



Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital

Desy Arum Sunarta*¹

¹STAI DDI Pinrang

e-mail: *desyarumdas@gmail.com.

Abstrak

Seiring kemajuan teknologi, dalam bidang ekonomi juga turut andil memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dengan hal yang berkaitan dalam ekonomi, saat ini telah dimulai dimana era perekonomian dunia dapat berkembang secara pesat dan arus perekonomian antar negara yang dapat diakses dengan mudah. Generasi milenial beberapa tahun belakangan ini sering didengarkan, terutama di media sosial. Generasi ini merupakan generasi yang sangat dekat dengan dunia digital karena menjadikan digital sebagai ruang pribadinya dalam mengakses, mendapatkan, membagikan semua bentuk informasi yang mereka temui di internet. Kesiapan generasi milenial dibandingkan dengan generasi lainnya jauh lebih mumpuni dalam menghadapi perubahan zaman dengan perkembangan teknologi dalam rangka penerapan ekonomi digital seperti dewasa ini. Indonesia juga sudah memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), pergerakan sumber daya maupun produk dan jasa akan jauh lebih transparan lagi, sehingga mendorong kita untuk terus meningkatkan kemampuan, keahlian untuk tetap bertahan hidup di era ekonomi digital.

Kata kunci— Ekonomi Digital, Kaum Milenial, dan Perkembangan Ekonomi Digital

Abstract

As technology advances, in the economic field it also contributes to the welfare of society. With matters related to the economy, now has begun where the era of the world economy can develop rapidly and economic flows between countries that can be accessed easily. The millennial generation has been buzzing a lot in recent years, especially on social media. This generation is a generation that is very close to the digital world because they make digital their personal space in accessing, obtaining, and sharing all forms of information they find on the internet. The readiness of the millennial generation compared to other generations is far more capable in dealing with changing times with technological developments in the context of implementing the digital economy as it is today. Indonesia has also entered the ASEAN Economic Community (AEC), the movement of resources and products and services will be even more transparent, thus encouraging us to continue to improve our capabilities and skills to survive in the digital economy era.

Keywords— Digital Economy, Millennials, and Development of the Digital Economy

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi, informasi dan media baru yang berhasil mengubah pola komunikasi dan pencarian informasi menjadi faktor yang berkontribusi besar dalam perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya dalam gaya ber- komunikasi dan pencarian informasi.(1) Semenjak booming internet pada awal milenium ketiga, kita bisa dengan mudah mendapatkan informasi tentang apa pun. Internet juga memungkinkan orang untuk saling berkomunikasi menggunakan fasilitas surel, media sosial, dan lain sebagainya.

Ekonomi digital mengacu pada ekonomi yang didasarkan pada teknologi komputasi digital. Dimana semakin banyak orang menganggap melakukan bisnis melalui pasar berbasis internet. Pasar internet saat ini banyak di gemari oleh kaum generasimilenialmaupun

generasi Old. Hal ini dapat terlihat semakin banyak orang lebih gemar dalam membeli barang-barang online melalui media sosial, web dll.(2)

Seiring kemajuan teknologi, dalam bidang ekonomi juga turut andil memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dengan hal yang berkaitan dalam ekonomi, saat ini telah dimulai dimana era perekonomian dunia dapat berkembang secara pesat dan arus perekonomian antar negara yang dapat diakses dengan mudah.(3) Seluruh anggota keluarga akan sering menggunakan media digital dalam bermacam bentuk, diantaranya komputer atau laptop, game online dan internet. Penggunaan media digital di dalam keluarga tidak semuanya dapat meningkatkan kualitas kehidupan berkeluarga. Ada keluarga yang mengalami broken home karena lebih banyak menghabiskan waktu dengan media digital. Seiring dengan kemajuan tersebut, masyarakat sebagai sasaran utama dalam penyediaan informasi, tentu sangat diuntungkan dengan perkembangan teknologi komunikasi masa kini.(4)

Perkembangan informasi teknologi dan juga telekomunikasi ini yang terjadi dengan begitu pesat membawa dampak signifikan akan perilaku konsumen baik itu dalam menentukan pilihan dan memutuskan untuk melakukan transaksi pasar. Selain itu, teknologi informasi yang semakin berkembang dan telah merambah ke berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa dan bahkan juga yang sudah berusia lanjut, semua termotivasi untuk mempelajari dan memahami perkembangan teknologi informasi ini, terutama pada media sosial. Perkembangan dan juga pertumbuhan yang terjadi dalam teknologi informasi dan komunikasi ini membawa perubahan dalam melakukan pemasaran untuk para pelaku usaha.(5)

Hal ini diperkuat dengan adanya influencer. Peningkatan jumlah pembelian dan atensi publik yang terjadi secara signifikan pada e-commerce di Indonesia akibat pengaruh adanya Influencer menunjukkan perilaku konsumtif terjadi di masyarakat karena teknik promosi secara persuasif yang mereka lakukan dalam social media. Hal ini tentunya berdampak pada kondisi sosial yang bersifat menguntungkan bagi para penjual dan penyedia jasa layanan e-commerce dimana keuntungan yang mereka dapatkan akan semakin bertambah dari adanya peningkatan pembelian namun berdampak negatif pada konsumen yang akan bertindak konsumtif.(6)

Generasi milenial beberapa tahun belakangan ini sering didengungkan, terutama di media sosial. Generasi ini merupakan generasi yang sangat dekat dengan dunia digital karena menjadikan digital sebagai ruang pribadinya dalam mengakses, mendapatkan, membagikan semua bentuk informasi yang mereka temui di internet. Apapun yang mereka temui ketika berselancar segera dijadikan sumber informasi untuk dibagikan ke publik. (7)

Milenial atau sering disebut generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah generasi X. Generasi milenial adalah generasi yang lahir ditahun 1980 sampai tahun 2000an. Milenial selalu berkaitan dengan teknologi dan menjadi sorot utama pada saat ini, baik di media maupun masyarakat.(8) Generasi ini memiliki karakteristik komunikasi yang terbuka dimana kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi saat ini yang terus berinovasi. Sebagai pengguna media digital yang aktif tentu hal ini membawa perubahan dalam perilaku dan berpikir mereka dimana mereka lebih cepat tanggap akan sesuatu hal yang baru. Pemahaman dan penggunaan yang baik akan media digital akan membuat generasi milenial ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang cepat dengan karakteristik sebagai pengguna media digital yang baik.(9)

Saat ini pengembangan ekonomi digital berbasis perkembangan zaman di Indonesia perlu ditingkatkan. Perkembangan ekonomi digital juga tidak dapat terlepas dari generasi muda sebagai generasi milenial yang paham akan perkembangan teknologi.(10) Generasi muda adalah sumber daya produktif yang dengan ide kreatifnya dapat membuka sebuah usaha (wirausaha) yang juga membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatan kerja produktif. Semakin banyak anak muda yang berkecimpung di dunia wirausaha, semakin banyak pula produktivitas yang dihasilkan sehingga berdampak pula padameningkatnya perkembangan ekonomi nasional.(11)

Program kewirausahaan di tengah Pandemi COVID-19 ini menjadi hal yang perlu mendapat perhatian dan pendampingan.(12) Program kewirausahaan sendiri sudah mendapat sinyal yang kuat dalam berbagai pidato Presiden Jokowi pada berbagai kegiatan, diantaranya

adalah pada saat program cakup digital yang diluncurkan Mei 2021 menyebutkan bahwa usaha-usaha mandiri perlu untuk terus digalakkan dengan memberikan pendampingan berupa usaha-usaha mandiri yang dapat dilakukan oleh masyarakat maupun kelompok masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi secara digital, dimana aktivitas ini menjadi peluang dalam usaha ekonomi digital dan sejalan dengan prediksi BI maupun Google (2020) bahwa pada tahun 2025 Indonesia akan menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di ASEAN dengan nilai ekonomi digital mencapai USD 150 atau lebih dari 2.040 Triliun, sehingga memberi nilai tambah 10% terhadap PDB.(13) Hal ini didukung dengan keberadaan Startup Unicorn yang telah menggunakan basis teknologi digital dalam menggerakkan ragam usaha masyarakat dari berbagai skala usaha dan lebih banyak dikuasai oleh kaum milenial.(14) Melalui penelitian ini akan dibahas bagaimana kaum milenial dalam perkembangan ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Langkah Langkah Metode *Systematic Literature Review*

Penelitian menggunakan metode *Systematic Literature Review* di beberapa web penelitian jurnal database yang digunakan untuk mencari artikel mengenai penelitian yang relevan. Metode *Systematic Literature Review* adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu pada pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait dan fokus pada topik tertentu. *Systematic Literature Review* berprinsip bahwa metode penelitian yang merangkum hasil-hasil penelitian primer untuk menyajikan fakta yang lebih komprehensif dan berimbang. Langkah-langkah melakukan *Systematic Literature Review* adalah sebagai berikut, (Perry & Hammond, 2002): (1) Mengidentifikasi pertanyaan penelitian; (2) Mengembangkan protokol penelitian; (3) Menetapkan lokasi data base hasil penelitian sebagai wilayah pencarian; (4) Menyeleksi hasil-hasil penelitian yang relevan ; (5) Memilih hasil penelitian yang berkualitas ; (6) Ekstraksi data dari studi individual; (7) Sintesis hasil penelitian (funnel plot dan forest plot); (8) Penyajian hasil penelitian dalam laporan penelitian.

a. Prosedur Pencarian

Saat Melakukan Penelitian bermetode *Systematic Literature Review* langkah – langkah yang dilakukan adalah yang pertama mengidentifikasi pertanyaan penelitian Pencarian berkaitan dengan menemukan sumber yang relevan terkait ekonomi digital, kaum milenial serta kaita antara kaum milenial dengan perkembangan ekonomi digital. Adapun pencarian sumber data atau literatur dilakukan dengan pencarian elektronik menggunakan data base sebagai berikut: Google Scholar, Ebsco-host, Cambridge Journal, Oxford Journal, Sage Journal, Scientific Electronic Library, Taylor & Francis, dan PubMed. Selanjutnya kata kunci yang digunakan sebagai berikut: ekonomi digital, kaum milenial dan perkembangan ekonomi digital..

b. Prosedur Pemilihan

Literatur yang akan dianalisis memiliki kriteria untuk dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

1. Kaum milenial
2. Perkembangan ekonomi digital
3. Kaum milenial dan ekonomi digital

Abstrak pada literatur yang diperoleh dari pencarian secara elektronik dan sesuai dengan kata kunci, selanjutnya dibaca untuk menentukan apakah sesuai dan cocok dengan kriteria yang telah ditentukan

c. Prosedur Analisis

Pada tahap ini penulis mengkaji kajian pustaka secara mendetail dan mendalam untuk mendapatkan temuan/inti pentingnya. Sehingga poin-poin penting dari beberapa hasil penelitian, hasil sumber-sumber diekstraksi dan dikemas menjadi topik bahasan yang lebih padat dan tidak mengandung bias merupakan kunci penting hasil penelitian. Informasi yang ditulis meliputi tentang penulis, lokasi penelitian dan tahun terbitnya artikel, karakteristik

subjek, objek dan hasil temuan (kesimpulan penelitian). Kemudian data yang diperoleh dibandingkan, sedangkan desain intervensi dan hasil masing masing literatur dianalisis. Dilakukan analisis deskriptif untuk memperoleh informasi dari setiap literatur

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penelitian Mengenai Kaum Milenial dan Ekonomi Digital

Penelitian oleh Almar Nor Ikhwan bahwa Indonesia sedang menghadapi era Revolusi Industri ke-4 atau Revolusi Industri 4.0 pada saat ini. Maka dari itu perubahan di sektor ekonomi bisnis merupakan hal yang baik menuju smart bussiness. Seiring dengan perkembangan informasi dan teknologi digital, kompetisi dalam bisnis dan pembangunan yang semula menitik beratkan pada pemanfaatan sumber daya alam akan bergeser kepada penguasaan teknologi informasi dan teknologi digital. Disinilah pentingnya inovasi dalam berbisnis. Era revolusi industri 4.0 membuka kesempatan bagi wirausahawan muda milenial di sektor ekonomi bisnis untuk menjadi tenaga ahli yang sesuai dengan pengetahuan dan perkembangan teknologi terkini. Untuk itu, diperlukan pelaksanaan program peningkatan keterampilan, pembaharuan keterampilan sehingga para tenaga kerja siap bersaing berdasarkan kebutuhan dunia industri saat ini.(15)

Penelitian Rina Suthia Hayu oleh bahwa Generasi millennial di Indonesia saat ini memiliki pangsa pasar paling besar, namun belum banyak studi yang membahas mengenai marketing pada generasi millennial Indonesia, khususnya marketing pada unit bisnis yang memasarkan produknya kepada konsumen akhir (B2C-business to consumer). Menilik fenomena saat ini, yaitu 1) Maraknya pertumbuhan dan persaingan pelaku usaha retail online baik asing maupun lokal yang berkompetisi di Indonesia. 2) Semakin berkembangnya teknologi software dan hardware dalam digital marketing yang melahirkan inovasi-inovasi pemasaran. 3) Peran besar millennial dalam pemasaran digital, karena saat ini mereka adalah generasi yang lebih mengerti teknologi, tumbuh di dunia media sosial, dibesarkan dalam budaya ekspresi, sadar atas keterikatan dengan perubahan teknologi dan mampu belajar melalui interaksi online, telah mendorong peneliti untuk melakukan riset konseptual dengan menciptakan keterbaharuan pada atribut variabel Digital Content Marketing.(12)

Penelitian oleh Cisilia Sundari bahwa Saat ini Indonesia mengadapi era Revolusi Industri 4.0, dimana rantai suplai bisnis terhubung secara digital yang berakibat penyederhanaan rantai suplai. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan fokus pada studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pesatnya perkembangan bisnis utamanya UMKM dan Usaha Kreatif yang menggunakan teknologi digital di Indonesia. Era Revolusi Industri 4.0 bagi kaum milenial yang kreatif dan inovatif menjadi peluang dan tantangan dalam menjalankan bisnis di Indonesia. Peran serta pemerintah menjadi sangat krusial untuk membangun ekosistem yang mendukung serta memberikan fasilitas yang memadai baik berupa regulasi maupun sarana teknologi bagi bertumbuhnya UMKM dan Usaha Kreatif di Indonesia(16)

Penelitian oleh Rida kartika dkk bahwa Saat ini pengembangan ekonomi kreatif berbasis perkembangan zaman di Indonesia perlu ditingkatkan. Ekonomi kreatif Indonesia sebagai kekuatan baru menuju 2025 tidak hanya sebatas semangat tetapi juga mission statement untuk berkreasi dengan mengatasnamakan identitas budaya Indonesia pada setiap karya kreatif yang diciptakan oleh anak bangsa. Perkembangan ekonomi kreatif juga tidak dapat terlepas dari generasi muda sebagai gudang kreativitas. Generasi muda adalah sumber daya produktif yang dengan ide kreatifnya dapat membuka sebuah usaha (wirausaha) yang juga membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatankerja produktif. Semakin banyak anak muda yang berkecimpung di dunia wirausaha, semakin banyak pula produktivitas yang dihasilkan sehingga berdampak pula padameningkatnya perkembangan ekonomi nasional.(11)

Penelitian oleh Muhammad Hasan dkk bahwa adanya keterbukaan pelaku usaha millennial terhadap ekonomi digital sebagai penunjang dalam melakukan pemasaran. Hal ini disebabkan

karena generasi millennial adalah generasi yang sudah sangat akrab dengan teknologi sehingga tidak sulit untuk beradaptasi ketika ekonomi digital muncul dan berkembang. Penelitian ini berimplikasi pada kesadaran tentang pentingnya penggunaan teknologi untuk mendukung kegiatan bisnis.(5)

Penelitian oleh Ariawan K Perdana bahwa khususnya dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimilikinya Kreativitas dan kemampuan belajar yang cepat dari generasi milenial sebenarnya menjadi keuntungan bagi perusahaan jika mampu mengakomodir karakter dan kemampuan mereka. Namun di sisi lain, para pekerja generasi milenial juga memiliki potensi mengikuti panggilan jiwa dan idealismenya dalam bekerja. Para milenial juga tergolong idealis dengan pola relasi kerja yang humanis. Sebagai generasi yang tumbuh besar dengan keleluasaan informasi, mereka berkarakter open minded, menjunjung tinggi kebebasan, dan berani. Sehingga mereka cenderung responsif dan kritis jika sistem di tempat bekerjanya tidak mendukung aspek-aspek seperti keterbukaan informasi atau malah mengekang kreativitas mereka.(1)

Penelitian oleh Rifqi dan J Jaamaluddin bahwa di era digital sekarang kita sudah diberikan banyak manfaat oleh teknologi, diantaranya dalam bidang usaha ataupun bisnis. Bahkan saat ini untuk menjalankan sebuah wirausaha dapat dilakukan tanpa modal yang besar dan tempat yang strategis sekalipun. Pada zaman ini semua orang dapat menjalankan bisnis hanya dengan bermodalkan sebuah teknologi informasi melalui internet atau sosial media. Toko Online dapat dibuat dengan mudah melalui pemanfaatan teknologi tersebut. Bahkan kalangan generasi milenial saat ini mampu berbisnis online hingga mendapat penghasilan dari buah tangannya sendiri, hal ini akan merubah pola pikir para generasi milenial untuk tidak menjadi seorang pegawai negeri maupun urban yang bekerja di kota maupun di negara asing hanya demi mengais rejeki. Tentu saja dengan kondisi yang seperti ini pasti akan berdampak pada terangkatnya perekonomian bagi negara Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial para milenial dapat menjalankan bisnis mereka sendiri dan mempunyai penghasilan pribadi.(13)

3.2 Pembahasan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat sekarang ini telah membuat dunia seakan tanpa batas, berbagai macam aktivitas komunikasi secara maya ke seluruh penjuru dunia dalam waktu singkat serta majunya teknologi dan komunikasi memicu berbagai perubahan kehidupan manusia. Kemajuan tersebut memunculkan inovasi baru yang berpengaruh pada beberapa sektor, seperti ekonomi, budaya, dan sosial.(4)

Perkembangan digitalisasi telah menciptakan terobosan baru di bidang ekonomi, yaitu dalam interaksi bisnis ke bisnis, bisnis ke pelanggan. Persaingan UMKM yang semakin ketat dalam hal Ekonomi Digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi, oleh sebab itu para UMKM harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan Ekonomi Digital. Digitalisasi membuat pengusaha lebih mudah memperkenalkan merek dan memasarkan produknya. Jika dulu sulit mencari pemasok, kini hampir semua barang mudah ditemukan di platform perdagangan elektronik.(17)

Era Industri 4.0 akan menumbuhkan model bisnis berbasis digital dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan kualitas produk yang lebih baik. Ada 4 hal yang perlu dioptimalkan oleh pelaku usaha terkait dengan industri 4.0, yaitu: 1) Mesin lama + koneksi cepat = mesin baru, 2) Standar terbuka = ekonomi terbuka, 3) Otomatisasi = peluang kerja baru, dan 4) Teknologi terhubung = kemudahan dan efisiensi bagi konsumen.(17) Perubahan perilaku masyarakat saat

ini yang sedang mengikuti perkembangan teknologi disebut society 5.0 setiap tatanan pada society 5.0 terpusat pada manusia dan basisnya teknologi. Pada perilaku society 5.0 manusia

akan diterjemahkan dengan kecerdasan buatan artificial intelligence sebuah peluang baru yang menjadikan manusia untuk membuka peluang kemanusiaan. Perilaku masyarakat saat ini lebih memilih sistem online demi kemudahan untuk segala kegiatan.(18)

Dalam Era Ekonomi Digital, informasi bukan lagi sekedar media untuk bertransaksi dan berkomunikasi, melainkan menjadi sumber utama yang mendatangkan profit dalam perekonomian. Ekonomi Digital mendorong perubahan pola pikir individu dan organisasi dalam pengambilan keputusan ekonomi, terutama sebagai akibat dari perkembangan internet dan teknologi perangkat telepon seluler. Ekonomi digital mampu menyediakan akses bagi pengadaan dan persediaan barang dan jasa yang mendukung operasional usaha (bisnis) di sektor industri dan perdagangan.

Salah satu penggerak terbesar ekonomi adalah generasi millennial. Generasi millennial adalah generasi yang lahir dalam kurun waktu akhir tahun 70-an sampai awal tahun 90-an. Populasinya terhitung sangat besar dan sedang ada dalam usia produktif (20–30 tahun). Generasi millennial adalah generasi yang terpapar dengan teknologi informasi dan telekomunikasi.(19) Social Media adalah sebuah wadah yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Social Media memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat, khususnya di generasi milenial. Pengguna internet di Indonesia pada rentang usia 15-19 tahun mencapai 91%, lalu pada rentang usia 20-24 tahun sebesar 88,5%, 25-29 tahun sebesar 82,7%, 30-34 tahun sebesar 76,5%, dan 35-39 tahun sebesar 68,5%.(20)

Kesiapan generasi milenial dibandingkan dengan generasi lainnya jauh lebih mumpuni dalam menghadapi perubahan zaman dengan perkembangan teknologi dalam rangka penerapan ekonomi digital seperti dewasa ini. Indonesia juga sudah memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), pergerakan sumber daya maupun produk dan jasa akan jauh lebih transparan lagi, sehingga mendorong kita untuk terus meningkatkan kemampuan, keahlian untuk tetap bertahan hidup di era ekonomi digital.(19)

Fenomena social media influencer yang sedang marak saat ini memberikan pengaruh yang besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup yang lebih memperhatikan prestige membuat masyarakat terbawa oleh arus gaya kekinian yang dipopulerkan oleh para social media influencer. Besarnya konsumsi masyarakat akan produk-produk yang dipromosikan oleh social media influencer sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi digital. Hal ini didukung dengan tingkat kepercayaan terhadap social media sebanyak 51% pada tahun 2018 (Edelman, 2018). Kepercayaan yang dibangun oleh social media influencer dengan para pengikutnya tersebut menyebabkan konsumsi akan suatu brand meningkat.

Kelompok milenial ini bisa menjadi *economy Key player* yang dapat berperan dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi digital. Potensi ini didukung oleh pertumbuhan digitalisasi sebagai gaya hidup baru dalam bertransaksi generasi milenial. Kaum milenial Indonesia telah terkoneksi dengan internet dalam hampir semua aktifitas harian mereka. Ada 171,17 juta pengguna internet Indonesia di tahun 2018. Dari segmen umur, ternyata dari usia 15-19 tahun mempunyai penetrasi paling tinggi mencapai 91%. Usia milenial lainnya yang menempati posisi teratas soal pengguna internet di Indonesia yaitu usia 20-24 tahun dengan penetrasi 88,5% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Secara umum kalangan milenial telah memiliki kemampuan keuangan yang cukup.

Dari branding yang dilakukan oleh Social Media Influencer berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat korelasi yang kuat antara promosi yang mereka lakukan terhadap minat beli konsumen, dimana influencer meningkatkan minat pembelian sebanyak 89,7% (Astuti, 2016). Karena tingginya pengaruh tersebut, banyak perusahaan menggunakan influencer untuk meningkatkan engagement dari produk yang dijual. Daya tarik yang dimunculkan oleh influencer berdasarkan kredibilitas, kemampuan berkomunikasi, dan tingginya atensi publik terhadap influencer tersebut yang diamati dari banyaknya jumlah pengikut di media sosial mereka dapat meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat luas serta tingkat pemasaran

SIMPULAN

Bagi pelaku usaha milenial beradaptasi dengan penggunaan teknologi tidaklah sulit, hal ini dikarenakan mereka lahir ketika teknologi kian meraja. Oleh karena itu, untuk pemasalahan teknologi, pelaku usaha milenial sangatlah paham. Dengan munculnya atau berkembangnya ekonomi digital, maka pelaku usaha milenial ini sudah mampu menggunakan dan beradaptasi, terlebih lagi ekonomi digital menjadi penunjang dalam melakukan transaksi jual beli tanpa terbatas oleh ruang dan waktu atau dalam artian bisa menunjang dalam melakukan pemasaran. Dengan berkembangnya ekonomi digital, maka akan ada kemungkinan untuk mengatasi masalah-masalah terkait pemasaran tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bentuk keterbukaan pelaku usaha milenial terhadap ekonomi digital utamanya sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran.

Dalam Era Ekonomi Digital, informasi bukan lagi sekedar media untuk bertransaksi dan berkomunikasi, melainkan menjadi sumber utama yang mendatangkan profit dalam perekonomian. Ekonomi Digital mendorong perubahan pola pikir individu dan organisasi dalam pengambilan keputusan ekonomi, terutama sebagai akibat dari perkembangan internet dan teknologi perangkat telepon seluler.

Sikap bijak terhadap segala macam promosi barang dan jasa di internet terutama dari social media influencer sangat dibutuhkan untuk dimiliki oleh setiap konsumen. Diperlukan adanya sikap keingintahuan terhadap suatu barang dan jasa yang akan dibeli dalam bentuk mencari informasi atau berupa review product sehingga lebih mempercayai baik buruknya produk tersebut. Selain itu, konsumen pun harus lebih mengetahui apakah barang yang akan dibeli adalah suatu kebutuhan atau hanya keinginan tanpa mengetahui manfaatnya. Dengan upaya tersebut, maka sikap konsumtif dapat diminimalisir.

SARAN

Penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan dan diperlukan beberapa perbaikan. Oleh karenanya itu, penulis mengharapkan adanya penelitian selanjutnya yang menutupi kekurangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Perdana A. Generasi Milenial Dan Strategi Pengelolaan SDM Era Digital. *J Stud Pemuda*. 2019;8(1):75.
 2. Serang R, Christiani Y, Rane M. Inovasi Pengembangan Ekonomi Digital In The Village Of The Waters. *J TEKMAS*. 2021;1(1):31– 6.
 3. Apriliani W, Nur Fadhillah R, Pradani Dewi A, Fatichatul Muna L. Analisis Minat Investasi Terhadap Kaum Milenial. *Academiaedu [Internet]*. 2021; Available From: https://www.academia.edu/download/67635021/Kelompok_8_MIPMS_A.Pdf
 4. M. Yemmartotillah RI. Literasi Digital Bagi Keluarga Milenial Dalam Mendidik Anak Di Era Digital. *Contin Educ J Sci Res*. 2021;2(2):1– 13.
 5. Hasan M, Miranda M, Handayani AA, Nuraisyiah N, Nurdiana N. Keterbukaan Pelaku Usaha Millenial Terhadap Ekonomi Digital Dalam Kegiatan Pemasaran. *EKOMBIS Rev J Ilm Ekon Dan Bisnis*. 2022;10(S1):133– 48.
 6. Maulana I, Manulang JM Br., Salsabila O. Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital. *Maj Ilm Bijak*. 2020;17(1):28– 34.
 7. SARI S. Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Prof J Komun Dan Adm*
-

- Publik. 2019;6(2):30– 42.
8. Yudhistira A, Suryani J. Pelatihan Digital Milenial: Milenial Sebagai Generasi Positif Di Era Digital. *J Pengabdian ...* [Internet]. 2022;1:41– 50. Available From: <http://ejournal.untag-smd.ac.id/index.php/LAMIN/Article/View/6364><http://ejournal.untag-smd.ac.id/index.php/LAMIN/Article/Download/6364/5934>
 9. Wasilah F, Mufid AK, Rosidi I, Ariesta N. Mengembangkan Kewirausahaan Berbasis Digital (Studi Kasus Usaha Online Bucket Dan Hampers). *Ico Edusha Int Conf Educ Manag Sharla Econ*. 2021;Vol. 2.
 10. Apriliana Widorekno R, Apriliani Widorekno R. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial LITERASI DIGITAL DALAM MEMBANGUN SUMBER DAYA MANUSIA PERTAHANAN YANG UNGGUL 1. 2021;8(4):793– 802. Available From: <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Nusantara/Index>
 11. Kartika R, Fasa MI, Suharto S. Perkembangan Ekonomi Kreatif Dikalangan Generasi Millennial Muslim Dengan Melihat Peluang Di Kemajuan Zaman. *J Bina Bangsa Ekon*. 2022;15(1):257– 66.
 12. Hayu RS. Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manaj Dan Kewirausahaan)*. 2019;4(1):61.
 13. Informatika ST, Studi P, Elektro T. MEMANFAATKAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM BERWIRAUSAHA DI ERA GLOBALISASI UNTUK MENARIK MINAT GENERASI. :1– 5.
 14. Halisa NN, Hidayah S. Analisis Strategi Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Komunitas Lokal Generasi Milenial Di Kota Banjarmasin. 2022;7(April):65– 70.
 15. Nor Ikhwan A. Startup Digital Business: Sebagai Inovasi Wirausahawan Milenial. *J Speed-Sentra Penelit Eng Dan Edukasi* [Internet]. 2021;13(1):2021. Available From: <http://speed.web.id/jurnal/index.php/speed/article/download/673/664>
 16. Sundari C. Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *Pros Semin Nas DAN CALL Pap*. 2019;(Fintech Dan E-Commerce Untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Dan Industri Kreatif):555– 63.
 17. Syikin N, Mane A, Jafar S. Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Univ Bosowa Makassar*. 2020;6(5):219– 30.
 18. Hatami M. The Effects Development Of The Industrial Revolution 4.0 And Society 5.0 On Msmes In The Pandemic Period Oleh. 2020;0– 3. Available From: http://idea.warta17agustus.com/id/eprint/985/3/Mohammad_Hatami_Efek_Perkembangan_Revolusi_Industri_4.0_Dan_Society_5.0_Terhadap_UMKM_Di_Masa_Pandemi.Pdf
 19. Vanomy AE, Harris I. Analisis Peran Wanita Generasi Milenial Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Dalam Era Ekonomi Digital Di Kepulauan Riau Indonesia. *J Bisnis Dan Manaj*. 2021;8(2):300– 10.
 20. Atmajaya, R., & Mubarak M. Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Kalangan Kaum Milenial Untuk Pengembangan Ekonomi Syariah. *J Inov Penelit*. 2022;2(12):4139– 44.