

## EFEKTIVITAS PENGGUNAAN TRANSAKSI DIGITAL DALAM MENUNJANG KINERJA BISNIS

**Alamsyah Agit**<sup>1</sup>

Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang  
alamsyahagit@gmail.com

**Wildayanti**<sup>2</sup>

Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang  
wildayanti0521@gmail.com

**Oktavianty**<sup>3</sup>

Universitas Megarezky  
Viaoktavianty0710@unimerz.ac.id

### Abstract

*The efficiency of digital transactions contributes significantly to the enhancement of business performance. Digital transactions offer a variety of advantages, including convenience, security, and accessibility, which can increase business efficiency and productivity, expand market reach, and boost consumer interactions. However, there are obstacles to using this technology, particularly for business proprietors who are unfamiliar with it. Using qualitative methods and a literature review approach, this research utilizes data and empirical research as data sources, which are then processed using deductive reasoning to obtain results and draw conclusions pertinent to the research topics. According to the findings of this study, digital transactions and other forms of technology support business performance well, but there are obstacles that prevent technological adaptation from being evenly distributed. Therefore, commitment, education, digital awareness, evaluation, increased security, stringent regulations, and cooperation are required from all parties. It is necessary to conduct additional research in order to comprehend the obstacles and difficulties encountered by traditional businesses in adopting digital technologies and creating new business opportunities.*  
**Keywords:** *Business, Digital Transaction, Digitalization, Effectivity, Performance*

### Abstrak

Abstrak Efektivitas transaksi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis. Transaksi digital menawarkan berbagai keuntungan seperti kemudahan, keamanan, dan aksesibilitas, yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Namun, tantangan ada dalam penggunaan teknologi ini, terutama bagi pemilik bisnis yang belum terbiasa. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi pustaka, penelitian ini menggunakan data dan penelitian empiris sebagai sumber data, yang kemudian diaolah menggunakan *deductive reasoning* untuk memperoleh hasil dan merumuskan kesimpulan sesuai dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, kinerja bisnis ditunjang dengan baik oleh transaksi digital, dan bentuk teknologi lainnya, namun terdapat hambatan yang tidak menjadikan adaptasi teknologi belum terdistribusi secara merata. Oleh karena itu, diperlukan komitmen, edukasi, kesadaran digital, evaluasi, peningkatan keamanan, regulasi yang kuat, dan kerjasama antara semua pihak. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis tradisional dalam mengadopsi teknologi digital dan menciptakan peluang bisnis baru.

**Kata Kunci:** *Bisnis, Digitalisasi, Efektivitas, Kinerja, Transaksi Digital*



## PENDAHULUAN

Pendahuluan Bisnis dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau entitas, umumnya kegiatan bisnis melibatkan penjualan produk dan jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Ilustrasikan akan kegiatan bisnis umumnya merujuk pada kegiatan komersial, industri, atau profesional, yang mana dapat dilakukan melalui berbagai platform termasuk platform digital, atau secara langsung di pasar terbuka (Maryati & Masriani, 2019). Selain memperoleh keuntungan dalam bentuk profit, banyak keuntungan yang bisa didapatkan dalam bentuk lain, kegiatan bisnis dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah, pemanfaatan teknologi, maksimalisasi fungsi penggunaan media sosial, maksimalisasi fungsi aplikasi bisnis, membantu dalam memberikan pelayanan terbaik, meningkatkan kompetensi, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan meningkatkan potensi keuntungan yang bisa didapatkan (Nofiani et al., 2021). Semua keuntungan yang didapatkan dari bisnis akan berdampak pada kemampuan seseorang sebagai wirausaha, yang pada akhir berpotensi untuk adanya ekspansi bisnis, dan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja.

Perubahan teknologi sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat secara umum, terutama dalam konteks bisnis, dengan adanya teknologi, berbagai kegiatan bisnis yang dulunya hanya dapat dilaksanakan secara langsung, kini dapat dilakukan secara online. Selain itu, semakin banyak dan mudahnya akses informasi, memungkinkan adanya potensi-potensi usaha baru, terutama untuk para generasi muda dengan kreativitasnya yang dibutuhkan dan penting dalam promosi (N. I. Putri et al., 2022). Salah satu aspek penting dalam bisnis modern adalah metode transaksi, transaksi yang umumnya memerlukan waktu lama dan proses yang rumit, terkadang menjadi pertimbangan untuk melakukan transaksi. Transaksi digital merupakan bentuk layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi secara online, atau secara mobile, tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat (Anastasia & Munari, 2021). Transaksi digital memiliki banyak keuntungan dan jenis-jenis yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan mereka.

Platform transaksi online merupakan perusahaan-perusahaan dengan sumber daya modal yang diporsir untuk menciptakan transaksi online yang menarik untuk digunakan, transaksi online yang dimaksud memiliki banyak keuntungan, diantaranya adalah memberikan kemudahan kepada pengguna, menjamin keamanan informasi dan transaksi pengguna, serta memberikan aksesibilitas, dan bentuk aplikasi yang memudahkan adaptabilitas pengguna (Seputri & Yafiz, 2022). Transformasi bisnis terjadi diawali oleh muncul kondisi tak terhindarkan yang disebabkan oleh pandemi covid-19, pembayaran yang mudah dan mobile, menjadikan transaksi digital sebagai salah satu aspek penting dalam menunjang kegiatan perekonomian dikala itu. Transaksi digital memiliki banyak bentuk dan jenis, diantaranya aplikasi mobile banking, transfer dana, pembayaran tagihan dan dompet digital untuk berbagai jenis transaksi (Primasari & Ghofirin, 2021). Di era modern, dan transformasi dari industri 4.0 menjadi *society 5.0* mendorong adanya perubahan signifikan, dari dominasi mesin, menjadi asistensi mesin atau *co-existence* manusia dan mesin. Transaksi digital menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis.

Transaksi digital atau lebih dikenal dengan *e-transaction* atau *e-payment*, menciptakan efisiensi dan efektivitas, serta memperluas wilayah jangkauan produsen, berpotensi meningkatkan frekuensi transaksi tanpa adanya proses transaksi secara tatap muka, selain itu proses transaksi yang tergolong cepat menjadi suatu hal yang digemari, yang pada akhirnya akan memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis (Kritinae, 2021).

Secara umum, penggunaan teknologi, seperti transaksi digital dan aplikasi digital menunjang adanya peningkatan peluang usaha bagi UMKM dan bentuk bisnis rumahan lainnya, dengan adanya teknologi, dalam bentuk digitalisasi bisnis, membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi penggunaan sumber daya manusia, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen, menjadi suatu aspek-aspek penting dalam menunjang kinerja bisnis (Maryatmo & Pamenta, 2023). Dengan demikian peran penting transaksi digital menjadi suatu pertimbangan dan suatu instrument yang dapat digunakan untuk menunjang kinerja bisnis secara umum, namun kendala dalam menggunakan teknologi, umumnya dihadapi oleh pemilik bisnis yang telah berumur, atau mereka yang belum pernah sama sekali menerapkan transaksi selain dari transaksi langsung secara tatap muka.

Berbicara mengenai kinerja bisnis, bisnis yang telah beroperasi secara digital memiliki banyak potensi dimasa yang akan datang, diantaranya mampu memaksimalkan efisiensi dan produktivitas, menunjang perluasan jangkauan pasar, meningkatkan frekuensi dan memudahkan interaksi dengan pelanggan, menciptakan inovasi, menunjang dan menjamin keberlanjutan bisnis, memudahkan akses akan sumber daya, serta menjadi keunggulan kompetitif untuk bisnis tersebut (Armiani et al., 2021). Dengan demikian, transaksi digital menjadi sebuah aspek yang sangat penting dalam menunjang kinerja bisnis, dan lebih jauh menunjang keberhasilan sebuah bisnis dalam operasinya, serta keberlanjutannya dalam menciptakan lapangan kerja potensial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan *literature review* dan *deductive reasoning*, dengan menggunakan data empiris dan penelitian terdahulu, penelitian ini akan memberikan argument, sesuai dengan beberapa akumulasi hasil penelitian yang relevan dengan topik penelitian ini. Lebih jauh, hasil yang didapatkan akan dijadikan sebagai instrumen penting dalam perumusan dan pengambilan kesimpulan, serta untuk memberikan rekomendasi dan saran untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilaksanakannya penelitian ini didapatkan beberapa hasil yang menunjukkan bentuk teknologi di era modern, serta bagaimana fungsinya dalam mengefisienkan bisnis, terutama dalam konteks digitalisasi bisnis.

### **Kinerja Bisnis**

Kinerja bisnis merupakan bentuk pencapaian suatu bisnis akan target yang telah ditetapkan, dalam proses tersebut, kinerja bisnis dapat tercermin dari efektivitas dan efisiensi sebuah bisnis dalam kegiatannya. Salah satu aspek penting dalam kinerja bisnis adalah keberhasilan bisnis dalam menjalankan apa yang menjadi misinya, yang umumnya diukur dari produktivitas, kualitas layanan, tingkat respon, dan tanggung jawab, serta akuntabilitas bisnis tersebut (Swastuti, 2020). Banyak hal yang dapat menunjang keberhasilan suatu bisnis, aspek-aspek ini tentu tidak terlepas dari sumber daya manusia, dan terlebih lagi teknologi. Dengan adanya teknologi, dan sumber daya manusia yang mampu dalam mengoperasikannya, maka kinerja usaha akan optimal, selain daripada itu, salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah strategi, kapabilitas sumber daya manusia dalam hal perencanaan akan bisnis yang dimiliki menjadi sebuah faktor penting dalam menunjang keberhasilan bisnis, lebih jauh, sejarah bisnis yang dijalankan juga menjadi aspek yang perlu

diperhatikan, sehingga senantiasa bisnis yang dijalankan memberikan kesan yang baik kepada para pelanggan dan pelanggan tetapnya (Marjukah, 2022).

Dalam konteks bisnis, terdapat banyak hal yang dapat diukur sebagai kinerja dari bisnis tersebut, diantaranya dari segi kinerja keuangan, indikator yang mencerminkan kinerja yang baik tercermin pada profit, pertumbuhan pendapatan secara periodik, dan efisiensi operasional yang menunjukkan efisiennya penggunaan sumber daya modal. Sementara dari segi kinerja pemasaran, kinerja yang baik tercermin dari peningkatan pangsa pasar, peningkatan *brand awareness*, dan kepuasan pelanggan, lebih jauh, *value creation* pada pelanggan juga menjadi ukuran kinerja yang baik (Sudirman et al., 2021). Dalam hal kinerja, peran sumber daya manusia tidak kalah penting dibandingkan dengan aspek-aspek lainnya, instrumen bisnis seperti peralatan, alat, dan teknologi, hanya dapat dioperasikan oleh sumber daya manusia, meski secara umum, teknologi zaman modern telah dilengkapi dengan kecerdasan buatan, atau *artificial intelligence*, yang berfungsi dalam program otomatis akan suatu teknologi dalam suatu perusahaan atau bisnis (Azhary & Pradana, 2021). Namun teknologi semacam ini, hanya ada pada industri besar dan multinasional.

Perwujudan akan teknologi yang umumnya digunakan dalam bisnis, terutama bisnis yang berjenis UMKM, adalah teknologi informasi dan komunikasi (TIK), teknologi digital, teknologi internet dan jenis teknologi bisnis lainnya, fungsi paling umum dari teknologi ini adalah untuk memaksimalkan administrasi bisnis sehingga memudahkan bisnis untuk mengukur kinerja secara umum (Simanjuntak & Sukresna, 2020). Bentuk-bentuk bisnis yang kini semakin beragam, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, serta memiliki kontribusi masing-masing terhadap kinerja perekonomian secara umum, penggunaan teknologi juga semakin pesat dikalangan pemilik bisnis. Terdapat perbedaan yang signifikan antara bisnis yang menggunakan teknologi dan yang tidak, dengan adanya teknologi, kinerja penjualan dan penawaran semakin efektif dan efisien, berbeda halnya dengan bisnis tradisional yang mungkin akan tertinggal dari aspek pemasaran dan jangkauan pangsa pasar (Marjukah et al., 2021). Perbedaan yang signifikan ini merefleksikan pentingnya *technology diffusion* dan penerapannya terhadap bisnis modern.

Setiap bisnis memiliki potensi untuk berkembang, secara umum perkembangan bisnis dapat dicapai dengan adanya kinerja yang baik, namun, keterbatasan akan sumber daya, terutama sumber daya intelektual, terkadang menjadi penghalang dalam adaptasi atau adopsi teknologi, menyebabkan potensi yang dapat dicapai dengan bantuan teknologi menjadi pudar atau bahkan tidak dapat dicapai. Potensi paling umum akan kinerja yang dapat dicapai dan dimaksimalkan oleh teknologi adalah jangkauan pemasaran, dan potensi adanya pelanggan baru dari berbagai tempat yang dapat dijangkau melalui transaksi secara digital (Marfuin & Robin, 2021). Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja bisnis secara umum, melalui beberapa tahapan yakni (1) efisiensi dan produktivitas; (2) menjangkau pasar yang lebih luas; (3) menggumpulkan data dan menganalisis potensi-potensi pelanggan. Untuk mencapai ini dengan kinerja yang baik, dibutuhkan adanya sumber daya manusia dengan kemampuan atau kapabilitas untuk menjalankan dan mengoperasikan teknologi dengan baik (Supriatna et al., 2022). Dalam konteks transaksi digital, kinerja tercermin dari efisiensi laporan keuangan, dan kemudahan yang didapatkan oleh banyak lapisan masyarakat, dengan adanya transaksi digital, penggunaan uang kembali berkurang, jumlah peredaran uang tunai dan kertas, menurun, dan tentu tidak lupa dengan adanya laporan yang dikemas dengan baik, sesuai dengan kinerja yang telah berhasil didapatkan.

## Transaksi Digital dan Kinerja Bisnis

Transaksi digital merupakan proses transfer nilai umumnya mata uang secara online atau dengan bantuan internet. Transaksi digital melibatkan adanya penggunaan teknologi, dan secara umum mencakup kegiatan transaksi seperti pembelian dan penjualan barang dan jasa, transfer uang, dan pembayaran akan tagihan-tagihan (Pramessti et al., 2021). Transaksi digital memainkan peran penting dalam bisnis, terutama di era modern seperti saat ini. Dalam skala bisnis yang lebih besar, keberadaan sistem informasi dan teknologi yang muktahir, membantu adanya proses transaksi cepat yang membantu perusahaan menjaga kepercayaan dalam membangun relasi dengan konsumen dan *stakeholder*, instrumen ini (transaksi digital) memiliki keunggulan dengan efisiensi dan efektivitas yang dikontribusikan dalam bisnis, dan konteks bisnis yang dimaksud tidak terbatas pada hanya bisnis dengan skala besar, namun juga industri rumahan dan industri kreatif (Rofaida & Ciptagustia, 2021). Cara baru dalam bertransaksi seperti yang diilustrasikan diatas, menjadi sebuah bentuk inovasi pada bisnis, di era digitalisasi bisnis, adanya berbagai jenis platform dan aplikasi serta kemudahan akses informasi memudahkan adanya inovasi dalam metode transaksi, yang tentu dapat dijadikan sebagai daya tarik dari bisnis tersebut (Yuliana, 2021). Dengan demikian transaksi digital dinilai sebagai bentuk inovasi yang sangat potensial untuk menunjang kinerja bisnis, terutama di era modern ini.

Bentuk penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis secara keseluruhan bukan hanya terletak pada transaksi digital, namun juga pada beberapa aspek lainnya, seperti pemasaran dan promosi, bukan hanya pada efisiensi, namun maksimalisasi dalam menggunakan teknologi bisnis juga dapat menunjang pengurangan biaya secara umum, mengurangi biaya operasional secara umum (Kurniawati, 2021). Namun dalam praktiknya, penggunaan teknologi tidak selamanya menjadi suatu permasalahan yang diatasi dengan mudah, bercermin dari kondisi masyarakat, dan generasi yang terus mengalami perbedaan dalam konteks teknologi, dibutuhkan adanya pemberdayaan masyarakat untuk beradaptasi dengan peningkatan penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis, salah satu bentuk pemberdayaan ini dapat dilaksanakan melalui pelatihan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi bisnis (Fadhillah & Yuniarti, 2023). Digitalisasi bisnis yang masih tergolong minim dan tidak merata umumnya disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk berkembang, apabila masyarakat memilih untuk tidak beradaptasi, maka persaingan antara bisnis dengan integrasi digital akan mengalahkan bisnis tradisional, sehingga menjadi potensi akan berkurangnya kinerja bisnis secara umum, terutama dikalangan bisnis tradisional (Wahid et al., 2023). Semua kondisi menuntut adanya peran penting dari pemerintah, dan pihak-pihak lain yang dapat berkontribusi pada peningkatan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi untuk bisnis.

Transaksi digital salah satunya adalah *E-Payment*, merupakan sistem pembayaran elektronik, terdapat beberapa aspek yang melatarbelakangi sistem ini untuk digunakan dalam kegiatan bisnis yakni (1) merupakan respon terhadap perkembangan dan pertumbuhan teknologi; (2) tuntutan masyarakat modern akan metode yang mudah digunakan dan tidak merepotkan; (3) memberikan banyak keuntungan dan efisiensi; dan (4) mampu menjaring berbagai sponsorship agar dapat saling memberikan kontribusi dalam hal promo dan diskon (Oktavianty & Agit, 2023). Dalam konteks bisnis, teknologi bukan merupakan satu-satunya bentuk inovasi nyata, namun umumnya inovasi berasal dari sumber daya manusia.



Pengetahuan SDM akan menciptakan lebih dari kemampuan untuk menggunakan teknologi, kreativitas, ide, strategi dan inovasi berasal dari SDM berkualitas, sehingga walaupun sebuah bisnis memiliki teknologi yang mumpuni, tanpa adanya SDM yang baik, maka kinerja bisnis tidak akan meningkat (Hanim et al., 2021). Hal ini merefleksikan bahwasannya kinerja bisnis memerlukan banyak komponen yang saling melengkapi dan saling mendukung untuk mencapai kinerja maksimal.

Bentuk penggunaan teknologi dalam upaya menunjang kinerja bisnis dapat tercermin pada kegiatan pokoknya. Dalam hal produksi, teknologi mempercepat produksi barang dengan adanya peralatan canggih, dalam hal konsumsi, pemasaran yang ditunjang dengan internet dan platform pemasaran digital lainnya, menunjang perluasan jangkauan pasar, dan dalam hal distribusi, teknologi memungkinkan distribusi barang yang semakin cepat, luas, dan efisien (Novianti & Alamsyah, 2023). Selain itu, secara umum bentuk teknologi digital dalam bisnis diantaranya platform *e-commerce* yang menjadi wadah transaksi digital, marketing melalui sosial media, teknologi yang mobile atau fleksibel, analisis data yang memudahkan dalam merancang strategi bisnis, menyediakan mesin pencarian, memudahkan pembeli dalam memilih produk (Trisna & Zulkifli, 2021). Teknologi juga dapat menunjang hubungan dengan konsumen, teknologi informasi memungkinkan adanya komunikasi yang tidak terbatas, dengan demikian berbagai informasi baik produk, promo, maupun info lainnya dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen, selain itu, dengan adanya teknologi bisnis, berbagai kegiatan bisnis dapat dikelola secara efisien dan efektif, menunjang peningkatan kinerja bisnis secara umum, menunjang produktivitas, dan pengembangan kapasitas dan kapabilitas bisnis (Soleh et al., 2022). Refleksi akan hal ini menunjukkan berbagai potensi kinerja yang dapat dicapai dengan adanya implementasi teknologi pada bisnis.

Secara umum kinerja dapat ditunjang dengan berbagai faktor, namun keberadaan teknologi tentu tidak tanpa tujuan, teknologi didesain untuk dapat mengakomodasi kebutuhan manusia dengan lebih cepat, lebih efisien, dan lebih efektif. Hal ini memungkinkan kinerja pada suatu perusahaan untuk dicapai dengan lebih baik, sembari semakin menutup ruang untuk adanya kesalahan atau penggunaan sumber daya yang tidak efektif. Penggunaan teknologi pada bisnis, terutama transaksi digital, memberikan banyak keuntungan baik pada bisnis itu sendiri, maupun pada pelanggan, transaksi digital memungkinkan adanya keteraturan dalam manajemen keuangan, dengan demikian, pemilik bisnis akan lebih teratur dalam manajemen keuangan dan mengefektifkan biaya (Oktavianty et al., 2022). Inovasi dan perluasan jaringan serta pangsa pasar yang dapat diciptakan oleh teknologi, memudahkan adanya transaksi yang lebih efektif, dan pelayanan yang cepat, masyarakat modern dalam hal ini, sangat menyukai segala sesuatu yang bersifat fleksibel dan *mobile*, yang memungkinkan mereka untuk melakukan banyak hal sekaligus tanpa menghambat kegiatan lainnya (Diandra & Syahputra, 2021). Secara umum, manfaat transaksi digital sangat berdampak, terutama dengan adanya perubahan pola hidup masyarakat. Selain itu terdapat beberapa potensi kinerja yang dapat dicapai dengan adanya teknologi diantaranya, peningkatan skala usaha, literasi digital, dan adaptasi platform digital. Lebih jauh, keberadaan teknologi secara umum dapat menunjang promosi dan meningkatkan efisiensi bisnis (Tubastuvi et al., 2021). Refleksi penggunaan teknologi yang efektif dalam menunjang kinerja bisnis, secara umum dapat dilihat pada pola hidup masyarakat yang semakin modern dan semakin menyukai fleksibilitas.

### **Potensi Bisnis di Masa Yang Akan Datang**

Perkembangan teknologi tidak hanya membawah manfaat, namun juga, perkembangan ini tidak pernah terhenti atau melambat, semakin banyak riset, dan permasalahan modern,

memerlukan solusi yang modern pula, dengan demikian teknologi yang ada saat ini didesign untuk membuka banyak potensi sembari terus menunjang perkembangan teknologi baru. Beberapa potensi yang dimaksud berdampak secara langsung pada bisnis, potensi ini diantaranya adalah (1) adanya transformasi bisnis; (2) semakin mudahnya pengumpulan data; (3) semakin cepatnya inovasi; (4) meningkatkan efisiensi bisnis; (5) menjamin dan meningkatkan potensi keberlanjutan bisnis; (6) semakin tingginya diversifikasi bisnis; dan (7) maksimalnya pemanfaatan *internet of thing* (Rochmawati et al., 2023). Potensi bisnis di era digital juga menjadi semakin beragam, tidak hanya pada barang saja, namun jasa juga memiliki peluang untuk mendapatkan tempat pemasaran yang efektif, yang mana kapabilitas akan sistem marketing digital, dan promosi yang dibantu oleh konten yang terdistribusi dengan bantuan internet, menjadi salah satu faktor yang dapat menunjang peningkatan performa bisnis (N. I. Putri et al., 2021). Potensi lainnya yang didapatkan di era digital adalah kemudahan akan akses informasi, yang mana memudahkan proses belajar, dan memudahkan dalam visualisasi terhadap kondisi ekonomi secara umum dan lebih spesifik pada pasar, dengan demikian menjadi sebuah pertimbangan dalam penyusunan strategi bisnis (Radiansyah, 2022). Perlu diketahui bahwa potensi-potensi ini dapat dicapai dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi yang tepat dan efisien, melihat banyaknya bentuk penggunaan teknologi yang tidak efektif di zaman modern ini.

Untuk mendapatkan potensi dan merealisasikan maksimalisasi penggunaan teknologi, dibutuhkan adanya upaya, upaya untuk memaksimalkan teknologi telah dapat dilihat pada bidang pendidikan, namun secara umum di masyarakat, masih banyak yang menolak untuk menggunakan teknologi, diantaranya bahkan ada yang lebih memilih untuk tetap menggunakan metode transaksi secara tradisional. Terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan fungsi teknologi dalam menunjang bisnis, terutama untuk menyikapi perubahan zaman yang semakin cepat, diantaranya adalah dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat digunakan secara praktis, dan menginformasikannya pada para mitra kerja dan konsumen dengan tujuan untuk menunjukkan perubahan yang dilakukan oleh bisnis tersebut (Arianto, 2020). Kemampuan untuk mencapai perubahan dimulai dengan adanya komitmen, yang mana perubahan harus dapat diterima, langkah selanjutnya untuk memaksimalkan penggunaan teknologi adalah dengan adanya edukasi, dan meningkatkan kesadaran digital, serta pembiasaan dalam hal ini, evaluasi untuk mendeteksi potensi kekurangan dan pengembangan juga sangat perlu (A. D. Putri et al., 2022). Keinginan untuk sepenuhnya menggunakan teknologi juga dihambat oleh adanya rasa ragu terhadap keamanan teknologi, dengan demikian langkah seperti peningkatan keamanan data, penguatan regulasi, serta adanya pelayanan pelaporan dan penyelesaian masalah secara online juga menjadi salah satu aspek penting yang dapat dijadikan sebagai faktor pendorong (Novita & Santoso, 2021). Refleksi ini mengindikasikan bahwa perubahan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi, tidak dapat terlaksana dengan hanya upaya sendiri, melainkan adanya upaya bersama untuk sepenuh beradaptasi dengan digitalisasi di era modern ini.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan transaksi digital dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Namun, ada tantangan dalam penggunaan teknologi ini, terutama bagi pemilik bisnis yang belum terbiasa. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memaksimalkan penggunaan teknologi ini, termasuk komitmen, edukasi, kesadaran digital, evaluasi, peningkatan keamanan, regulasi yang kuat, dan kerjasama antara semua pihak.

Dengan demikian, teknologi digital dapat menjadi alat penting untuk mendukung kinerja bisnis dan keberhasilannya di era digital.

Terdapat beberapa potensi pengembangan penelitian yang dapat dilakukan. Pertama, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk memahami hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis tradisional dalam mengadopsi teknologi digital. Kedua, penelitian dapat difokuskan pada pengembangan strategi dan program pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk bisnis. Ketiga, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk memahami bagaimana peningkatan keamanan data dan penguatan regulasi dapat mendukung adopsi teknologi digital dalam bisnis. Keempat, penelitian dapat dilakukan untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk menciptakan peluang bisnis baru dan mendukung promosi bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, M. D., & Munari, M. (2021). Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Dan Layanan Transaksi Digital Bank Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 607–631. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i06.p05>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–237.
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300–320. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892>
- Azhary, M. H., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi Digital Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Digitalisasi Bisnis Dan Pengembangan Nilai Teknologi Digital Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah X. *Farriz Fardani*, 8(5), 5793–5798.
- Diandra, D., & Syahputra, E. (2021). Covid-19 Dan Strategi Bertahan Bisnis Di Era Inovasi Digital: Dalam Perspektif Kapabilitas Digital Keunggulan Sumber Daya. *Prosiding The 12 Th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1102–1107.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Hanim, L., Sopyonyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Tahun 2021*, 30–39.
- Kritinae, V. (2021). Pelatihan Menggunakan E-Payment Dan Value Innovation Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Usaha Kecil Masyarakat Di Palangka Raya. *Media Bina Ilmiah*, 16(3), 6627–6634.
- Kurniawati, L. (2021). Strategi Digital Marketing dan Komunikasi Bisnis untuk Entrepreneur Pemula di Indonesia. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 7(3), 371–391. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i3.1291>
- Marfuin, M., & Robin, R. (2021). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 425–436. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>
- Marjukah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1), 1–12.



- Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. *The 2 Nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021) Universitas Widyagama Malang*, 780–789. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *MEBIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 53–58.
- Maryatmo, R., & Pamenta, D. V. (2023). Peran Aplikasi Digital Pada Kinerja Bisnis Kedai Kopi Skala Mikro Di Diy. *MODUS*, 35(1), 101–115.
- Nofiani, P. W., Mursid, C., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Novianti, D., & Alamsyah, A. (2023). Improving Sales Rate Through Social Media Marketing Strategy For Small Business. *ANALISIS*, 13(1), 167–180. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2531>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58.
- Oktavianty, O., & Agit, A. (2023). Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 232–243.
- Oktavianty, O., Wahid, W., Farhan, A., & Alamsyah, A. (2022). Impact Of E-Marketing In Supporting MSMEs After Covid-19 Pandemic. *E-Qien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4).
- Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 112–119.
- Primasari, N. S., & Ghofirin, M. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.25008/altifani.v1i1.110>
- Putri, A. D., Novita, D., & Maskar, S. (2022). Pengenalan Wawasan Bisnis Di Era Digital Bagi Siswa/I Smk Yadika Bandarlampung. *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, 3(2), 213–217. <https://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/teknobdimas>
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 1–15.
- Putri, N. I., Iswanto, Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2022). Penerapan Model Maturitas Digital Pada Kinerja Startup. *TEMATIK*, 9(1), 61–69. <https://doi.org/10.38204/tematik.v9i1.910>
- Radiansyah, E. (2022). Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan Literatur Dan Arah Penelitian Masa Depan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 828–837.
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101–108. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>
- Rofaida, R., & Ciptagustia, A. (2021). Upgrading Kinerja Bisnis Melalui Digital Literacy: Upaya Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 211–225. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i3.26709>

- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(2), 139–148. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v10i02.5259>
- Simanjuntak, M., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Melalui Technology Acceptance Model. *Prosiding The 11 Industrial Research Workshop and National Seminar*, 786–792.
- Soleh, A., Arlina, Suwarni, Susena, K. C., & Anggara, D. (2022). Implementasi Digital Marketing Dalam Optimasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT.10 RW.04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 1(2), 89–94.
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly, S. (2021). Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*, 165–179.
- Supriatna, T., Juhandi, D., & Rasipan, R. (2022). Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 167–178. <https://doi.org/10.37366/master.v2i2.481>
- Swastuti, E. (2020). Menejemen Inovasi Strategis Danadopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Bisnis IKM Tenun Troso Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 127–143. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/damoda>
- Tubastuvi, N., Mudjiyanti, R., Pramurindra, R., Budiningsih, S., & Aji, M. P. (2021). Pengembangan Potensi Usaha Masyarakat Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Transformasi Digital di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. *Jurnal of Economic and Social Empowerment*, 1(2), 69–74. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id)
- Wahid, W., Agit, A., & Eka Ramadhani, S. (2023). Peran Dompot Digital dalam Meningkatkan Kualitas Keuangan UMKM Menuju Era Society 5.0. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–34. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i1.859>
- Yuliana. (2021). Inovasi Bisnis Digital di Tengah Pandemi COVID-19. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 2(2), 166–177. <https://doi.org/10.46510/jami.v2i2.79>