



# KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

## **PENULIS:**

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma,  
Mardhiyaturrositaningsih, Julina,  
Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho,  
Susan Rachmawati, Utari Evy Cahyani,  
Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh,  
Lia Mazia, Nurvi Oktiani, Diah Wulandari,  
Muhammad Iqbal.

## **EDITOR:**

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.  
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.

# **KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL**

## **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

### **Lingkup Hak Cipta Pasal 1**

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### **Ketentuan pidana Pasal 113**

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

## Penulis:

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma, Mardhiyaturrositaningsih,  
Julina, Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho,  
Susan Rachmawati, Utari Evy Cahyani,  
Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, Lia Mazia, Nurvi Oktiani,  
Diah Wulandari, Muhammad Iqbal

## Editor:

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.  
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Lhokseumawe**

# KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

## Penulis:

Ifelda Nengsih, Alan Budi Kusuma, Mardhiyaturrositaningsih, Julina,  
Kudiantoro Widiyanto, Anton Priyo Nugroho, Susan Rachmawati,  
Utari Evy Cahyani, Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, Lia Mazia,  
Nurvi Oktiani, Diah Wulandari, Muhammad Iqbal

## Editor:

Zulfikar, S.Sos., M.S.M.  
Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.

## ISBN:

978-623-88237-7-2

## Desain Cover:

Zul Badri

Cetakan Pertama:

**Oktober 2022**

---

---

Hak cipta dilindungi undang-undang.  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini  
tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

## PENERBIT:

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKSEUMAWA**

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)

Nomor: 005.152.1.3.2022

Jl. Medan-Banda Aceh Km. 275, No. 1, Bukit Rata, Alue Awe  
Lhokseumawe 24352, Aceh, Indonesia

Email: [penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id](mailto:penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id)

<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

# Kata Pengantar

*Hamdan wa syukran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.*

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan berbagai nikmatnya kepada kita semua, terutama kepada tim inisiator, para penulis, tim editor serta berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga buku ini dapat terselesaikan dan diterbitkan. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Saw. semoga kita semua mendapatkan syafaatnya, *aamiin ya Rabbal 'alamin.*

Berkembangnya teknologi di dunia telah membuka era digital baru, termasuk dalam dunia keuangan dan bisnis. Guna menyiasati tidak menurunnya omzet, tak jarang mereka berlomba-lomba untuk melakukan sebuah inovasi dengan menggunakan piranti-piranti digital. Bagi sebagian pengusaha atau wirausahawan, bergantung pada teknologi bisa saja menciptakan peluang baru yang artinya juga harus siap untuk lebih kompetitif dengan para pesaing. Hal itu termasuk pada penggunaan sistem keuangan berbasis digital.

Digitalisasi yang telah menjadi bagian dari hidup manusia, perlahan menjadi model baru dalam sektor keuangan dan bisnis. Digitalisasi bahkan menjadi gaya hidup manusia, sebagaimana menandakan ciri manusia mulai memasuki *Era Society 5.0.*

Buku Keuangan dan Bisnis digital ini merupakan buku fundament yang memberikan informasi dan pengetahuan terkini tentang keuangan dan bisnis digital. Ditulis oleh 13 orang akademisi yang berasal dari 8 Perguruan Tinggi yang berbeda-beda. Secara umum buku ini mengkaji tentang Pengantar Bisnis, Hukum Bisnis, Lingkup Keuangan dan

Bisnis Digital, Perilaku Konsumen, Revolusi Keuangan dan Bisnis Digital, *Financial Technology*, Pemasaran Melalui Jaringan Internet, *Digital Entrepreneurship*, Strategi Bisnis Digital, Pengembangan Ide dan *Design Thinking*, Model Bisnis, Peran Lembaga Keuangan serta Peran Pemerintah Pada Sektor Keuangan dan Bisnis Digital.

Kami berharap buku yang berada di tangan Anda saat ini dapat meng-*upgrade* pengetahuan dalam bidang keuangan dan bisnis digital yang semakin hari semakin berkembang serta mampu memberikan khazanah keilmuan dari sudut pandang yang berbeda.

Lhokseumawe, 30 September 2022 M  
4 Rabiul Awal 1444 H

**H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA**  
*Kepala UPT. Penerbit FEBI – IAIN Lhokseumawe*

# Kata Pengantar Editor

*Alhamdulillah 'ala kulli haal,*

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli 'ala Sayyidina Muhammad wa 'ala ali Sayyidina Muhammad.*

Perkembangan sektor keuangan dan bisnis yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif pada suatu negara, salah satunya dampak positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan keuangan dan bisnis digital, karena mendapatkan bonus demografi.

Model bisnis secara digital merupakan model bisnis baru yang mengedepankan kemudahan, secara cepat diterima oleh masyarakat dan disertai kemunculan pemain baru yang mulai mengubah wajah industri. Perubahan model bisnis melalui transformasi digital menjadi pilihan strategis bagi pemain lama dalam menghadapi konsumen yang menuntut layanan baru yang serba cepat, mudah, dan murah dalam *platform* digital.

Digitalisasi telah mengubah lanskap ekonomi-keuangan di negeri ini. Ekonomi digital di Indonesia memang dapat membawa banyak dampak positif, namun tantangan yang dihadapi juga sangat besar. Untuk itu buku ini hadir dalam rangka memberikan informasi mendasar kepada para pembaca dan diharapkan meningkatkan literasi dalam bidang keuangan dan bisnis digital.

Kami berterima kasih kepada UPT. Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – IAIN Lhokseumawe yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menjadi

penyunting dalam buku yang informatif ini. Semoga buku ini memberikan *maslahat* bagi masyarakat luas, mampu memberikan pemahaman yang utuh kepada para pembaca dan memberikan informasi perkembangan digitalisasi dalam bidang keuangan dan bisnis.

Lhokseumawe, 30 September 2022

Editor,

**Zulfikar, S.Sos., M.S.M.**

**Hartanti Dewi, S.S.T., M.M.**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR EDITOR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>PENGANTAR BISNIS</b> .....	1
<i>Ifelda Nengsih, SEI., MA., CRP., CIB.</i> <i>(FEBI – UIN Mahmud Yunus Batusangkar)</i>	
<b>HUKUM BISNIS</b> .....	24
<i>Alan Budi Kusuma, SE. MM. (FEB – UBSI)</i>	
<b>LINGKUP KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL</b> .....	33
<i>Mardhiyaturrositaningsih, M.E. (FEBI – UIN Semarang)</i>	
<b>PERILAKU KONSUMEN</b> .....	49
<i>Dr. Julina, SE., M.Si.</i> <i>(Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial – UIN Suska Riau)</i>	
<b>REVOLUSI KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL</b> .....	74
<i>Kudiantoro Widiyanto, M.Kom.</i> <i>(Fakultas Teknil dan Informatika – UBSI)</i>	
<b>FINANCIAL TECHNOLOGY</b> .....	91
<i>Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM</i> <i>(Fakultas Ilmu Agama Islam – Universitas Islam Indonesia)</i>	
<b>PEMASARAN MELALUI JARINGAN INTERNET</b> .....	113
<i>Susan Rachmawati, SE, MMSI. (FEB – UBSI)</i>	

<b>DIGITAL ENTREPRENEURSHIP</b> .....	128
<i>Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. (FEBI – UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan)</i>	
<b>STRATEGI BISNIS DIGITAL</b> .....	149
<i>Nur Aini Fitriya Ardiani Aniqoh, MBA., CFP (FEBI - UIN Walisongo Semarang)</i>	
<b>PENGEMBANGAN IDE DAN DESIGN THINKING</b> .....	173
<i>Lia Mazia, S.Kom., MMSI. (FEB – UBSI)</i>	
<b>MODEL BISNIS</b> .....	182
<i>Nurvi Oktiani, S.E, M.M. (FEB – UBSI)</i>	
<b>PERAN LEMBAGA KEUANGAN</b> .....	194
<i>Diah Wulandari, M.Si. (FEBI – IAIN Palangka Raya)</i>	
<b>PERAN PEMERINTAH PADA SEKTOR KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL</b> .....	205
<i>Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I. (FEBI – UIN Raden Intan Lampung)</i>	

# REVOLUSI KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

**Kudiantoro Widiyanto, M.Kom.**

Fakultas Teknik dan Informatika  
Universitas Bina Sarana Informatika

*Email: kudiantoro.kdw@bsi.ac.id*

## **A. Revolusi Keuangan**

Teknologi digital memainkan peran kunci dalam proses era disrupsi yang sedang berlangsung saat ini. Era dimana terjadi dinamika dan perubahan yang fundamental termasuk perubahan pada sistem ekonomi dan keuangan global. Teknologi digital memberikan dampak perubahan pada sistem keuangan. Proses zaman terus bergerak, jadi ke arah manakah sistem keuangan global bergerak, dan akankah terjadi revolusi dalam sistem keuangan global?

Manusia dalam bertransaksi yang awalnya dengan cara barter, kemudian menggunakan uang emas, perak dan sejenisnya dalam bentuk koin yang memiliki nilai instrinsik di dalamnya. Seiring perkembangan kebutuhan yang ada pada masyarakat sistem uang koin emas dan perak berubah ke sistem uang kertas. Era teknologi muncul mengisi kelemahan dan keterbatasan pada sistem keuangan kertas, dan munculah uang elektronik. Era digital terus berkembang, dan munculah mata uang *Cryptocurrency*, uang digital yang berbasis teknologi kriptografi.

Dalam beberapa tahun terakhir teknologi kriptografi telah berkembang dengan cara yang sangat mengejutkan. Pergerakan sistem keuangan terus terjadi, maka bukan tidak mungkin nantinya kedepan uang kertas akan hilang dan sistem keuangan kertas yang manual akan tergantikan seluruhnya dengan sistem keuangan digital.

Mata uang kripto adalah jenis mata uang digital yang hanya tersedia di internet dan memiliki nilai yang bisa ditukarkan menjadi uang. Asal mulanya dari kriptografi yang merupakan alat keamanan pada koneksi internet agar data-data yang keluar dan masuk tidak mudah bocor. Itulah yang membuat *Cryptocurrency* menguntungkan dan dipilih menjadi salah satu instrumen untuk berinvestasi di masa kini.

Selain itu membangun *Cryptocurrency* bisa dilakukan siapa saja yang punya kemampuan. Itulah yang membuat jenis *Cryptocurrency* bisa bertambah setiap tahunnya. Namun, tentu tidak semua mata uang kripto menguntungkan. Hanya yang sering ditransaksikan yang menjanjikan.

Mengenal macam-macam *Cryptocurrency* yang paling sering ditransaksikan. Walaupun masih banyak negara yang tidak menjadikannya sebagai uang yang sah, tapi bisa menukarnya dengan uang fisik ketika meraih *capital gain*. Ini dia jenis mata uang kripto di dunia:

#### 1. *Bitcoin* (BTC)

Merupakan mata uang kripto yang pertama muncul di dunia dan menginspirasi mata uang kripto lain muncul. Dibuat pertama kali oleh Satoshi Nakamoto yang keberadaannya misterius. Jumlahnya dibuat terbatas, hanya sekitar 21 juta saja. Hal itu membuat *Bitcoin* menjadi mata uang kripto yang paling difavoritkan. Di awal tahun ini sebesar 68% mata uang kripto tersebar di pasar kripto dikuasai oleh *Bitcoin*. Itulah yang membuatnya menjadi mata uang kripto termahal di dunia.

#### 2. *Dogecoin*

*Cryptocurrency* ini awalnya dibuat untuk iseng saja, tapi karena harganya yang murah dan namanya terkenal, akhirnya bisa menjadi mata uang kripto yang bernilai. Mata uang digital juga sering dipromosikan oleh Elon

Musk, sehingga semakin banyak yang mengenalnya. Untuk itulah *Dogecoin* sering diandalkan oleh *trader* retail karena harganya yang murah, tapi bisa mengalami kenaikan yang tinggi. Biasanya *Dogecoin* digunakan untuk memberikan tip, transaksi dalam jumlah kecil, dan berdonasi.

### 3. *Ethereum* (ETH)

*Ethereum* adalah *platform* yang menyediakan mata uang Ether. Sering dikira sebagai mata uang kripto, *Ethereum* menjadi *platform* Ether yang mendatangkan cuan karena nilai kapitalisasinya yang tinggi. Di *Ethereum* siapa saja bisa bertransaksi dan membuka jalan baru, sehingga di dalam *Ethereum* pun tidak hanya ada Ether, tapi hadir juga mata uang digital lain.

### 4. *Litecoin*

Merupakan jenis mata uang kripto yang hadir setelah *Bitcoin*, yaitu tepatnya di tahun 2011. Termasuk sebagai mata uang digital yang difavoritkan, bisa dilihat dari nilai awalnya yang berada di sekitar Rp140.000, hingga sekarang naik jadi Rp700.000. Keunggulan *Litecoin* adalah berada di blockchain yang menghasilkan blok baru, dan akhirnya bisa ditransaksikan secara cepat. Tidak semua mata uang digital memiliki kelebihan ini.

### 5. *Binance* (BNB)

Berasal dari perusahaan *Binance* yang menjadi bursa kripto andalan banyak *trader* di dunia. Awalnya lahir untuk transaksi perdagangan yang mengalami potongan harga, tapi sekarang *Binance* sudah menunjukkan menjadi koin yang diminati banyak orang. Bahkan *Binance* sangat bisa

ditukar dengan beberapa mata uang kripto populer seperti Ether dan *Bitcoin*.

6. *Solana* (SOL)

*Solana* digadang-gadang akan semakin banyak diminati pada tahun ini. Bukan hanya untuk diperdagangkan, jenis mata uang kripto ini memberikan solusi di bidang keuangan yang dibutuhkan banyak orang. Contohnya digunakan untuk menyediakan pinjaman P2P *lending*, pembayaran berbagai tagihan, kontrak pintar, dan keperluan lainnya.

7. *Tether* (USDT) : Merupakan jenis mata uang kripto yang harganya termasuk murah, yaitu 1 Dolar Amerika. Keunikannya adalah naik-turun harganya sangat bergantung pada nilai fluktuasi Dolar Amerika. Sempat mengalami kenaikan harga, tapi karena pasar kripto yang umumnya sedang bearish, membuat harga *Tether* kembali lagi di kisaran 1 Dolar Amerika.

8. *Polkadot* (DOT) : Mata uang digital ini baru hadir di tahun 2020, tapi sudah cukup menarik perhatian. Diluncurkan oleh salah satu founder dari *Ethereum*, jadi sudah tidak diragukan lagi kecanggihannya. *Polkadot* dibangun dari berbagai mata uang digital yang berasal dari bermacam *Cryptocurrency*. Harga *Polkadot* sempat menanjak ke angka Rp700.000, tapi karena pasar sedang bearish, harganya sedang turun di angka sekitar Rp100.000.

9. XRP (XRP)

Mata uang digital ini sudah ada sejak 10 tahun lalu dan dikenal juga sebagai Ripple. Untuk bisa menggunakan XRP, Anda harus mendaftarkan diri dulu di *platform*

*Ripple*. Akses di *Ripple* itu tidak menggunakan perantara, sehingga ketika Anda melakukan transaksi langsung terhubung dengan penerima tanpa ada pihak ketiga yang memantau. Ini yang menjadikan transaksi XPR di *Ripple* menjadi mudah.

#### 10. *Avalanche* (AVAX)

Merupakan token yang digunakan pada *platform Avalanche*. Tersedia dalam bentuk aplikasi terdesentralisasi untuk berbagai macam transaksi. Baru hadir di tahun 2021, Avax langsung bisa menarik perhatian banyak orang.

### **B. Bisnis Digital**

Tren penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang meningkat membuat penerapan *e-business* kian krusial dalam membantu proses bisnis, berkolaborasi dan berinovasi. Melalui penerapan *e-business* yang tepat sebuah perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang berbeda dengan pesaing, melayani pelanggan dengan lebih baik, mempersingkat waktu keluarnya produk baru. Lebih jauh, pada beberapa perusahaan, ternyata penerapan *e-business* dapat dijadikan Keunggulan Bersaing perusahaan.

Istilah *e-business* merujuk pada seluruh penggunaan tingkat lanjut dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya teknologi jaringan dan komunikasi, untuk meningkatkan cara organisasi melakukan seluruh proses bisnisnya. Jadi, *e-business* bukan hanya merupakan interaksi eksternal organisasi dengan para pemasok, pelanggan, investor, pemerintah dan media massa, tetapi juga termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendesain kembali proses internalnya. Sebaliknya, *e-commerce* adalah konsep yang lebih sempit, hanya merujuk pada pelaksanaan secara

elektronik transaksi bisnis, seperti pembelian dan penjualan (Marshall, 2006).

Menurut Heidrick dan Struggless (2016:1) “perkembangan dari *digital marketing* melalui web, telepon genggam, dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh”. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari *marketing* tradisional seperti TV, radio, dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif.

### **Awal Perkembangan E-Bisnis**

1. Pada tahun 1970-an Aplikasi E-Bisnis pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan *Electronic Fund Transfer* (EFT).
2. Dalam perkembangan berikutnya diketemukannya *Elektronic Data Interchange* (EDI), yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti dokumen-dokumen sampai pada transaksi keuangan.
3. Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video.
4. Pada tahun 2000-an, perkembangan E-Bisnis, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produk-produknya melalui Internet.

### **Ekonomi Digital**

Istilah ekonomi digital (*digital economy*) dikenalkan oleh Don Tapscott di tahun 1995 lewat bukunya berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked*

*Intelligence*. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*.

1. e-Bisnis, penggunaan teknologi elektronik pada transaksi bisnis.
2. Kolaborasi, adanya interaksi, komunikasi dan kolaborasi informasi antara manusia dan organisasi.
3. Pertukaran Informasi, penyimpanan, pemrosesan dan pengiriman informasi.
4. *E-Commerce* merupakan suatu aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

### ***E-Business Application***

Pada dasarnya *e-business* adalah kata yang diserap dari dua suku kata bahasa Inggris, yaitu *electronic business*, yang bila diterjemahkan memiliki arti kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis ataupun semi otomatis dengan memanfaatkan sistem informasi komputer.

#### 1. ERP (*Enterprise Resource Planning*)

ERP *Is the backbone of e-business*, dengan kata lain ERP adalah sistem operasi bisnis, setara dengan sistem operasi windows untuk operasi *back-office*:

- a. Sistem informasi untuk perusahaan manufaktur;
- b. Berperan mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses bisnis;
- c. *Back office system*, konsumen dan publik tidak dilibatkan;

- d. *Client-server software*, baik desktop ataupun berbasis *web*;
- e. Memiliki kemampuan untuk mengolah sebagian besar transaksi;
- f. Data dapat diakses secara *real-time*.

## 2. CRM (*Customer Relationship management*)

CRM adalah kustomisasi dan personalisasi produk dan layanan secara *real-time* berdasarkan kebiasaan beli, keinginan dan kebutuhan konsumen

- a. Merupakan penggambaran hubungan 'sistem' dengan konsumennya;
- b. Usaha perusahaan dalam menjaga hubungan dengan konsumennya;
- c. Strategi bisnis perusahaan;
- d. Sebuah *tool* untuk mengerti konsumennya.

## 3. SCM (*Supply Chain Management*)

SCM sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aliran material/produk, baik yang ada dalam satu organisasi maupun antar organisasi.

- a. Pengelolaan yang efektif atas integrasi yang terlibat didalam kegiatan pemasokan;
- b. Perencanaan dan pengendalian yang baik atas kegiatan pengadaan;
- c. Efisiensi aliran pasokan hingga ke titik konsumsi terakhir;
- d. Perancangan dan kontrol arus material dan informasi sepanjang rantai pasokan;
- e. Bertujuan untuk mendapatkan kepuasan konsumen sekarang dan dimasa yang akan datang.

## **Cakupan e-Bisnis**

Cakupan atau spektrum e-bisnis dapat sangat luas wilayahnya tergantung dari masing-masing sudut pandang orang yang melihat definisi dari kata “bisnis” itu sendiri, untuk dapat menangkap dimensi ruang lingkup pengertian e-bisnis, cara yang sering digunakan adalah dengan menggunakan prinsip 4W yaitu *What, Who, Where* dan *Why*.

### **1. Prinsip What**

E-bisnis memiliki cakupan jauh lebih luas tidak hanya pada aktifitas atau mekanisme transaksi yang dilakukan secara online/digital namun termasuk didalamnya aktifitas relasi antara dua entiti perusahaan, interaksi antara perusahaan dengan konsumennya, kolaborasi antara perusahaan dengan para mitra bisnisnya, pertukaran informasi antara perusahaan dengan para pesaing usahanya dan lain sebagainya.

### **2. Prinsip Who**

Semua pihak atau entiti yang melakukan interaksi dalam sebuah siste bisnis/ serangkaian proses bisnis merupakan pihak yang berkepentingan dalam ruang lingkup e-bisnis. 7 klasifikasi entiti yang sering dipergunakan dalam mengilustrasikan e-bisnis yaitu: *Agent; Business; Consumer; Device; Employee; Family; Government*.

### **3. Prinsip Where**

Dalam E-bisnis interaksi dan keegiatan e-bisnis dapat dilakukan dimana saja melalui berbagai kanal akses, sejauh pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik/digital sebagai kanal akses.

#### 4. Prinsip *Why*

Konsep e-bisnis tidak hanya menguntungkan perusahaan namun juga memberikan kesempatan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan dalam meningkatkan level pendapatannya (*revenue generation*) secara langsung maupun tidak langsung. Implementasi e-bisnis yang dilakukan oleh perusahaan memberikan dampak perusahaan dapat melihat berbagai peluang dan celah bisnis baru yang selama ini belum pernah ditawarkan kepada masyarakat.

#### Spektrum *Value e-Bisnis*

5 keuntungan (spektrum *value e-bisnis*) e-bisnis menurut Charles R. Rieger dan Mary P. Donato yaitu:

1. *Efficiency/Efisiensi*: Manfaat yang didapatkan perusahaan adalah perbaikan tingkat efisiensi. Berdasarkan sebuah riset menyatakan kurang dari 40% dari total biaya operasional diperuntukkan bagi aktivitas penciptaan dan penyebaran informasi ke berbagai bagian terkait. Dengan memanfaatkan teknologi informasi didalam rangkaian bisnis sehari-hari terlihat bagaimana perusahaan dapat mengurangi total biaya operasional yang biasa dikeluarkannya.
2. *Effectiveness/Efektivitas*: Efektivitas dirasakan ketika terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan dalam cara perusahaan melakukan aktivitas operasional sehari-hari. Contoh penerapan konsep *e-supply chain* membuat manajemen dapat meningkatkan *service level* kepada pelanggannya, contoh lainnya dengan mengimplementasikan aplikasi ERP pada perusahaan memberikan dampak meningkatnya kualitas pengambilan keputusan dari manajemen.

3. *Reach/Jangkauan*: Kemampuan penggunaan teknologi informasi didalam memperluas jangkauan dan ruang gerak perusahaan. Selain itu memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan domain kerja sama dengan mitranya secara signifikan.
4. *Structure/Struktur*: Terciptanya berbagai jenis produk dan jasa baru akibat konvergensi berbagai sektor industri yang selama ini secara struktur terlihat berdisi sendiri-sendiri. Contohnya bagaimana sebuah kendaraan dapat jual dengan cara lelang, sebuah bank virtual yang berfungsi sebagai penasehat keuangan dan lainnya.
5. *Opportunity/Peluang* : Terbukanya kesempatan yang lebar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi menciptakan produk maun jasa baru akibat berkembangnya teknologi informasi baru dari waktu ke waktu. Contohnya dalam bidang pendidikan, saat ini semakin marak situs penyelenggara pendidikan secara online/virtual.

### **Contoh e-Bisnis**

1. *e-Auctioning*, lelang yang memanfaatkan teknologi elektronik sebagai tempat terjadinya proses lelang.
2. *e-Banking*, kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.
3. *e-Commerce*, transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.
4. *e-Directories*, sebuah layanan pengiriman situs web di mana situs web ditambahkan ke kategori yang tepat dalam direktori online dicari yang meningkatkan visibilitas

situs web dan menciptakan inbound link relevan dengan situs web tersebut.

5. *e-Engineering*, terciptanya pengembangan produk dinamis terpadu dan proses realisasi yang memiliki kelincahan dan kemahiran yang diperlukan untuk merespon tuntutan dunia *e-commerce*.
6. *e-Franchising*, bentuk kerjasama bisnis atau usaha dengan memakai prinsip kemitraan, sebuah perusahaan yang sudah mapan baik itu dari segi sistem manajemennya, keuangannya maupun dari marketingnya serta adanya merek dari produk perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, dengan perusahaan ataupun individu yang memakai merek dari produk maupun sistem tersebut dengan memanfaatkan teknologi informasi.
7. *e-Learning*, sistem atau konsep pendidikan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam proses belajar mengajar.
8. *e-Mailing*, suatu sarana untuk mengirim dan menerima surat atau pesan dengan format digital melalui jalur jaringan komputer dan internet.
9. *e-Marketing*, segala upaya yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik atau Internet.
10. *e-Research*, kegiatan riset yang menggunakan serangkaian fasilitas teknologi informasi dan komunikasi, sedemikian rupa sehingga melahirkan cara kerja dan metode riset baru.
11. *e-Supply*, proses *supply chain* yang di manage secara elektronik, biasanya menggunakan teknologi jaringan komputer.
12. *e-Trading*, suatu sistem perdagangan secara online yaitu lewat perangkat teknologi internet, dimana dengan

sistem ini investor tidak perlu lagi datang atau repot menelepon kantor pialang (*broker*).

13. *e-Travel*, semua kegiatan industry travel yang dikaitkan pada e-commerce, atau dengan kata lain travel yang di-online-kan.

14. *e-Operational Resources Management*

### Trend ke Arah E-Bisnis

Sebuah perusahaan harus mampu mengenali trend sebelum trend menjadi *mainstream*. Karena dibutuhkan bertahun-tahun untuk mengendalikan perusahaan besar ke arah yang baru, seorang manajer harus mampu mengenali hambatan yang ada jika tidak menghendaki perusahaannya hancur. Pengenalan trend sekarang telah menjadi "sebuah rencana atau yang direncanakan."

**Tabel 1 . Trend ke Arah E-Bisnis**

Kategori	Tren
Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelayanan yang lebih cepat</li> <li>- Self-service</li> <li>- Lebih banyak pilihan produk</li> <li>- Solusi yang terintegrasi</li> </ul>
e-Service	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelayanan dan penjualan yang terintegrasi</li> <li>- Dukungan yang memadai</li> <li>- Pembayaran yang fleksibel</li> <li>- Pengiriman yang dapat diandalkan</li> <li>- Waktu proses yang singkat</li> </ul>
Organisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Outsourcing</li> <li>- Kontrak manufaktur</li> <li>- Distribusi virtual</li> </ul>
Pegawai	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyaringan perekrutan</li> <li>- Mempertahankan karyawan terbaik</li> </ul>
Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan aplikasi web</li> <li>- Konvergensi Infrastruktur</li> <li>- Penyedia layanan aplikasi (service provider)</li> </ul>

### Jenis-Jenis E-Bisnis

Ada beberapa jenis transaksi di dalam *e-commerce* ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen e-

*commerce* ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Karena itu, istilah *e-commerce* dan *e-business* selalu dikaitkan.

### **1. E-Commerce Business to Business (B2B)**

Transaksi *e-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.

### **2. E-commerce Business to Consumer (B2C)**

*Business to consumer* dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi *e-commerce* ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online.

### **3. E-Commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen)**

Untuk C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLXdan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C *e-commerce*. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.

### **4. Consumer to Business (C2B)**

C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

## 5. Media atau Aplikasi *E-commerce*

Seperti yang dijelaskan dalam pengertian *e-commerce* di atas, transaksi bisnis ini bergantung pada sejumlah aplikasi dan media online lainnya, misalnya katalog, email, shopping carts, eb service, EDI dan file transfer protocol. Hal ini tentunya melibatkan kegiatan B2B (*business to business*).

### C. Diskusi

Fasilitas yang ditawarkan oleh E-Bisnis adalah suatu bentuk interaksi yang sangat efisien (lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik dibandingkan dengan dunia nyata. Namun ada persamaan mendasar yang berlaku bagi di dunia nyata maupun dunia maya, yaitu tetap berlakunya hukum ekonomi, yaitu “suatu aktivitas untuk mencapai penghasilan sebesar-besarnya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya”, karena hal tersebut bagian dari prinsip hidup dari seorang manusia. Hal tersebut akan sangat menarik untuk dicermati ketika mempelajari empat karakteristik utama dari entiti-entiti yang dapat didigitalisasi, yaitu:

1. Sangat mudah untuk diduplikasi, Contohnya sebuah film video berdurasi 2 jam dapat di “*copy*” hanya berkisar kurang dari 10 menit. Bahkan setelah proses duplikasi usai, sangat sulit untuk membedakan entiti mana yang asli dan duplikat, karena bit tersebut secara teknis bersifat identik. Artinya, “pengorbanan waktu” yang sedemikian besar pada hukum ekonomi menjadi berkurang intensitasnya.
2. Sangat murah untuk menduplikasikannya, karena selain media penyimpanannya murah, proses penduplikasiannya-pun tidak memerlukan sumber daya yang mahal. Semakin banyak sebuah entiti digital di duplikasikan, akan semakin kecil biaya variabel per kepingnya, maka hampir

mendekati nol. Artinya, sumber daya tersebut menjadi tidak terbatas, yang tentu saja “bertentangan” dengan aspek hukum ekonomi yang menyatakan bahwa mayoritas sumber daya sifatnya sangat terbatas.

3. Mudah dilakukan proses restrukturisasi bit, Contohnya sebuah file foto digital berwarna hanya dalam waktu “sekejap” dapat berubah menjadi foto hitam putih, yang artinya akan mengurangi tantangan praktisi bisnis untuk menyusun strategi pemakaian sumber daya walaupun tidak dapat diingkari bahwa keadaan ini justru meningkatkan kuantitas para pesaing (*low barrier to entry*).
4. Dapat memperbaiki kualitas sumber daya fisik, dibuktikan dengan adanya sumber daya analog yang dirubah ke dalam sinyal digital supaya dapat diperbaiki kualitasnya seperti pita rekaman audio, sinyal telepon konvensional, citra (image) dua dimensi, dan lain-lain. Setelah sinyal analog tersebut diubah menjadi digital, maka proses restrukturisasi bit untuk memperbaiki kualitas produk/jasa dapat mudah dilakukan tanpa adanya usaha yang memakan waktu dan biaya besar.

### **Contoh E-Commerce di Indonesia**

Sebenarnya bisnis *e-commerce* di Indonesia sudah berlangsung sejak lama. Beberapa contoh *e-commerce* di Indonesia antara lain:

#### **1. Jual Beli Online di *Marketplace***

Transaksi jual-beli online di *Marketplace* lokal sudah sangat marak saat ini. Beberapa *marketplace* terkenal di Indonesia seperti; Bukalapak.com, Tokopedia.com, Blibli.com, Kaskus.co.id, Traveloka, dan lain sebagainya.

## **2. Internet Banking dan SMS Banking**

Transaksi pembayaran melalui internet dan jaringan telekomunikasi juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan *e-commerce*.

## **3. TV Kabel dan Internet Provider**

Berlangganan TV Kabel dan internet juga merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang sudah cukup lama berlangsung di Indonesia. Beberapa perusahaan yang ada di bisnis TV kabel dan internet provider diantaranya; Indovision, Big TV, Indihome, MyRepublic, dan Firstmedia.

## **D. Daftar Pustaka**

- Ahmadi, Candra. Hermawan, Dadang. (2013). *E-Commerce E-Business*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Barkatulah, Halim Abdul. (2005). *Bisnis E-Commerce*. Pustaka Pelajar
- Bromney, Marshall, Stainbart, P.J. (2006). *Sistem Informasi Akuntansi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Diana, A. (2001). *Mengenal E-Business*. Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono, Yogyakarta: Andi.
- Heidrick and Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*
- Indrajit, Ricardus Eko, Dr. (2001). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Dunia Maya*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- <https://balitbangsdm.kominfo.go.id/upt/makassar/berita-pentingnya-pengelolaan-keuangan-digital-di-era-revolusi-industri-4-0-5-29>
- <https://www.modalrakyat.id/blog/jenis-mata-uang-kripto>

# KEUANGAN DAN BISNIS DIGITAL

Berkembangnya teknologi di dunia telah membuka era digital baru, termasuk dalam dunia keuangan dan bisnis. Guna menyiasati tidak menurunnya omzet, tak jarang mereka berlomba-lomba untuk melakukan sebuah inovasi dengan menggunakan piranti-piranti digital. Bagi sebagian pengusaha atau wirausahawan, bergantung pada teknologi bisa saja menciptakan peluang baru yang artinya juga harus siap untuk lebih kompetitif dengan para pesaing. Hal itu termasuk pada penggunaan sistem keuangan berbasis digital.

Digitalisasi yang telah menjadi bagian dari hidup manusia, perlahan menjadi model baru dalam sektor keuangan dan bisnis. Digitalisasi bahkan menjadi gaya hidup manusia, sebagaimana menandakan ciri manusia mulai memasuki Era *Society 5.0*.

Buku Keuangan dan Bisnis digital ini merupakan buku *fundament* yang memberikan informasi dan pengetahuan terkini tentang keuangan dan bisnis digital. Ditulis oleh 13 orang akademisi yang berasal dari 8 Perguruan Tinggi yang berbeda-beda. Secara umum buku ini mengkaji tentang Pengantar Bisnis, Hukum Bisnis, Lingkup Keuangan dan Bisnis Digital, Perilaku Konsumen, Revolusi Keuangan dan Bisnis Digital, *Financial Technology*, Pemasaran Melalui Jaringan Internet, *Digital Entrepreneurship*, Strategi Bisnis Digital, Pengembangan Ide dan *Design Thinking*, Model Bisnis, Peran Lembaga Keuangan serta Peran Pemerintah Pada Sektor Keuangan dan Bisnis Digital.



PENERBIT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN LHOKSEUMAWA

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)  
Nomor: 005.152.1.3.2022

