Nama : julia farahanani

NIM : 220321100005

Kelas : agribisnis A

PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN INKLUSI EKONOMI DAN MENDORONG EKONOMI PASCA PANDEMI MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Manusia adalah makluk sosial yang saling berinteraksi dan memungkinkan adanya penyebaran covid secara langsung. Saat ini dengan banyaknya manusia berinteaksi sehinnga covid semakin pesat. Oleh sebab itu pemerintah menyiapkan peraturan di tengan pandemi dengan adanya karantina atau lockdown, agar memutuskan jaringan penyebaran virus corona (COVID 19). Karantina ini dilakukan agar Kesehatan tetap terjaga dan mengurangi penyebaran virus seperti adanya penyebaran melalui sentuhan manusia (kerumunan). Karantina ini membatasi Gerakan orang demi keselamatan Bersama. Sebagai besar orang yang terkena covid 19 akan mengalami penyakin ringan pada awalnya gangguan pernafasan dan makin hari menyebabkan sulit bernafas sampai meninggal. Virus ini akan hilang sendiri jika kita mematuhi protokol Kesehatan dan merawat diri dirumah dengan berjemur serta minum vitamin untuk menjaga imunitas tubuh. Dan yang kerkena virus ini kebanyakan orang tua karena memiliki diabetes karena kodisi tubuh yang kurang vit. (Hendriyani, Artini and Tatyana, 2021)

Pandemi COVID 19 memberi pengaruh yang baik bagi Indonesia yang tentunya pada sektor perekonomian. Dan covid tersebut tidak hanya menimubulkan ketakutan yang berdampak horror saja, karena adanya karantina ini pasar ekspor mendapatkan peluar masuk besar terhadap Indonesia. Selain itu ekonomi didalam negeri akan lebih terangkat dan dengan adanya pemirintah akan lebih memperkuat produksi dalam Indonesia atau negeri daripada menarik keuntungan yang dapat pada pihak asing. Oleh

sebab itu COVID 19 dimanfaatklan untuk koreksi investasi agar dapat stabil walaupun ekonomi saat ini sedang terancam.

Melakukan adanya ekspor terbesar didunia dipegang oleh china. Karena negara tersebut sering melakukan impor dan ekspor oleh china yang dilakukan salah satunya adalah Indonesia. Selain itu negara china merupakan satu satunya mitra dagang terbesar yang ada pada has Indonesia. Lalu muncul covid 19 ini pedagang china membawa dampak negatif pada perdagangan didunia sehingga berdampak juga terdahap Indonesia. Sehingga menurunnya kelapa sawit serta batu baran dan impor bahan mentah dari china yang akan menyerang kegiatan ekspor pada Indonesia sehingga menimbulkan harga barang menjadi turun serta bahan tmbang turun dan komoditas lain. (Thaha, 2020)

Dalam pandemi COVID 19 banyak perusahaan mengalami adanya kerugian baik materil maupun non materil serta terdapat perusahaan dan UKM mwlakukan PHK secara besar besaran untuk menyelamatkan perusahaan dan ada juga mengalami gulung tikar. Oleh karena itu dibutuhkan strategi prpmosi yang tepat agar keadaan tidak semakin memburuk. Strategi promosi ini memiliki peluang yang besar sebagai bentuk menjuak produk seperti melalui digital marketing, digital marketing ini di harapkan pada perusahaan untuk jalan keluar tepat didalam masa pandemi. Prusahaan tersebut memliki penilaian terhadap digital marketing untuk mengetauhi keuntungan keuntungan yang akan diperolehnya terhadap perusahaan dan kenyamanan konsumen. Selain itu perusahaan meminimalkan beban pemasaran perusahaan karena perusahaan hanya menggunakan media online untuk mempromosikan produk. Konsumen juga memiliki keuntungan yakni tidak keluar rumah untuk melihat produknya. (Strategi *et al.*, 2020)

Perkembangan zaman modern ini, memberikan perubahan dalam berbelanja dan mempermudah konsumen. Konsumen tidak harus mendatangi tempat penjualnya, melainkan mnggunakan sosmed, *marketplace, website dll.* Dan dalam pembayaran menggunakan kartu debit atau tunai COD atau bisa menggunakan secara digital yaitu dengan aplikasi yang telah dikeluarkan oleh bank, dan komunikasi pemasaran secara digital seperti adanya strategi pemasaran yang digital agar dapat berkomunikasi dengan konsumen. Zaman sekarang generasi milenial atau yang sering di sebut generasi Y. mereka telah mengetauhi adanya teknologi dan mudah di mengerti. Jadi pembayaran online ini menggunakan dompet digital, dimana mempermudah transaksi pembayaran.

Tetapi ada dampak bagi konsumen tidak bisa melihat apakah ada promo atau tidak dalam bertransaksi. Jadi adanya Perkembangan teknologi yang maju terus untuk memudahkan kehidupan masyarakat dan dapat kita rasakan dalam hal bertransaksi. (Aulia, 2020)

Pada era sekarang ini literasi digital sangat di perlukan untuk bisa berpartisipasi bagi dunia yang modern ini. Dimana dalam mengakses media digital yang dimilikioleh generasi muda, tetapi kemampuan tersebut belum dapat di mengerti karena dalam kemampuan mencari informasi yang lebih dalam untuk mencari informasi, dimana sebagai bentuk pengembangan diri. Dan manfaat bagi teknologi digital ini sebagai bentuk produktifitas, serta mengasah kreativitas dalam media sosial secara professional, tak hanya dapat mengoperasikan computer saja tetapi, dalam membaca ataupun menulis seperti konteks literasi. Oleh sebab itu di masa pandemi ini seorang dapat lebih mudah bekerja di rumah. (Ihda Latifatus Syarifah, 2021)

Teknologi digital ini juga berpengaruh pada Pendidikan di era pandemi, dimana seorang pelajar melaksanakan tugasnya sebagai siswa ataupun mahasiswa yang sedang menempuh pendidikannya secara daring. Dan pengajar menjelaskan melalui teknolgi digital atau secara online. Yang awalnya sistem belajar mengajar secara tatap muka dalam sebuaah ruangan atau kelas kini secara daring, dimana menggunkan elektronik dengan bertujuan tetap menyelenggarakan kegiatan dalam mengajar belejar siswa,walaupun pada era pandemi COVID 19. Kegiatan ini dilakukan setiap sekolah yang mempermudah berkomunikasi jarak jauh belajar dengan pengajar. Yang menggunakan teknologi digital sampai batas waktu yang tidak ditentukan. Tetapi menurut Nadiem bahwasannya dalam proses *online ini atau daring* tersebut juga sangat sulit paling tidak masih ada pembelajaran daripada sama sekali tidak ada pembelajaran oleh sebab itu kurang efektiv. Praktik dalam era literasi digital memerlukan kreasi seta inovasi yang terus menerus sehingga guru maupun anak tidak merasa jenuh dan bosan. (Sumiati and Wijonarko, 2020)

2. Rumusan masalah
   a. Bagaimana sektor ekonomi dapat beradaptasi dengan era transformasi digital pada pasca pandemi COVID 19?

b. Bagaimana pengaruh perkembangan e commerce terhadap pertumbuhan sektor ekonomi pasca COVID 19 ?
c. Bagaimana cara meningkatkan daya saing sektor ekonomi melalui transformasi digital pasca pandemi?

3. Tujuan
   a. Menjelaskan konsep dan pentingnya transformasi digital dalam sektor ekonomi pasca COVID 19
   b. Menjelaskan pengaruh COVID perkembangan e commerce terhadap pertumbuhan sektor ekonomi
   c. Menjelaskan car acara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing sektor ekonomi melalui transformasi digital pasca pandemic COVID 19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori yang relevan

Teori inovasi yakni teknologi yang dinyatakan bahwa penggunaan teknologi baru dan inovatif yang nantinya dapat mendorong pertumbuhan ekononomi serta produktifitas, karena teknologi memungkinkan terhadap perusahaan untuk meningkatkan efisisen, mengurangi biaya, dan menciptakan layanan baru serta produk sengga dapat menghasilkan layanan yang lebih tinggi.

Teori pertumbuhan ekonomi endogen menjelaskan bahwa investasi dalam teknologi dan pengetahuan dapat menjadi faktor penentu dalam pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Dalam konteks transformasi digital, investasi dalam infrastruktur digital dan upaya meningkatkan inklusi digital dapat melahirkan inovasi dan menciptakan lapangan kerja baru, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi. Dengan memiliki infrastruktur teknologi yang handal dan inklusif, perusahaan dapat merespons perubahan kondisi pasar dengan cepat dan efektif, sehingga memungkinkan mereka untuk melakukan ekspansi dan meningkatkan daya saing. (Ekonomi and Pembangunan, 2019)

Terdapat teori agensi dan inkosistensi informasi yakni menjelaskan bahwa adanya ketidak seimbangan informasi antara pengambil keputusan yang berbeda dapat menghambat pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks transformasi digital, ketidakseimbangan informasi dapat muncul antara perusahaan yang telah mengadopsi teknologi dan perusahaan yang belum, serta antara pekerja yang terampil dalam teknologi dan yang belum. Oleh sebab itu dapat membantu ketidakseimbangan informasi, serta dapat meningkatkan akses semua pihak. (Nizar and Sholeh, 2021a)

2. Variabel dan indicator

Variabel dan indikator ini memberikan gambaran tentang kemajuan dan tantangan dalam mengadopsi teknologi digital di berbagai sektor dan mengukur dampaknya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi dalam era pasca COVID-19

a. Investasi dalam infrastruktur digital:

- Jumlah investasi yang dialokasikan untuk membangun infrastruktur digital, seperti jaringan internet yang cepat dan luas, pusat data, dan platform digital.
- Tingkat penyebaran infrastruktur digital, termasuk konektivitas internet di daerah perkotaan dan pedesaan. (Salsabila Putri and Zakaria, 2020)

b. Inklusi digital:

- Tingkat akses dan penggunaan teknologi digital oleh individu dan kelompok masyarakat, termasuk tingkat penetrasi internet, pemanfaatan e-commerce, dan adopsi pembayaran digital.

- Ketersediaan akses dan pelatihan digital, termasuk program pendidikan digital dan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan keterampilan digital.

c. Keamanan digital dan privasi:

- Tindakan yang diambil oleh pemerintah dan organisasi untuk melindungi data pribadi dan sensitif, termasuk adopsi kebijakan privasi dan perlindungan data.

- Tingkat kejahatan siber dan serangan siber yang terkait dengan transformasi digital, serta tindakan mitigasi yang dilakukan.

3. Konsep konsep pemikiran

Ecommerce dalam meningkatkan akses pasar dan pengurangan biaya transaksi. Dan juga adanya kemitraan dengan adanya beberapa pelaku usaha digital seperti *e-commerce* Variabel dan indicator yang dibahas. Dan inovasi tersebut dapat mempercepat tranformasi serta mengindentifikasi peluang baru. (Perbankan and Transformasi, 2023)

Menurut pemikiran et al. (Müller, 2019) investasi dalam infrastruktur digital sebagai satu satunya cara untuk mendukung pertumbuhan ekonomi jangka Panjang, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dan juga meningkatkan inklusi digital sebagai upaya untuk mengurangi kesenjangan keterampilan dan aksebilitas antara pekerja dan perusahaan.

4. Hasil penelitian terdahulu

Melakukan sebuah penelitian, yang tak luput dari penelitian sebelumnya, yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang di lakukan oleh jeffy indrawan. Menemukan adanya sarana untuk meningkatkan kampaye daring saat ini banya dilakukan di sosial media akses media sosial ini sangan luas serta dapat mudah membuat kampaye jenis ini akan terjadi penyebab meningkat nya partisipasi politik masyarakat di era politik siber aktivitasnya yang dilakukan oleh ranah siber.

Penelitian Uspal Jandevi berjudul New Media for increasing political participation in Indonesia yakni bahwasannya menemukan e demokrasi sebagai meningkatkan kualitas dan kuantitas pasrtisipasi warganya ialah sebagai persiapan yang baik sebelum di terapkan dilapang. Persiapan tersebutmengindetifikasi model pemerintah institusi, peran partai politik. Terhadap perkembangan teknologi. (Mathematics, 2016)

Judul	peneliti	Tujuan peneliti	Hasil peneliti terdahulu
Impact of COVID-19 on digital platforms and change. in E-commerce shopping trends. (Galhotra and Dewan, 2020)	Yu, jiang, dan yong. (2020)	Untuk meningkatkan tujuan adanya aplikasi dalam dagang pada era pandemic covid yang terus meningkat	tentang dampak pandemi Covid-19 terhadap penggunaan teknologi digital dan e-commerce di China. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada peningkatan signifikan dalam penggunaan aplikasi pengiriman makanan online dan e-commerce selama periode pandemi Covid-19 di China, yang diperkirakan akan terus meningkat pada masa pasca-pandemi
Factors influencing the	Rahman, faroque, dan Uddin (2021)	Untuk mendorong perekonomian	tentang strategi pemasaran e-

rapid growth of online shopping during covid-19 pandemic time in dhaka city, Bangladesh. (Showrav *et al.*, 2021)		yang baik di era covid 19	commerce untuk mendorong perekonomian pasca-pandemi Covid-19 di Bangladesh dan negara lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan berfokus pada pengalaman pengguna yang baik, e-commerce dapat membantu mendorong ekonomi pasca-pandemi Covid-19 di Bangladesh

BAB III PENDEKATAN

Adanya Beberapa indicator yang di gunakan diperusahaan dapat mengevaluasi kapasitas reaktifnya serta memahami kemungkinan dampak perubahan digital agar dapat mengurangi efek negative yang timbul pada masalah krisisnya COVID 19. Yang menggunakan analisis status internal dan eksternal telah dilakukan pada ukm harus merefleksikan bisnis mereka sendiri menggunakan model terbaru, demi pendukung usaha pengusaha dalam mengimplementasikan transformasi digital bagi pemerintah untuk membuat kebijakan nantinya. (Nalini, 2021)

Pertama Adanya analisis politik: dapat dilihat bahwa pemerintah memainkan peran pentingnya dalam mengatur penggunaan teknologi digital serta dapat memastikan adanya regulasi yang jelas untuk mengurangi ancaman seperti keamanan data dan privasi pengguna. (Permatasari and Padang, 2021)

Kedua, dalam analisis economi, teknologi digital memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis, memperluas pasar, serta menciptakan pekerjaan baru di sektor digital. Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan meliputi data website total visitor, monthly visitor, unique visitor, page per visit. (Salsabila Putri and Zakaria, 2020)

Ketiga menggunakan analisis technological, teknologi digital dapat membawa inovasi dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai sektor, seperti pendidikan, kesehatan, dan transportasi. dan terdpat juga analisis environmental, teknologi digital yakni digunakan untuk mengatasi masalah lingkungan serta menciptakan solusi yang lebih ramah lingkungan. (Nizar and Sholeh, 2021b)

Dengan melakuka analisis diatas, dapat kita lihat bahwasannya pengembangan teknologi digital tersebut untuk memberikan banyak manfaat bagi inklusi ekonomi dan transformasi digital di era pasca pandemi COVID-19. Tetapi, perlu dilakukan pengaturan serta regulasi yang tepat agar teknologi digital dapat digunakan dengan tanggung jawab dan secara aman.

BAB IV PEMBAHASAN

1. Kemajuan e commerce

Sektor perekonomian digital saat ini mengalami pertumbuhan pesat yakni e commerce serta financial technologi (fintech). E commerce merupakan salah satu cara pembelian adanya penawaran atau memperdagangkan barang, serta melakukan administrasi, melakukan serba di aplikasi atau secara online seperti proses data di internet. Berdasarkan data transaksi menggunakan digital, dapat kita lihat transaksi eknomi dengan nilai transaksi e commerce. Tidak hanya itu, terdapat informasi instant yang dicatat oleh peradaban manusia. (Nizar and Sholeh, 2021c)

E commerce sebenarnya sebelum wabah covid 19 e commerce ini telah lama muncul serta dapat membuat perubahan yang besar nantinya terhadap dalam perusahaanan dan cara berfikir pola bisnis serta mempengaruhu pola transaksi masyarakat. E commerce adalah perusahaan ritel yang relatiff stabil. Oleh sebab itu dapat kita lihat penjualan offline terus meningkat dari tahun 2012 hingga sekarang, tetapi saat ini. dengan adanya pandemi COVID-19, situasinya telah berubah. Transaksi bisnis e-commerce yang dulunya hanya menjadi pilihan, kini menjadi kebutuhan mendesak. Banyak perusahaan yang terpaksa harus beradaptasi dengan cepat, mengubah model bisnis mereka, bahkan ada yang harus menghentikan jenis produk yang sebelumnya mereka tawarkan. Meskipun begitu, tidak sedikit juga perusahaan yang berjuang untuk tetap melanjutkan bisnis mereka seperti biasa sebelum pandemi.Bisnis e-commerce melibatkan transaksi penjualan barang dan jasa antara bisnis-bisnis. Dalam transaksi ini, kedua belah pihak memiliki kepentingan bisnis yang saling mengetahui dan mengerti mengenai bisnis tersebut(Ayu and Lahmi, 2020).

Menurut Penelitian et al (Santoso, 2020) mengungkapkan bahwa beragam produk bisa dapat dijual dimarketplace yakni modal awal akan memiliki peluang besar dengan pangsa pasar. Dimana salah satu kunci tebentuknya marketplace terbesar ialah dari sisi pelayanan serta jaminan transaksi penjualan. Oleh sebab itu pelayanan yang di berikan oleh marketplace mampu meningkatnya kepercayaan konsumen untuk menggunakannya. Tak lepas dari perubahan perilaku dimana, berawal dari aturan COVID 19 yang memaksa orang per orang dan melakukan *physical distancing*.banyak orang yang enggang keluar rumah, seperti beraktivitas karna dibatasi serta berkerumun saja tidak boleh karna dapat menularkan virus dengan cepat. Segala keterbatasan suatu tempat pada akhirnya juga berdampak serius pada melakukan Bisnis. Interaksi sosial kemasyarakatan akan nyaris putus dimasa pandemi.

Persaingan di pasar akan semakin ketat dengan adanya perekonomian digital. Ecommerce yang sedang berkembang akan membawa masuknya produk dari negara lain ke Indonesia yang lebih praktis. Dampaknya, produk lokal berisiko tergerus oleh produk asal negara lain yang dijual dengan harga terjangkau. Contohnya adalah banyaknya produk dari Cina, Singapura, dan Jepang yang berlimpah. Selain itu, saat ini masih sedikit produk dari UMKM yang terlibat dalam ecommerce. Diperlukan sinergi antara pemerintah dan sektor swasta agar produk lokal dapat bersaing. Ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan dukungan inovasi sehingga di masa depan produk lokal dapat meraih keuntungan dari investasi dalam ekonomi digital Indonesia. (Pramono *et al.*, 2022)

2. Perkembangan Teknologi dan pertumbuhan ekonomi

Perkembangan digital serta kemajuan teknologi saat ini dorongan yang kuat terhadap perubahan perilaku konsumen. Kebutuhan dan keinginan untuk belanja lebih praktis dan efisien dimana lebih mudah menjadi gaya hidup baru terhadap masyarakat modern. Yakni terdapat perkembangan salah satunya terhadap dampak adanya digital atau teknologi komunikasi dan marketing dengan meningkatnya popularitas pada media sosial yang bisa dilihat jumlah penggunaan tiap tahun. Hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai peluang pembisnis tak hanya skala makro saja, namun UMKM dan usaha kecil mikro. Dampak teknologi digital tersebut mengakibatkan adanya perubahan pada gaya hidup masyarakat serta kegiatan belanja masyarakat yang kemunkinan besar beralih pada belanja online dengan memanfaatkan teknologi berupa sosial media, wass ap, Instagram dll. Serta adanya meningkatkan jumlah pembelian online terutama pada produk kecantikan dan Kesehatan selama pandemi. (Wardani and Daniar, 2021)

pertumbuhan ekonom yakni merupakan suatu aktivitas terhadap ekonomi yang terhadap masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan diwaktu tertentu. Aktivitas ekonomi ini merupakan pengguna faktor faktor produksi yang menghasilkan output. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu faktor tolak ukur yang di gunakan sebagai mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara dan terdapat laju pertumbuhan ekonomi ini di negara yakni dapat diukur dengan menggunkan laju pertumbuhan produk domestik bruto. Terdapat mulau yang mengalami pertumbuhan ekonomi di tengah pandemi yang masih positive yakni pulau Sulawesi sekisar 0,23% dan pulau maluku serta papua 1,44%. Sedangkan pulau sulawesibisa terjadi tumbuh positive dalam masa pandemic ini di karenakan

adanya kenaikan produksi nikel sehingga pulau papua masih bisa positiv karena adanya kenaikan produksi tembaga. (Di and Jawa, 2021)

Sebelum pandemi COVID-19, ekonomi digital telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan transformasi sosial. Hal ini juga menjadi strategi bisnis digital yang sangat penting dan mampu menjadi pendorong transformasi digital dalam perkembangan ekonomi di China saat ini. Namun, banyak masyarakat yang mengandalkan ekonomi informal, seperti bisnis kecil-kecilan di sektor pertanian, seperti penjualan buah-buahan, sayuran, barang keperluan rumah tangga, dan sejenisnya, tidak dapat menjalankan aktivitas perdagangan mereka.(Siti Masayu Rosliah and Fatimah, 2020)

BAB V KESIMPULAN

jadi dalam transformasi digital di berbagai sektor dalam konteks keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi pasca COVID-19 adalah bahwa pemanfaatan teknologi digital, e-commerce, dan inovasi digital lainnya akan menjadi faktor utama dalam pemulihan ekonomi. Investasi dalam infrastruktur digital dan upaya meningkatkan inklusi digital akan menjadi isu kunci untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan mencapai keberlanjutan jangka panjang. Dalam menghadapi tantangan yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19, transformasi digital akan memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi di berbagai sektor,menciptakan lapangan kerja baru, dan mempromosikan inovasi di sektor ekonomi yang berbeda. Namun, untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, perlu ada langkah-langkah untuk melindungi keamanan digital dan privasi data pribadi, serta memastikan akses dan pelatihan digital yang merata bagi semua lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, S. (2020) ‘Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital’, *Jurnal Komunikasi*, 12(2), p. 311. Available at: https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829.

Ayu, S. and Lahmi, A. (2020) ‘Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19’, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), p. 114. Available at: https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100.

Di, E. and Jawa, P. (2021) ‘DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PERTUMBUHAN Jurnal Ekonomi-QU’, 11(1), pp. 97–107.

Ekonomi, P. and Pembangunan, E. (2019) ‘Apa yang anda ketahui tentang Teori Pertumbuhan Endogen ?’, pp. 10–12.

Galhotra, B. and Dewan, A. (2020) ‘Impact of COVID-19 on digital platforms and change in E-commerce shopping trends’, *Proceedings of the 4th International Conference on IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud, ISMAC 2020*, pp. 861–866. Available at: https://doi.org/10.1109/I-SMAC49090.2020.9243379.

Hendriyani, M., Artini, N.M. and Tatyana, T. (2021) ‘Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Dunia Pendidikan’, *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), pp. 13–21. Available at: https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.128.

Ihda Latifatus Syarifah, D. (2021) ‘Pentingnya Literasi Digital di Era Pandemi’, *Jurnal Implementasi*, 1 (2)(2), pp. 162–168. Available at: http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/article/view/60.

Mathematics, A. (2016) ‘済無No Title No Title No Title’, (2), pp. 1–23.

Müller, J.M. (2019) ‘Business model innovation in enterprises Strategies for industry 4 . 0 providers and users’, 30(8), pp. 1127–1142. Available at: https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2018-0008.

Nalini, S.N.L. (2021) ‘Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha MIkro, Kecil dan Menengah’, *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), pp. 662–669. Available at: https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278.

Nizar, N.I. and Sholeh, A.N. (2021a) ‘Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan

Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19', *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 1–14. Available at: https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163.

Nizar, N.I. and Sholeh, A.N. (2021b) 'Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19', *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 1–14. Available at: https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163.

Nizar, N.I. and Sholeh, A.N. (2021c) 'Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19', *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 87–99. Available at: https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163.

Perbankan, K. and Transformasi, M. (2023) 'c', *POROS HUKUM PADJADJARAN*, 3(2), pp. 1–17.

Permatasari, Y. and Padang, U.N. (2021) 'Jurnal Al-Taujih', *al taujih*, 7(1), pp. 1–8.

Pramono, B. *et al.* (2022) 'Kebijakan Ekonomi Digital diantara Peluang dan Ancaman di masa Pandemi COVID-19', *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), pp. 3225–3230. Available at: https://bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/3608%0Ahttps://bajangjournal.com/index.php/JCI/article/download/3608/2651.

Salsabila Putri, A. and Zakaria, R. (2020) 'Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital', *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC* , 1(November), pp. 1–14.

Santoso, R. (2020) 'Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid-19 In Indonesia', *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan (JIET)*, 5(2), pp. 95–106. Available at: https://doi.org/10.20473/jiet.v5i2.23614.

Showrav, D.G.Y. *et al.* (2021) 'Factors influencing the rapid growth of online shopping during covid-19 pandemic time in Dhaka City, Bangladesh', *Academy of Strategic Management Journal*, 20(SpecialIssue2), pp. 1–13.

Siti Masayu Rosliah, A.R. and Fatimah, H. (2020) 'Amalan dan penglibatan peniaga kecil melalui perniagaan digital semasa Pandemik Covid-19 di Malaysia', *Geografi*, 8(2), pp. 1–20.

Strategi, I. *et al.* (2020) ‘Page 1’, *Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume*, 3(2), pp. 1–9.

Sumiati, E. and Wijonarko (2020) ‘Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan pada Saat Pandemi Covid-19’, *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), pp. 65–80. Available at: https://journal.uii.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/17799.

Thaha, A.F. (2020) ‘Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia [The Impact of Covid-19 on MSMEs in Indonesia]’, *Jurnal Brand*, 2(1), pp. 148–153.

Wardani, N.K. and Daniar, A. (2021) ‘Pengaruh Digital Marketing Instagram Pada Keputusan Membeli Produk Skincare Saat Pandemi’, *Prosiding SNADES 2021*, pp. 192–200.