo produk.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, literasi digital diilustrasikan memiliki keterkaitan secara universal terhadap bisnis, hal ini berarti bahwa, aspek literasi digital tidak hanya mempengaruhi satu komponen dalam bisnis, namun hampir seluruhnya, hal ini tentu dapat dilihat dari bagaimana teknologi dapat menunjang pengelolaan keuangan, proses pemasaran dan distribusi, serta manajemen secara umum, selain itu, kemudahan transaksi juga menjadi salah satu aspek yang dilirik para konsumen apabila hendak melakukan transaksi [9]. Transformasi bisnis yang tidak dapat terhindarkan memerlukan adanya adaptasi, adaptasi akan perkembangan teknologi, sayangnya tidak semua individu atau hanya sebagian besar dari pemilik bisnis yang dapat beradaptasi, peningkatan literasi digital yang dilakukan oleh pemerintah, akademisi, praktisi, dan tenaga ahli tentu memberikan dampak signifikan pada berbagai lapisan masyarakat terutama untuk pemilik bisnis, yang ditandai dengan semakin beragamnya produk yang dan layanan yang bisa diakses secara *online*, hal ini menjadi awal dari peningkatan frekuensi dan kuantitas bisnis, terutama bisnis *online* [10]. Literasi digital menjadi komponen penting di era digital, penyesuaian lembaga pendidikan juga memberikan dampak signifikan, pelatihan *technopreneurship* yang menekankan pentingnya literasi digital terutama dalam bisnis, menjadi upaya dalam menciptakan wirausaha yang kiranya dapat berkontribusi pada

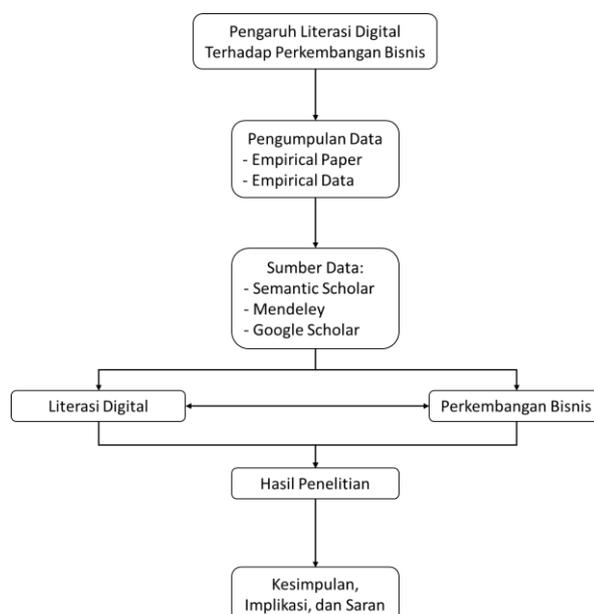
penciptaan lapangan kerja [11]. Hal ini telah dapat dilihat dengan semakin banyaknya generasi muda yang menjadi pengusaha, pemilik bisnis, dan semakin banyaknya orang yang memiliki bisnis *online* yang mampu menunjang kondisi ekonomi dan memperbaiki kualitas hidup mereka.

Refleksi ini menunjukkan pentingnya literasi digital dalam menunjang penciptaan bisnis, mendorong generasi muda untuk menjadi wirausaha, memberikan peluang kepada pemilik usaha untuk meningkatkan kinerja usaha, serta membantu meningkatkan jangkauan pemasaran untuk berbagai bisnis, lebih jauh berbagai kemudahan yang diciptakan dengan adanya teknologi, menjadi suatu nilai daya tarik pada sebuah usaha, sehingga dengan adanya pengetahuan dan keterampilan dalam hal teknologi, semua kemudahan ini dapat diimplementasikan dalam bisnis untuk menarik lebih banyak konsumen. Namun semakin berkembangnya teknologi yang tidak secara merata dapat diadaptasi oleh masyarakat menyebabkan adanya kesenjangan, yang mana sebagian dari pemilik usaha tetap beroperasi secara tradisional, yang menimbulkan pertanyaan, apakah mereka yang tidak memiliki literasi digital yang cukup, tidak akan mampu bersaing dengan mereka yang mampu mengoperasikan bisnis dengan menggunakan teknologi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana peran dan kontribusi literasi digital terhadap perkembangan bisnis *online*, dalam hal ini akan dijelaskan bagaimana literasi digital dapat menjadi faktor penting yang menunjang penciptaan bisnis, serta dalam hal bisnis juga, akan ditelusuri bagaimana literasi digital dapat membantu dalam menunjang kinerja bisnis atau transformasi bisnis. Untuk dapat mencapai hasil yang diinginkan, penelitian ini akan menggunakan pendekatan studi kepustakaan, yang mana penelitian ini akan mengambil data, menyajikan hasil serta membuat kesimpulan melalui data dan penelitian empiris. Untuk memberikan hasil yang jelas dan akurat, maka data akan diolah menggunakan pendekatan *deductive reasoning*, untuk menginterpretasikan hasil data dan menyelaraskannya dengan tema dan tujuan dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan penelitian dan data empiris, data akan penelitian-penelitian terdahulu didapatkan melalui *search engine* untuk artikel ilmiah, diantaranya Google Scholar, Semantic Scholar, dan Mendeley, keseluruhan jumlah penelitian terdahulu yang digunakan adalah sebanyak 27 artikel. Adapun data berupa persentase indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi didapatkan melalui situs Badan Pusat Statistik (BPS). Pembagian akan penelitian terdahulu kemudian dikelompokkan ke dalam dua bagian, yakni artikel yang menunjukkan pengaruh literasi digital terhadap bisnis, dan yang menunjukkan keterkaitan perkembangan bisnis terhadap literasi digital, adapun alur penelitian ini dapat dilihat pada kerangka konseptual pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakannya penelitian ditemukan bahwa penggunaan teknologi memiliki peningkatan yang signifikan, perkembangan teknologi memunculkan teknologi yang mudah untuk digunakan dengan harga yang terjangkau, seperti *tablets*, *smartphone*, *laptops* dan berbagai bentuk teknologi lainnya. Teknologi ini, tidak hanya digunakan dalam komunikasi, namun juga pada banyak hal, diantaranya untuk bekerja, presentasi, sekolah, dan bahkan untuk melakukan bisnis. Bentuk teknologi yang kecil dan mudah untuk dibawa ke mana-mana, serta fitur multifungsi yang dimiliki semakin meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakannya. Adapun persentase Indeks Pembangunan – Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Indeks Pembangunan – Teknologi Informasi dan Komunikasi 2018-2022 (%)
Sumber: Badan Pusat Statistik Berbagai Edisi

Berdasarkan data pada gambar 2 diketahui bahwa pertumbuhan IP-TIK di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, secara umum IP-TIK di Indonesia memiliki

tingkat yang moderat, mengingat skala yang digunakan adalah skala 10, namun, upaya peningkatan akan IP-TIK memerlukan berbagai kebijakan untuk mencapai hasil yang maksimal. Indeks ini menunjukkan bahwa penduduk di Indonesia memiliki akses terhadap teknologi, hal ini menjadi sebuah asumsi bahwasanya, generasi muda yang mampu mengoperasikan teknologi dengan baik, dapat menjadi individu yang dapat menunjang atau mengurangi keterbatasan atau kesenjangan teknologi, yang saat ini masih dialami oleh banyak individu, terutama mereka dengan umur yang relatif lebih tua. Namun, pada kenyataannya, teknologi kerap kali disalahgunakan[12], dan sering kali menjadi tidak efektif, yang mana teknologi hanya digunakan untuk hiburan semata[13], dan hanya untuk mencari informasi yang tidak terlalu signifikan untuk pengembangan bisnis, seperti gosip. Literasi digital diasumsikan dapat menjadi suatu upaya untuk mengatasi berbagai hal yang berkaitan dengan teknologi, dan menjadikan penggunaan teknologi semakin efektif.

3.1. Literasi Digital dan Bisnis di Era Digital

Dalam era Industri 4.0 seperti sekarang ini, sektor ekonomi berubah menuju bisnis cerdas dan perkembangan bisnis digital dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi suatu negara, khususnya dalam bidang *e-commerce*. Dengan perkembangan teknologi informasi dan digital, kompetisi bisnis dan pengembangan yang awalnya berfokus pada penggunaan sumber daya alam, akan bergeser ke perolehan informasi dan teknologi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya inovasi dalam bisnis. Era Revolusi Industri 4.0 membuka peluang bagi pengusaha muda milenial di sektor bisnis untuk menjadi ahli dalam pengembangan pengetahuan dan teknologi terbaru. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan dan pembaruan keterampilan perlu diimplementasikan agar tenaga kerja dapat bersaing berdasarkan kebutuhan saat ini [14]. Kemajuan teknologi, khususnya internet dan *smartphone*, telah memungkinkan bisnis untuk berkembang dan mencapai audiens yang lebih luas. Pelatihan literasi teknologi digital telah membantu ibu-ibu rumah tangga untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha mereka dengan memanfaatkan bisnis *online*[15]. Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan grup WhatsApp, mereka dapat mempromosikan produk mereka dan mencapai lebih banyak pelanggan [16]. Selain itu, kemajuan teknologi juga memungkinkan pengusaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka [17]. Dalam perspektif lain, beberapa peningkatan signifikan pada bisnis yang ditunjang dengan adanya literasi digital yang baik dari SDM-nya adalah sebagai berikut (1) meningkatnya produktivitas dan nilai usaha; (2) menciptakan dan memanfaatkan peluang baru; (3) mendukung adaptasi dan transformasi; (4) meningkatkan daya saing; (5) mendukung inovasi; (6) mendorong adopsi digital; dan (7) meningkatkan konektivitas [18].

Literasi digital berkontribusi terhadap perkembangan bisnis dengan beberapa cara. Pertama, literasi digital dapat meningkatkan daya saing bisnis di pasar karena memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Kedua, literasi digital memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas dan beragam. Ketiga, literasi digital membantu bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan dan tren

baru di dunia bisnis. Keempat, literasi digital dapat meningkatkan produktivitas bisnis dengan mencari dan menerapkan strategi inovatif. Terakhir, literasi digital dapat membuka peluang bisnis baru di era digital [19]. Bisnis membutuhkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mencapai pertumbuhan. Teknologi seperti AI dan platform digital global dapat membantu bisnis dalam meningkatkan pendapatan dan memperbaiki proses bisnis. Namun, untuk dapat memanfaatkan teknologi ini secara efektif, diperlukan literasi digital. Dengan literasi digital, bisnis dapat melakukan transformasi digital, yaitu proses mengubah model bisnis dan operasional dengan teknologi digital [20]. Memaksimalkan teknologi dan literasi digital untuk menunjang bisnis dapat dilakukan dengan beberapa cara yakni, (1) Mengembangkan Bisnis Digital: Dengan perkembangan internet, bisnis dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan mereka dan beroperasi tanpa batasan geografis; (2) Mengadaptasi Inovasi: Mengadaptasi inovasi teknologi seperti penggunaan perangkat mobile dalam pendidikan tinggi dan manajemen layanan IT dapat membantu bisnis tetap kompetitif dan relevan dalam industri yang terus berubah; dan (3) Menggunakan Inkubator Bisnis: Inkubator bisnis dapat membantu *startup* dan bisnis kecil mengembangkan kapasitas mereka dan mempersiapkan diri untuk menerima pendanaan [21].

3.2. Perkembangan Bisnis Online di Era Digital

Perkembangan bisnis *online* di era digital telah mengalami peningkatan yang signifikan. Dengan kemudahan akses internet dan teknologi, semakin banyak individu dan perusahaan yang memanfaatkan platform *online* untuk menjalankan bisnis mereka. Hal ini mencakup berbagai sektor, mulai dari penjualan produk, jasa, hingga pendidikan. Perkembangan ini juga didukung oleh peningkatan kualitas layanan dan sistem pada aplikasi penjualan *online*. Metode seperti *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan penjualan *online* [22]. Perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi digital, telah mendorong perkembangan bisnis *online* dalam berbagai bidang, termasuk industri komersial. Bisnis *online* dapat meningkatkan pengalaman berbelanja bagi konsumen karena dapat menghemat waktu, mudah digunakan, dan menjawab kebutuhan konsumen dengan cepat. Transaksi *online* tersebut dapat dilakukan tanpa adanya batasan jarak, waktu, dan tempat. *E-commerce* menciptakan peluang yang sama bagi kota dan desa [23]. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memicu pertumbuhan pengguna internet seluler yang signifikan. Teknologi internet telah mentransformasi layanan konvensional menjadi digital, membuatnya lebih mudah diakses oleh siapa saja, kapan saja. Ini telah membuka peluang baru untuk bisnis *online*, yang dapat dijalankan oleh siapa saja, termasuk mahasiswa, tanpa memerlukan ijazah sarjana. Bisnis *online* juga memberikan berbagai manfaat dan kemudahan. Dengan teknologi, bisnis dapat menjangkau pasar konsumen yang lebih luas, memangkas biaya promosi dan pemasaran, dan menekan biaya operasional bisnis. Selain itu, bisnis *online*

juga memungkinkan pelaku bisnis untuk mengatur waktu dan tempat kerja mereka, yang dapat dikombinasikan dengan kegiatan atau pekerjaan lain [24].

Terdapat beberapa hal yang menjadi faktor penting dalam menunjang perkembangan bisnis *online* di era digital, diantaranya (1) Kemajuan teknologi memudahkan transaksi *online* dan memperluas jangkauan pasar; (2) Model bisnis seperti B2C (*Business to Consumer*), B2B (*Business to Business*), dan C2C (*Consumer to Consumer*) mempengaruhi cara bisnis beroperasi dan berkembang; (3) Sikap ramah, transparansi, dan kejujuran dalam berbisnis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek; (4) Media sosial menjadi platform penting untuk promosi dan pemasaran produk atau jasa. Promosi bisa dilakukan secara kreatif dan menjangkau audiens yang lebih luas; (5) Bisnis *online* memungkinkan penjual untuk memilih target pasar secara global atau spesifik, yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan penjualan; dan (6) Bisnis *online* harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan, baik itu perubahan teknologi, tren pasar, atau kebutuhan konsumen [25]. Dalam era digital, memaksimalkan pembangunan bisnis *online* dapat dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, meningkatkan kepuasan konsumen. Internet memungkinkan kedekatan antara pengusaha dengan konsumennya, membuat pengusaha menjadi lebih responsif dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kedua, memanfaatkan media sosial dan situs *e-commerce*. Media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, serta situs *e-commerce* seperti Bukalapak dan Tokopedia, menjadi salah satu pendorong keberhasilan *e-commerce*. Ketiga, memanfaatkan teknologi informasi. Teknologi informasi dapat menyederhanakan proses bisnis dalam hal mengefisienkan pada proses berkomunikasi. Dan terakhir, mempermudah transaksi pembayaran. Internet mempermudah transaksi pembayaran secara *online*, yang menarik minat pelanggan kepada para penjual maupun pembeli [26]. Bisnis *online* di era digital memiliki banyak potensi dan keunggulan dibandingkan dengan bisnis *offline*. Dengan memanfaatkan teknologi, bisnis *online* dapat mencapai pasar yang lebih luas dan beroperasi 24/7, yang tidak mungkin dilakukan oleh bisnis *offline*. Selain itu, bisnis *online* juga dapat memanfaatkan data pelanggan untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan. Pada era digital ini, bisnis *online* juga perlu berusaha menjadi kreatif dan inovatif untuk tetap bersaing. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan menggunakan teknologi *Business Intelligence* (BI). BI dapat membantu bisnis *online* dalam mengukur kinerja pendapatan, melihat perkembangan segmentasi pasar, dan meningkatkan penjualan. Bisnis *online* juga memiliki potensi untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital. Namun, meskipun bisnis *online* memiliki banyak potensi, mereka juga perlu berhadapan dengan tantangan seperti perubahan sistem ekonomi dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, analisis data yang cermat dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan [27].

4. KESIMPULAN

Literasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan bisnis *online* di Indonesia. Literasi digital berperan dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemasaran digital, daya saing, adaptasi teknologi baru, dan transformasi bisnis. Meskipun penggunaan teknologi telah meningkat secara signifikan, masih ada kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi. Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang moderat setiap tahunnya. Literasi digital dapat meningkatkan daya saing bisnis, memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas, dan membantu bisnis beradaptasi dengan perubahan dan tren baru di dunia bisnis. Perkembangan bisnis *online* didukung oleh kemajuan teknologi informasi digital dan memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar konsumen yang lebih luas, memangkas biaya promosi dan pemasaran, serta menekan biaya operasional bisnis. Namun, bisnis *online* juga perlu menghadapi tantangan seperti perubahan sistem ekonomi dan persaingan yang semakin ketat.

Temuan ini menunjukkan bahwa upaya harus dilakukan untuk meningkatkan literasi digital untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis *online*. Bisnis harus memanfaatkan teknologi informasi digital untuk mencapai pasar yang lebih luas dan mengurangi biaya. Selain itu, strategi harus dikembangkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh bisnis *online*, termasuk perubahan dalam sistem ekonomi dan persaingan yang meningkat. Peningkatan kepuasan konsumen, pemanfaatan media sosial dan situs *e-commerce*, dan mempermudah transaksi pembayaran juga dapat memaksimalkan perkembangan bisnis *online*.

5. SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian empiris atau studi kasus pada bisnis *online* tertentu untuk mendapatkan gambaran yang lebih konkret dan mendalam tentang bagaimana literasi digital mempengaruhi perkembangan dan daya saing bisnis tersebut. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat difokuskan pada strategi apa yang paling efektif dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh bisnis *online*, seperti perubahan dalam sistem ekonomi dan persaingan yang meningkat. Penelitian juga dapat dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana pemerintah dan lembaga terkait dapat berperan dalam meningkatkan literasi digital di Indonesia, serta bagaimana kebijakan dan regulasi dapat mendukung perkembangan dan daya saing bisnis *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Jaenudin, L. K. Pitaloka, and I. S. Melati, "Digital Literation as A Teacher Solution in Learning The Digital Era and Pandemic Covid-19," *Economic Education Analysis Journal*, vol. 10, no. 1, pp. 1–11, 2021.
- [2] E. Nurhayati, D. R. Rizaldi, and Z. Fatimah, "The Correlation of Digital Literation and STEM Integration to Improve Indonesian Students' Skills in 21st

- Century,” *International Journal of Asian Education*, vol. 1, no. 2, pp. 73–80, Sep. 2020.
- [3] D. Hadiansyah, W. Setiawardani, and M. Sholeh, “Digital Literation Proficiency Of Elementary School Students In The Era Of The Industrial Revolution 4.0,” *Primaryedu: Journal of Elementary Education*, vol. 5, no. 1, pp. 80–87, 2021.
- [4] I. S. Nusannas, T. Yuniarsih, J. Sojanah, D. Mutmainnah, M. Rahayu, and S. Imbari, “The Effect of Self-Efficacy and Employee Engagement on Employee Performance in Mediation by Digital Literation,” *Enrichment: Journal of Management*, vol. 11, no. 1, pp. 63–67, 2020.
- [5] S. Sulistiyawati and N. Samatan, “Social Entrepreneurship Communication of Kampung Teknologi Foundation through the Digital Literation of MSMEs during COVID-19 Pandemic,” *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, vol. 3, no. 2, pp. 55–62, 2021.
- [6] N. Takarini, E. Wahyudi, and A. E. E. Mahanani, “Legal Economic Literation of Digital Marketing for PKK Groups as an Independent Economic Development Efforts for Communities Affected by Covid-19,” in *5 th International Seminar of Research Month 2020*, Galaxy Science, Apr. 2021, pp. 297–303.
- [7] B. Widarno, “The Effect of Business Literation on SMEs Performance with Mediation of Risk Management and Entrepreneurial Self Efficacy,” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, vol. 3, no. 1, pp. 37–48, Apr. 2021.
- [8] I. Ibanah, R. Yanuarti, L. Luthfiah, and L. Mutmainnah, “Literasi Digital Sebagai Penguatan Bargaining Position Produk Kreatif Dalam Pemberdayaan Kelompok Perempuan ‘MOSS 1,’” *Jurnal Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember*, vol. 1, no. 2, pp. 78–85, 2022.
- [9] H. Maulidah, K. Krisdiyawati, and E. U. S. Utami, “Peran Financial Technology Berbasis Digital Payment System E-Wallet dalam Meningkatkan Literasi Keuangan,” *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, vol. 6, no. 4, pp. 3324–3332, Oct. 2022.
- [10] F. Maurer, “Business Intelligence And Innovation: An European Digital Innovation Hub To Increase System Interaction And Value Co-Creation Within And Among Service Systems,” in *ICORES 2021 - Proceedings of the 10th International Conference on Operations Research and Enterprise Systems*, SciTePress, 2021, pp. 208–217.
- [11] S. Sutrisno, “Pelatihan Technopreneurship Di Era Digital Untuk Siswa SMK Santo Leo Jakarta Barat,” *Jurnal Abdi Mandala*, vol. 1, no. 1, pp. 22–29, 2022.
- [12] A. A. N. D. H. Kesuma, I. N. P. Budiarta, and P. A. S. Wesna, “Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Pribadi Konsumen Teknologi Finansial dalam Transaksi Elektronik,” *Jurnal Preferensi Hukum*, vol. 2, no. 2, pp. 411–416, Jun. 2021.
- [13] R. Mayeni, O. Syafti, and S. Pesisir Selatan, “Dampak Perkembangan Teknologi Dikalangan Remaja Dilihat dari Nilai-Nilai Karakter,” *Turast: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, vol. 7, no. 2, pp. 239–246, 2019.
- [14] S. Saryani, I. Handayani, and R. Agustina, “Starting a Digital Business: Being a Millennial Entrepreneur Innovating,” *Startupreneur Business Digital (SABDA)*, vol. 1, no. 2, pp. 126–133, 2022.

- [15] L. H. Rahayu, R. W. Sudrajat, and E. Rinihapsari, "Teknologi Pembuatan Tepung Ampas Tahu Untuk Produksi Aneka Makanan Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Gunungpati, Semarang," *E-DIMAS: Education - Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 68–76, 2016.
- [16] D. E. Sari, R. Handoko, and A. I. Rochim, "Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto)," *Jurnal Representamen*, vol. 4, no. 1, pp. 1–9, 2018.
- [17] E. Winarsih and Y. Furinawati, "Digital Technology Literation To Grow Entrepreneurial Skills For Housewives," *Journal of Islam and Science*, vol. 5, no. 1, pp. 5–10, 2018.
- [18] D. Firmansyah, D. Saepuloh, and Dede, "Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital," *Journal of Finance and Business Digital*, vol. 1, no. 3, pp. 237–250, Oct. 2022.
- [19] A. Himki, T. Ramadhan, Y. Durachman, P. Erry, and S. Pramono, "Digital Business Entrepreneurship Decisions: An E-Business Analysis (A Study Literature Review)," *Startupneur Bisnis Digital (SABDA)* , vol. 1, no. 1, pp. 107–113, 2022.
- [20] Y. Stukalina and O. Zervina, "Business Digital Transformation In The Data-Driven Economy: Enhancing Value With AI Services," in *13th International Scientific Conference "Business and Management 2023,"* Vilnius Gediminas Technical University, 2023, pp. 15–23.
- [21] M. R. Anwar, M. Yusup, S. Millah, and S. Purnama, "The Role of Business Incubators in Developing Local Digital Startups in Indonesia," *Startupneur Bisnis Digital (SABDA)*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2022.
- [22] H. Hannie, D. S. Istiningdias, and U. Enri, "Analisis Perkembangan Bisnis Online Mahasiswa Karawang Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)," *Research : Journal of Computer, Information System, & Technology Management*, vol. 4, no. 1, pp. 1–10, 2021.
- [23] A. T. Widya, J. C. U. Bachtiar, H. Rahmadyani, A. Rahardiyan, T. B. Ananda P, and A. A. Abadi, "Dampak Bisnis Online Terhadap Sosial-Ekonomi Dan Karakteristik Ruang Dalam Rumah Tinggal Kota Bandung," *MODUL*, vol. 20, no. 2, pp. 98–110, 2020.
- [24] T. Tendy, "Mendorong Kreatifitas Mahasiswa Melalui Pengenalan dan Pelatihan Bisnis Online Bersama Shopee," *JURNAL PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* , vol. 3, no. 1, pp. 11–25, 2021.
- [25] F. Firmansyah, "Analisis Perkembangan Bisnis Online Di Era Modern Menurut Pandangan Islam," *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyyah*, vol. 6, no. 2, pp. 11–32, 2021.
- [26] L. Y. Siregar and M. I. P. Nasution, "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online," *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , vol. 2, no. 1, pp. 71–75, 2020.
- [27] V. K. Subroto and E. Endaryati, "Business Intelligence Dan Kesuksesan Bisnis Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, vol. 1, no. 2, pp. 41–47, 2021.