



PELUANG BISNIS DIGITAL DI INDONESIA PADA ERA SOCIETY 5.0

Hanin Febriana¹, Kartika Vela Andita², Raisha Adinda Rismarina³, Agus Maulana⁴

¹⁾ 2110112055@mahasiswa.upnvj.ac.id, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

²⁾ 2110112077@mahasiswa.upnvj.ac.id, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

³⁾ 2110112047@mahasiswa.upnvj.ac.id, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

⁴⁾ agus.maulana@upnvj.ac.id, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Abstract

The period leading to Society 5.0 is marked by Artificial Intelligence, Robotics, Automation, Big Data, and the Internet of Things. The concept of Society 5.0 explains that everything humans do will depend on technology. A digital business is a business that uses technology to run it. Digital business begins with technological developments that continue to be carried out by humans. Finally, every sector of life is turning digital. The most common example of digital business is E-commerce. This study uses a conceptual method. Researchers conduct research based on the latest literature following research needs. The concept of the Society 5.0 era allows digital businesses to develop and innovate faster. In facing the era of Society 5.0, digital business owners find opportunities and challenges in maintaining their business. Digital business marketing can be expanded both on a national and international scale. Then there is a business strategy in the Society 5.0 era to minimize existing losses, and their digital business will continue to advance. Era Society 5.0 provides many benefits, convenience, and efficiency in meeting needs. The latest innovations must be echoed, and people must be able to adapt to this era. Business people must keep up with technological changes and have extensive knowledge. This is necessary because business owners must be able to innovate and design logical strategies so as not to be left behind by their competitors, and digital businesses can continue to grow.

Keyword: Digital business, Digital business opportunities, Society 5.0 era.

Abstrak

Masa menuju Society 5.0 ditandai dengan adanya perkembangan *Artificial Intelligence, Robotics, Automation, Big Data, serta Internet of Things*. Konsep Society 5.0 menjelaskan bahwa setiap hal yang dilakukan manusia akan sangat bergantung pada teknologi. Bisnis digital adalah bisnis yang memanfaatkan teknologi untuk menjalankannya. Bisnis digital bermula dari perkembangan teknologi yang terus dilakukan oleh manusia. Akhirnya setiap sektor kehidupan beralih menjadi digital. Contoh bisnis digital yang paling umum adalah *e-commerce*. Pada penelitian ini menggunakan metode konseptual. Peneliti melakukan riset berbasis literatur terbaru sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dengan adanya konsep era Society 5.0 memungkinkan bisnis digital berkembang dan berinovasi lebih cepat. Dalam menghadapi era Society 5.0 tentunya para pebisnis menemukan peluang bisnis digital dan tantangannya dalam mempertahankan bisnis mereka. Bisnis digital dapat diperluas pemasarannya baik skala nasional maupun internasional. Kemudian terdapat strategi bisnis di era Society 5.0 untuk meminimalisir kerugian yang ada dan bisnis digital mereka akan terus mengalami kemajuan. Era Society 5.0 memberikan banyak manfaat, kemudahan, dan efisiensi dalam pemenuhan kebutuhan. Inovasi terbaru harus digaungkan, masyarakat harus bisa beradaptasi pada era ini. Pebisnis harus mengikuti perubahan teknologi dan memiliki pengetahuan yang luas. Hal ini dibutuhkan karena pebisnis dituntut untuk dapat melakukan inovasi dan merancang strategi logis agar tidak tertinggal kompetitornya dan bisnis digital dapat terus berkembang.

Kata kunci: Bisnis digital, Era Society 5.0, Peluang bisnis digital.

PENDAHULUAN

Di era saat ini perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang sangat cepat. Dalam hal ini internet menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan internet pun terus meningkat hari demi hari. Perkembangan internet ini berdampak pula pada perkembangan bisnis sehingga bisnis dapat meluas menjadi lebih menarik dan populer. Bisnis yang memanfaatkan internet serta penggunaan teknologi dapat dikatakan sebagai bisnis digital. Menurut Puspa Rani dan Diana Rahmawati dalam (Fahmi et al., 2019) bisnis digital atau yang biasa dikenal sebagai *e-business* merupakan sebuah pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi oleh suatu organisasi, individu maupun pihak lain yang terlibat dalam usaha menjalankan proses utama bisnis sehingga dapat menghasilkan rasa aman, fleksibilitas, integrasi, efisiensi, optimalisasi dan peningkatan produktivitas juga keuntungan. Dalam penerapannya, *e-business* dapat memberikan untung ataupun rugi bagi pelaku bisnis. Dengan



adanya revolusi industri yang terus berubah dengan cepat, bisnis digital pun berkembang seiring dengan perkembangan revolusi industri.

Menurut Bahrin dalam (Hendarsyah, 2019) industri 4.0 dikenal dengan zaman *cyber physical systems*. Artinya perkembangan internet dalam industri ini sangat pesat sehingga sistem saling berhubungan dan memiliki peran yang besar dalam membuat sesuatu yang berhubungan dengan teknologi informasi ke dalamnya dan akhirnya menambah nilai pada proses manufaktur. Menurut Rojko dalam (Hendarsyah, 2019) juga mengatakan bahwa konsep dasar industri 4.0 pertama kali dipresentasikan di pameran Hannover, Jerman pada tahun 2011. Menurut Andreja dalam (Wulandari et al., 2019) revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* adalah gerakan konkret tentang perkembangan informasi dan teknologi yang semakin canggih. Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* memiliki dasar yang berbeda, tetapi dengan core yang sama yaitu teknologi.

Masa menuju *Society 5.0* ditandai dengan adanya perkembangan Artificial Intelligence, Robotics, Automation, Big Data, serta Internet of Things. *Society 5.0* ini mengandalkan proses integrasi yang baik antara dunia nyata di mana manusia berada dengan dunia maya di mana informasi disimpan dengan memanfaatkan teknologi. Pemanfaatan ini didasari oleh revolusi industri 4.0 dan berbagai teknologi yang menjadi dasarnya.

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu pertama penelitian ini menjabarkan tentang perkembangan bisnis digital. Kedua, mengidentifikasi tantangan dan peluang bisnis digital. Ketiga, menjelaskan kelebihan kekurangan dan kelebihan bisnis digital di era 5.0. Keempat, menjelaskan strategi menjalankan bisnis digital di era 5.0. Dari uraian-uraian yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi “Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era *Society 5.0*”.

KAJIAN PUSTAKA

Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan bisnis yang memanfaatkan teknologi dalam menjalankannya. Bisnis digital berawal dari kelakuan manusia yang terus menerus melakukan perkembangan teknologi sehingga setiap sektor kehidupan berganti menjadi digital. *E-commerce* adalah salah satu contoh umum dari bisnis digital. Keberadaan *e-commerce* kini telah melekat pada setiap lapisan kehidupan. Dari bangun tidur hingga tertidur kembali, manusia selalu dihadapkan dan didampingi oleh *e-commerce* guna memenuhi semua kebutuhan (Hikmah, N, 2021). Digitalisasi bisnis yang berkembang juga berdampak pada aspek ekonomi. Keterkaitan digitalisasi pada model bisnis bermacam-macam. Misalnya, teknologi digital berpeluang dalam pergeseran batas perusahaan ke sistem yang lebih kolaboratif sehingga sumber daya dan kemampuan perusahaan menjadi terhubung, modelnya dapat digunakan dalam satu komponen yang sama, dan efisien menurut El Sawy dan Pereira dalam (Budiarta et al., 2020).

Perkembangan Revolusi Industri

Pada tahun 1800-an Revolusi Industri 1.0 dimulai. Ditandai dengan adanya mesin bertenaga air dan uap yang dikembangkan guna membantu para pekerja. Periode ini telah terjadi transisi dari pekerjaan manual ke proses manufaktur. Awalnya aktivitas produksi hanya barang dan kebutuhan merupakan milik pribadi, keluarga, atau lingkungan sekitarnya. Namun, kemampuan produksi meningkat, bisnis dan produksinya pun meningkat hingga menjadi sebuah organisasi yang meliputi pemilik, manajer, dan pekerja. Pada awal abad ke-20 Revolusi 2.0 dimulai, dimana listrik menjadi sumber daya paling utama dikarenakan mudah dalam penggunaannya dibandingkan air dan uap. Rancangan mesin diubah menjadi lebih portable, yakni dapat dipindahkan dengan mudah dan bahkan dapat dibawa kemana-mana (Zubaidah, 2019).



Digitalisasi menjadi penanda dimulainya Revolusi Industri 3.0. Revolusi Industri 3.0 ditandai dengan munculnya berbagai produk yang diproduksi pada jalur yang fleksibel dengan menggunakan mesin yang dapat diprogram. Sistem terintegrasi diganti menjadi komputer yang dapat memungkinkan manusia dalam merencanakan, menjadwalkan, dan melacak aliran produk dalam pabrik. Pada abad ke-21, Internet digunakan pada Revolusi Industri 4.0 secara terintegrasi dengan teknik manufaktur yang memungkinkan sistem berbagi informasi, menganalisis, dan menggunakan informasi tersebut secara canggih dan kompleks. Dilihat dari kompleksitasnya, perubahan akibat Revolusi Industri 1.0 menuju 4.0 semakin kompleks (Zubaidah, 2019).

Masa era Society 5.0

Society 5.0 atau Masyarakat 5.0 adalah suatu konsep teknologi masyarakat yang berpusat kepada manusia yang bekerjasama dengan teknologi *Artificial Intelligence* juga *Internet of Things* (Rosmida, 2019). Kerjasama ini dilakukan sebagai upaya menemukan penyelesaian masalah sosial yang tergabung dalam ruang dunia maya dan nyata. Konsep *Society 5.0* juga menjelaskan bahwa setiap hal yang dilakukan manusia akan sangat bergantung pada teknologi, manusia juga terhubung ke internet dan itu menjadi gaya hidup mereka. Teknologi menjadi kebutuhan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dan semua hal sudah terintegrasi dengan *Smartphone*. Manusia dalam era *Society 5.0* tidak mau melakukan transaksi bisnis dengan cara tradisional, karena hidupnya bergantung pada teknologi sehingga dalam era ini *e-commerce* menjadi media yang sangat diminati dalam melakukan transaksi bisnis (Hendarsyah, 2019).

Manusia pada era ini akan menjadi objek inovasi (Mumtaha & Khoiri, 2019). Hal ini dilakukan dengan teknologi dan informasi yang dilengkapi pengolahan *big data* dan *AI*, proses ini akan mempermudah berbagai usaha pemenuhan kebutuhan manusia. *Society 5.0* juga menyebabkan perubahan pada perilaku sosial dan ekonomi masyarakat. Perubahan ekonomi ini dapat dilihat dari munculnya pelaku bisnis dan pengguna *e-commerce* di Indonesia. Kemajuan teknologi dan informasi dalam era *Society 5.0* dan juga perubahan perilaku manusia yang lebih menyukai melakukan transaksi dengan teknologi terbukti dari munculnya berbagai aplikasi *e-commerce* di Indonesia.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Aco & Endang, 2017) tentang Analisis Bisnis *E-commerce* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa era digital seperti zaman sekarang, sudah banyak perusahaan–perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis *e-commerce* sehingga dapat menumbuhkan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Akan tetapi, kasus–kasus seperti penipuan, penyalahgunaan informasi, pembobolan dan masih banyak pelanggaran lainnya sehingga sebagian masyarakat masih ragu–ragu menggunakan dan menjalankan bisnis *e-commerce*.

Faktor yang membuat masyarakat banyak menggunakan bisnis *e-commerce* adalah dari kenyamanan transaksi, kemudahan dalam melakukan proses pembelian, dan efisiensi lainnya dalam membantu pekerjaan manusia. Bahkan terdapat beberapa orang yang beranggapan bahwa bisnis *e-commerce* ini sangat baik jika dilihat dari kemudahan proses pembelian. Hal ini disebabkan karena bisnis *e-commerce* sangat membantu masyarakat karena tidak perlu meninggalkan tempat untuk berbelanja. Bisnis *e-commerce* menggunakan teknologi internet yang dapat mendukung aktivitasnya. Pada era *Society 5.0* memperoleh inovasi tentang penggunaan teknologi 5G sehingga terdapat kemudahan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang berbasis teknologi. Era *Society 5.0* juga mendukung dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi bisnis. Maka dari itu, *e-commerce* dan *Society 5.0* memiliki hubungan dan tujuan yang sama.



METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode konseptual (*Conceptual Approach*). Menurut (Yalman, 2018) Penelitian konseptual merupakan penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu suatu kajian menggunakan literatur kepustakaan dengan cara mempelajari buku-buku, kitab-kitab hingga informasi lainnya yang ada relevansinya dengan ruang lingkup dalam pembahasan. Dalam penggunaan metode konseptual tidak membutuhkan responden, wawancara, ataupun kuesioner karena hanya menggunakan literatur penelitian terdahulu. Literatur yang peneliti gunakan berbasis literatur terbaru sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penggunaan metode konseptual ini dikarenakan peneliti hanya memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Bisnis Digital

Sejak 20 tahun yang lalu, bentuk e-business telah menerapkan Teknologi digital. Awalnya teknologi ini lebih banyak digunakan oleh pasukan militer. Namun, dalam perkembangannya pemanfaatan teknologi digital ini juga dimanfaatkan oleh perusahaan hingga masyarakat umum (Fahmi et al., 2019). Penggunaan teknologi ini bertujuan untuk menjadikan semua pekerjaan dan aktivitas menjadi lebih efisien dan efektif. Bidang ekonomi pun terkena dampak dari adanya teknologi yang semakin canggih ini. Kegiatan bisnis menjadi salah satu contoh hal yang terkena dampak dari adanya perkembangan teknologi. Semula berbisnis dilakukan secara tatap muka langsung, tetapi dengan adanya perkembangan teknologi internet yang ada kegiatan bisnis pun menjadi lebih efisien tanpa harus bertemu secara langsung. Perubahan kegiatan bisnis tersebut disebut sebagai bisnis digital. Bisnis digital atau yang disebut juga dengan *e-business* adalah penggunaan teknologi internet untuk mengubah proses bisnis utama.

Menurut (Sudarso et al., 2020) bentuk-bentuk terbaru dari manajemen dan kontrol dimungkinkan oleh teknologi informasi, baik dalam organisasi maupun antar organisasi. Teknologi informasi memungkinkan secara bersamaan mengkoordinasikan aktivitas ekonomi pada banyak lokasi berbeda dan di luar batas organisasi tradisional. Hal ini memperkenalkan organisasi untuk membuat struktur baru, semacam organisasi jaringan atau virtual yang lebih fleksibel dan efisien, keterampilan serta pengalaman pekerja terbaik dimanfaatkan, dan banyak biaya terkait dalam menjalankan organisasi hierarki dan kaku tradisional dihilangkan. Pada tingkat bisnis, organisasi tak lagi dipandang sebagai entitas individu tetapi dipandang sebagai bagian dari jaringan organisasi yang terintegrasi di mana peran kunci dimainkan oleh teknologi informasi dan komunikasi dalam memperlancar transaksi serta usaha kolaboratif antar mitra. Internet telah memungkinkan dalam bertukar informasi, produk, dan layanan di seluruh dunia tanpa batasan waktu dan jarak. Hal tersebut telah memunculkan konsep organisasi ‘tanpa batas’ (Sudarso et al., 2020).

Revolusi Industri 4.0 terfokus di industri manufaktur terotomatisasi cerdas dan berkembang pada banyak sektor sehingga hal ini dapat membuat produk yang banyak serta berkualitas pada berbagai sektor. Hal ini dapat mempengaruhi peningkatan transaksi bisnis khususnya pada *e-commerce*. Dimana *marketplace* semakin kompleks dan canggih yang membuat banyak perusahaan tumbuh dan roda perekonomian semakin berputar (Hendarsyah, 2019). Kegiatan bisnis berkembang dengan luas melalui teknologi, seperti kegiatan pemasaran yang memanfaatkan konten di media sosial maupun *web*. Kemudian kegiatan bisnis pun menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan teknologi yang maju. Selain itu, pada era ini pembayaran pun sudah bertransformasi menjadi pembayaran *online*, bahkan sudah tersedia banyak dompet digital.



Menurut (Danuri, 2019) Jepang mencanangkan *Society 5.0*, dengan konsep dasar dan aktivitas tipikal *Society 5.0* yang meliputi Transformasi Digital di era baru, di mana globalisasi dan evolusi berjalan dengan cepat pada teknologi digital seperti *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI) dan robotika sehingga terjadi perubahan yang signifikan bagi masyarakat, lingkungan dan nilai-nilai di masyarakat semakin beragam dan kompleks. Menurut COJG (Hendarsyah, 2019) Hal yang ditekankan pada era *Society 5.0* ini adalah keseimbangan kemajuan ekonomi dan penyelesaian masalah sosial dapat diadaptasi oleh manusia dengan penggunaan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan dunia fisik. Dengan adanya konsep era *Society 5.0* memungkinkan bisnis digital berkembang dan berinovasi lebih cepat. Dalam era *Society 5.0* ini penggunaan *Internet of Things* hingga robotika akan memberikan dampak yang signifikan. Pemanfaatan *Internet of Things* pada tahun 2021 di Indonesia meningkat pesat. Hal tersebut sesuai dengan prediksi Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) yang memprediksi bahwa di tahun 2021 perkembangan *Internet of Things* akan semakin banyak dan luas.

Dengan adanya peningkatan pemanfaatan *Internet of Things*, membuat para pebisnis harus lebih berinovatif dalam mengembangkan bisnis di era *Society 5.0*. Kemudian, mereka juga dapat mengembangkan bisnis mereka secara luas di dalam media sosial karena dengan perilaku masyarakat Indonesia yang lebih sering mengakses media sosial dapat lebih mudah untuk menarik perhatian agar mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Para pebisnis juga harus meningkatkan jalinan kemitraan guna untuk memperoleh modal ataupun bahan baku dalam menjalankan bisnis. Mereka juga harus beradaptasi dengan cepat dengan segala perubahan yang ada. Jika para pebisnis tidak menerapkan konsep bisnis digital di era sekarang, maka akan sulit untuk berkembang dan beradaptasi dengan adanya perubahan dan perkembangan yang ada dan lebih buruknya bisnis yang mereka jalani lama-kelamaan akan hilang.

Peluang dan Tantangan Bisnis Digital di Era *Society 5.0*

Bisnis digital terutama pada era *Society 5.0* di mana yang memungkinkan terjadinya transaksi ekonomi di antara pihak-pihak terlibat tanpa harus bertemu secara langsung. Bisnis digital dalam hal ini memiliki berbagai peluang. Media *online* yang terus berkembang merupakan salah satu peluang bisnis digital, di Indonesia jumlah pengguna media sosial Facebook saja sudah mencapai angka 42,5 juta atau tertinggi keempat di dunia. Berdasarkan kondisi ini pelaku bisnis digital dapat mempromosikan dan menjual barangnya melalui media *online* yang terbukti digunakan banyak orang, hal ini juga berarti pelaku bisnis digital dapat menjangkau *audience* yang lebih luas dibandingkan pelaku bisnis konvensional luas. Pasar yang dapat dimasuki oleh produk milik pelaku bisnis digital dapat mencapai tingkat lokal, regional dan nasional (Fahmi et al., 2019).

Pelaku bisnis digital berskala kecil tidak perlu merasa takut jika ingin membangun usaha. Dalam era *Society 5.0* di mana masyarakat hidup bergantung pada teknologi, akan sangat banyak peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan. Sehingga masing-masing pelaku bisnis digital berskala kecil dan besar dapat bersaing dan berkembang, selama mereka mampu memanfaatkan kesempatan tersebut dengan cara kreatif dan inovatif (Sundari, 2019). Selain itu, dalam membangun bisnis digital modal yang dibutuhkan juga tidak besar. Karena dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha tidak membutuhkan tempat berjualan secara fisik yang dapat membutuhkan biaya lebih (Nofriansyah et al., 2020).

Bisnis digital dapat dilakukan dengan mudah. Hal ini dapat terjadi karena hadirnya berbagai *platform* belanja *online* seperti Lazada, Tokopedia dan Shopee (Nofriansyah et al., 2020). Kemudahan lainnya adalah pelaku bisnis digital perlu berhadapan dengan dokumen legalitas yang rumit dibandingkan bisnis konvensional. Namun dalam penerapannya, bisnis digital juga tidak terlepas dari berbagai tantangan. Bisnis digital memiliki tantangan dari berbagai aspek, seperti transformasi digital yang dapat memberikan hambatan dan keraguan



untuk maju apabila pelaku bisnis tidak mampu mengikutinya (Fajrillah et al., 2020). Selain itu perubahan pasar yang cepat dan semakin beragam mengharuskan pelaku bisnis digital untuk dapat membuat inovasi dan memiliki sikap kreatif. Masyarakat yang selalu berubah, baik dari aspek perilaku, kebiasaan, selera dan keinginan yang semakin kompleks. Pemilik bisnis digital harus bisa berpikir *out of the box* untuk dapat menghasilkan produk yang unik dan mendorong pertumbuhan usaha.

Dalam menjalankan bisnis digital sumber daya manusia yang baik akan sangat penting untuk keberlangsungan usaha, sehingga pemilik harus memilih pekerja yang berkompentensi dan memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk kegiatan usahanya (Fajrillah et al., 2020). Selain itu, persaingan usaha yang tinggi dapat terjadi karena berbagai pelaku bisnis digital terhubung dalam saluran dengan menyediakan produk yang sama. Jika pemilik tidak mengikuti perubahan teknologi dan membuat inovasi, pemilik usaha dapat tertinggal dibanding kompetitornya. Kemudian dapat terjadi penurunan kontrol pemilik atas karyawannya karena dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan komunikasi jarak jauh lebih sering terjadi.

Kelebihan dan Kekurangan dalam Menjalankan Bisnis Digital

Bisnis digital memiliki kelebihan dan kekurangan, berikut merupakan kelebihan dari adanya bisnis menurut Suyanto dalam (Akbar & Alam, 2020) yakni. Bisnis digital dapat memperluas pemasaran baik skala nasional maupun internasional. Hal ini dapat memperluas jangkauan pembeli yang berada di luar negeri sehingga produk-produk dalam negeri juga dapat dikenal oleh negara lain dan dapat menguasai pasar internasional. Bisnis digital dapat membantu untuk mengurangi biaya-biaya yang berkaitan dengan operasional perusahaan karena dapat digantikan oleh sistem. Efisiensi dalam pengurangan modal dapat diterapkan untuk biaya pembuatan, pemrosesan, distribusi, penyimpanan, dan pengambilan informasi menggunakan kertas. Biaya-biaya yang kurang penting dapat menekan pengeluaran yang berlebih.

Bisnis digital memberikan akses pembelian tanpa batas. Artinya, bisnis tersebut memungkinkan pelanggan untuk berbelanja dan berinteraksi selama 24 jam dalam sehari oleh penjual. Produk yang dipasarkan dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat tanpa memandang batas lokasi sehingga semua kalangan dapat menikmati produk yang dipasarkan dengan mudah dan memiliki kesempatan yang sama. Bisnis digital dapat membuat pekerjaan seseorang semakin efisien. Artinya seseorang yang bekerja dalam industri tersebut tidak perlu bekerja di dalam ruangan dan konsumen juga tidak harus pergi keluar untuk berbelanja. Hal ini sebagai salah satu solusi untuk mengurangi polusi udara di suatu negara. Bisnis Digital menawarkan dan memberikan berbagai macam variasi produk dari berbagai macam vendor. Pembeli dapat memilih banyak tipe produk dan rentang harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginannya masing-masing.

Kekurangan adanya bisnis digital menurut Wardhana dalam (Purwana et al., 2017). Berbagai macam bisnis yang berkembang, rentan ditiru oleh pesaing. Apalagi jika inovasi bisnis dengan model terbaru dan belum pernah ada ide yang unik. Misalnya, ada inovasi tentang *dropship* yang menjamur di berbagai marketplace. Dropship adalah suatu sistem penjualan di mana seorang penjual hanya memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu membeli atau menyetok barang. Bisnis digital juga memiliki risiko disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Biasanya oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penipuan dengan mengatasnamakan seseorang atau suatu usaha dalam menjalankan misinya. Jika seorang pebisnis tersandung dalam suatu kasus, maka dampaknya akan menurunkan popularitas suatu usaha.

Reputasi pebisnis dapat dipertaruhkan apabila suatu usaha yang melayani klien atau pembeli direspon kurang baik. Akibatnya, usaha tersebut kurang dipercaya dan klien atau pembeli justru enggan dalam bekerja sama dengan pebisnis tersebut. Maka dari itu, etika dalam



berbisnis digital harus ditanamkan demi menjaga nama usaha. Bisnis digital ini memiliki batasan dari usia penggunanya. Biasanya yang memiliki euphoria dalam menggunakan bisnis digital yaitu mulai dari rentang umur 18--40 tahun. Selain itu, gagap teknologi juga menjadi hambatan dalam bisnis digital ini karena bisnis ini dapat dinikmati melalui internet. Jika masyarakat tidak dapat mengikuti perkembangan zaman, maka masyarakat tidak dapat merasakan sensasi dan menikmati hasil dari berbisnis digital. Hal ini yang menjadi hambatan bagi pebisnis untuk memperluas kesempatan pemasaran produknya.

Kelebihan dalam bisnis digital ini perlu untuk dijaga dan senantiasa dikembangkan inovasinya. Era *Society 5.0* merupakan era yang memberikan banyak manfaat, kemudahan, dan efisiensi dalam pemenuhan kebutuhan. Inovasi terbaru harus digaungkan, masyarakat harus bisa beradaptasi pada era ini. Untuk menyiasati hambatan, masyarakat harus mau menerima perubahan dan terus belajar atas teknologi yang terus berkembang. Apabila masyarakat enggan untuk menerima perubahan, maka peluang suatu produk yang baru dan berkualitas akan kalah saing dengan produk luar negeri yang menguasai pasar global.

Strategi Menjalankan Bisnis Digital Era *Society 5.0*

Dalam menghadapi era *Society 5.0* tentunya pemanfaatan bisnis digital mempunyai hambatan dan tantangan. Tantangan tersebut dapat diatasi dengan menerapkan strategi yang cerdas agar bisnis yang dijalankan terus berlanjut. Strategi dalam mengembangkan bisnis pun harus memperhatikan peluang, kebutuhan masyarakat, dan model bisnis yang akan berjalan dengan lancar. Menurut (Nugraha & Wahyuhastuti, 2017) pelaku dalam bisnis digital harus lebih banyak mencari tahu mengenai cara dalam mendapat keuntungan yang berasal dari Bergeraknya informasi tentang *trend* barang dan jasa. Pengembangan bisnis digital hampir mirip dengan bisnis fisik pada umumnya, caranya adalah dengan pemasaran.

Adapun strategi bisnis digital yang perlu diterapkan, pertama memperhatikan kualitas produk dan menyesuaikan karakteristik pasar. Dengan adanya kualitas yang baik dan sesuai dengan peminat maka bisnis pun akan berjalan dengan lancar. Namun, para pebisnis juga harus memperhatikan kualitas dari kompetitor, berusaha untuk membuat produk yang unik dan lebih berkualitas. Tujuannya adalah untuk menarik minat konsumen lebih banyak dan mendapat keuntungan yang lebih banyak.

Kedua, kreatif dan inovatif. Para pebisnis haruslah mengasah keterampilan seperti mengembangkan produk ataupun jasa menjadi lebih kreatif dan inovatif. Orang-orang di zaman sekarang ini lebih mudah bosan. Maka untuk mengatasi hal tersebut, para pebisnis dapat menyalurkan kreatifitas di dalam produk yang akan dijual.

Ketiga, memiliki keunikan dalam hal pemasaran. Untuk menarik perhatian banyak orang, para pebisnis juga dapat memikirkan secara kritis mengenai pemasaran atau *marketing*. Pada dasarnya orang-orang lebih tertarik dengan cara pemasaran yang unik dan *to-the-point*. Pemasaran dapat dibuat dengan simple dan unik serta langsung menuju pada point yang ingin disampaikan. Pemasaran dapat dilakukan di media sosial *online* yang mana pengguna media sosial terus meningkat dari tahun ke tahun. Kemudian penting dalam menentukan target pemasaran, tujuannya adalah agar lebih mudah menjangkau konsumen.

Keempat, adanya pelatihan dan recruitment tenaga kerja yang kompeten. Dengan adanya perkembangan teknologi dan juga internet, perlu diperhatikan pula untuk struktur organisasi di dalamnya. Teknologi yang semakin berkembang pastinya memudahkan para pebisnis untuk melakukan pekerjaan agar menjadi lebih mudah. Namun, teknologi yang ada belum tentu dikuasai oleh para tenaga kerja. Maka dari itu penting untuk melatih mereka agar dapat mengoperasikan teknologi dengan baik. Kemudian jika memang butuh tambahan tenaga kerja, carilah tenaga kerja yang kompeten dengan memberikan kualifikasi syarat agar dapat bergabung.



Dengan adanya strategi yang dilakukan oleh para pebisnis untuk menghadapi era *Society 5.0* dapat meminimalisir kerugian yang ada dan bisnis digital mereka akan terus mengalami kemajuan serta tidak hilang begitu saja.

PENUTUP

Berdasarkan riset yang peneliti lakukan melalui kajian literatur yang didapatkan, kegiatan pada era *Society 5.0* yang dilakukan manusia akan sangat bergantung pada teknologi. Dalam era *Society 5.0* ini penggunaan *Internet of Things* hingga robotika akan memberikan dampak yang signifikan. Dengan adanya peningkatan pemanfaatan *Internet of Things*, membuat para pebisnis harus lebih berinovatif dalam mengembangkan bisnis di era *Society 5.0*. Bisnis digital terutama pada era *Society 5.0* di mana yang memungkinkan terjadinya transaksi ekonomi di antara pihak-pihak terlibat tanpa harus bertemu secara langsung. Selain itu perubahan pasar yang cepat dan semakin beragam mengharuskan pelaku bisnis digital untuk dapat membuat inovasi dan memiliki sikap kreatif.

Bisnis digital dalam perkembangannya selalu menemukan peluang dan tantangan. Peluang dari bisnis digital ini adalah pelaku bisnis digital dapat mempromosikan dan menjual barangnya melalui media *online* dan platform *online* yang terbukti digunakan banyak orang, hal ini juga berarti pelaku bisnis digital dapat menjangkau audience yang lebih luas dibandingkan pelaku bisnis konvensional. Pelaku bisnis digital berskala kecil dan besar dapat bersaing dan berkembang, selama mereka mampu memanfaatkan kesempatan tersebut dengan cara kreatif dan inovatif. Selain itu, dalam membangun bisnis digital modal yang dibutuhkan juga tidak besar karena pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sewa tempat. Kemudian bisnis digital memiliki tantangan dari berbagai aspek, seperti transformasi digital yang dapat memberikan hambatan dan keraguan untuk maju apabila pelaku bisnis tidak mampu mengikutinya. Selain itu perubahan pasar yang cepat dan semakin beragam mengharuskan pelaku bisnis digital untuk dapat membuat inovasi dan memiliki sikap kreatif. Pemilik bisnis digital harus bisa berpikir *out of the box* untuk dapat menghasilkan produk yang unik dan mendorong pertumbuhan usaha. Persaingan usaha yang tinggi dapat terjadi karena berbagai pelaku bisnis digital terhubung dalam saluran dengan menyediakan produk yang sama.

Dalam pelaksanaannya bisnis digital masih memiliki kekurangan dan kelebihan. Kelebihan dari adanya bisnis yang memanfaatkan teknologi digital adalah bisnis digital dapat memperluas pemasaran baik skala nasional maupun internasional. Kemudian, Bisnis digital dapat membantu untuk mengurangi biaya-biaya yang berkaitan dengan operasional perusahaan karena dapat digantikan oleh sistem. Bisnis digital juga memberikan akses pembelian tanpa batas. Artinya, bisnis tersebut memungkinkan pelanggan untuk berbelanja dan berinteraksi selama 24 jam dalam sehari oleh penjual. Bisnis digital juga membuat pekerjaan menjadi lebih efisien sehingga dapat bekerja dalam waktu yang lebih cepat. Akibatnya, produk yang diproduksi pun akan semakin beragam dan bervariasi serta sesuai dengan permintaan pasar. Kemudian, bisnis digital juga masih memiliki kekurangan seperti rentan ditiru oleh pesaing dan memiliki risiko disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab.

Era *Society 5.0* merupakan era yang memberikan banyak manfaat, kemudahan, dan efisiensi dalam pemenuhan kebutuhan. Inovasi terbaru harus digaungkan, masyarakat harus bisa beradaptasi pada era ini. Untuk menyiasati hambatan, masyarakat harus mau menerima perubahan dan terus belajar atas teknologi yang terus berkembang. Adapun strategi bisnis digital yang perlu diterapkan diantaranya, pebisnis perlu memperhatikan kualitas dan menyesuaikan karakteristik pasar; kreatif dan inovatif; memiliki keunikan dalam hal pemasaran; dan pelatihan dan recruitment tenaga kerja yang kompeten.



DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis *E-commerce* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1).
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Ayu, G. M. (2020). Perkembangan dan Penggunaan IoT di Indonesia Tahun 2021 Diprediksi Meningkat. <https://www.cloudcomputing.id/berita/perkembangan-dan-penggunaan-iot-di-indonesia> diakses pada tanggal 15 November 2021 pukul 14.45 wib.
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *INFOKAM*, 15(2).
- Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019, October). Analisis E-business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). In *prosiding seminar nasional kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 71-75).
- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A. & Simarmata, J. (2020). *Smart entrepreneurship: peluang bisnis kreatif & inovatif di era digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hendarsyah, D. (2019). *E-commerce* di Era industri 4.0 dan *Society* 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), hlm. 171-184.
- Hikmah, N. N. (2021, November 5). Strategi Bisnis Digital. <https://doi.org/10.31219/osf.io/k247f>
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Jurnal Pilar Teknologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2).
- Nofriansyah, D., Jatiningrum, C., Siregar, M. N. H., Butarbutar, N., Abadi, S., Jamaludin, J. & Hutahaean, J. (2020). *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis.
- Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start up Digital Business: Sebagai Solusi Penggerak Wirausaha Muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), hlm. 1-9.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), hlm. 1-17.
- Rosmida, R. (2019). Transformasi Peran Akuntan dalam Era Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Era *Society* 5.0. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 206-212.
- Sudarso, A., Purba, B., Ardiana, D. P. Y., Manullang, S. O., Karim, A., Purba, P. B., ... & Septarini, R. S. (2020). *Konsep E-Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. Dalam Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar.
- Wulandari, C., & Hisyam, I. N. (2019, December). Analisis Relevansi Kompetensi Guru di Era Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0. In Seminar Nasional Pendidikan Dasar (Vol. 4, No. 1, pp. 46-53).
- Yalman, H. (2018). *Penganiayaan Berat dan Fitnah Sebagai Penghalang Menerima Warisan Menurut Hukum Islam (Studi Terhadap Pasal 173 KHI)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).



Zubaidah, S. (2019, September). Pendidikan biologi dalam perkembangan revolusi industri. In *Seminar Nasional Pendidikan Biologi dengan Tema “Biologi di Era Revolusi Industri* (Vol. 4, pp. 1-22).