



Teknologi Media Digital Terhadap Produktifitas Serta Dampanya Pada Bidang bisnis, dan Sosial budaya (Studi Kasus Desa Bone Kec. Bajeng Kab. Gowa Sulawesi Selatan)

Hery Fadly¹, Deddy Yusuf²

^{1,2}Universitas, Megarezky, Makassar, Indonesia

Corresponding author*

E-mail: heryfadly393@gmail.com

Article history

Received : 24-01-2024

Revised : 25-01-2024

Accepted : 29-01-2024



This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution-
ShareAlike 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Abstrak

Bisnis online adalah bisnis riil yang menggunakan media internet yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal tersedia secara luas untuk bisnis dan individu. Transformasi ini bisa membantu mereka mendapatkan cara melakukan operasi bisnis sehari-hari. Konten Digital ini dapat memaksimalkan manfaat dari aset data dan inisiatif yang berfokus pada teknologi. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan tinjauan terhadap literatur yang ada tentang konten digital dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan dan untuk menekankan aplikasi, metodologi, dan masa depan media sosial dalam manajemen operasi dan rantai pasokan. Untuk mengorganisir, menilai, dan mensintesis literatur yang ada, studi ini menggunakan pendekatan tinjauan literatur sistematis. Temuan ini menunjukkan bahwa potensi disruptif dari media sosial belum sepenuhnya diapresiasi oleh para praktisi dan akademisi manajemen operasi dan rantai pasokan, sehingga bidang integrasi media sosial - manajemen operasi dan rantai pasokan masih dalam tahap awal. Hasilnya, para praktisi mendapatkan wawasan sekaligus menggarisbawahi pentingnya menggabungkan media sosial untuk meningkatkan efektivitas manajemen operasi dan rantai pasokan

Kata kunci: *Teknologi Digital, Manajemen Operasi, Produktifitas*

PENDAHULUAN

Situmorang, J. R. (2012) bahwasanya Internet menjadi new media yang paling banyak dimanfaatkan oleh manusia. Hal tersebut dapat terjadi disebabkan oleh, pertama, pengguna Internet di seluruh dunia sangat banyak yang diperkirakan tahun 2011 ini berjumlah 2 milyar orang dan kedua, Internet menyediakan aplikasi yang sangat beragam yang memungkinkan

orang melakukan bermacam kegiatan di Internet, sebut saja situs jejaring sosial, situs berbagi video, game online, blog, bisnis online, konferensi video, e-books, koran online, forum chatting online, milis dan lain sebagainya (Supatminingsih dkk., 2023).

Madiistriyatno H (2023) Bisnis semakin banyak memanfaatkan platform media sosial dan data yang disediakan oleh platform ini untuk pemasaran, kreasi bersama, dan interaksi dengan pelanggan. Namun, peran media sosial dalam konteks manajemen operasi dan rantai pasokan masih belum jelas.

Fadly, H. (2023) Sosial media dalam praktiknya dapat memberikan pengaruh yang baik bagi para pelakunya karena membeikan berbagai macam informasi yang dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat pengguna internet dimanapun mereka berada dan waktu yang tak ditentukan.

Muhamad Irsyam (2013), revolusi digital ini telah dimulai pada awal tahun 1990-an di dunia. Dengan mengingat prinsipprinsip sistem digital tadi, maka era digital merupakan era di mana aliran informasi melalui media-media komunikasi bersifat jelas, akurat dan cepat (Akib, & Nur, 2023).

Fadly, H. (2023) menyatakan bahwa teknologi digital pada dasarnya ialah alat yang dapat mempermudah masyarakat dalam menyajikan informasi baik itu dalam segala halnya tergantung apa yang diinginkan penggunaanya. Dapat disebut juga dengan istilah Bit (Binary Digit). Bilangan biner ini yang menjadi tumpuan dari segala perintah-perintah dan menjadi kode dalam istilah sebuah sistem digital. BIT merujuk pada sebuah digit dalam sistem angka biner contohnya angka 10010 memiliki panjang 5 bit. Digit biner hampir selalu digunakan sebagai satuan terkecil dalam penyimpanan dan komunikasi informasi di dalam teori komputasi dan informasi digital. Pengertian bit ini sangat penting ketika mempelajari transmisi data dan penyimpanan data secara digital. Teknologi digital pada dasarnya hanyalah sitem menghitung sangat cepat yang memproses semua bentuk informasi sebagai nilai-nilai numeris. Sebelum terjadi perkembangan dari digital modern, hampir semua sistem menghitung dan komunikasi adalah analog.

H mustaf (2011) asumsi-asumsi dasar yang paling banyak sumbangannya kepada pendekatan psikologi sosial. Perspektif perilaku menyatakan bahwa perilaku sosial kita paling baik dijelaskan melalui perilaku yang secara langsung dapat diamati dan lingkungan yang menyebabkan perilaku kita berubah. Perspektif kognitif menjelaskan perilaku sosial kita dengan cara memusatkan pada bagaimana kita menyusun mental (pikiran, perasaan) dan memproses informasi yang datangnya dari lingkungan .

Mulyono, F. (2012). Perasaan Positif adalah faktor yang paling signifikan dari komponen afektif ketika dikaitkan dengan berkaitan dengan perasaan yang positif ketika berbelanja, pemasar sebaiknya semakin memperhatikan beberapa hal berkaitan dengan lingkungan toko, yaitu faktor fisik - yang terdiri dari musik dalam toko, tingkat kepadatan pembeli dalam toko, display produk dan variasi produk yang disediakan - dan faktor sosial yang terdiri dari kualitas hubungan yang terjadi antara pegawai toko dan (calon) konsumen dan kualitas hubungan manajer toko dengan bawahannya.

Solehudin, M. M (2023) Digital business atau disebut juga bisnis digital adalah bisnis terancang saat ini yang diperkirakan terus berkembang setiap tahun dan semakin lama akan meningkat tajam. Bisnis digital di sini adalah bisnis online. Bisnis

digital atau bisnis online adalah bisnis riil yang menggunakan media internet. Bisnis digital adalah bisnis yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal. Teknologi informasi telah mengubah infrastruktur dan operasi bisnis sejak Internet menjadi tersedia secara luas untuk bisnis dan individu. Transformasi ini telah sangat mengubah cara bisnis melakukan operasi sehari-hari mereka. Ini telah memaksimalkan manfaat dari aset data dan inisiatif yang berfokus pada teknologi.

Sulwan, S. (2022) Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku industri mebel, anyaman dan lampit rotan di Sentra kerajinan rotan Amuntai memiliki kecenderungan yang sama yakni mereka memiliki sikap keorisinilan dalam inovasi produk, pengambilan risiko untuk melakukan diversifikasi produk dan kepemimpinan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan karyawan namun belum memiliki sikap orientasi tugas dan hasil terhadap profit yang maksimal hanya sebatas pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pengambilan risiko, pandangan akan masa depan dan belum memiliki sikap kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan melibatkan karyawan untuk memberikan saran/ide pada usahanya.

Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2023) E-Governance adalah hubungan timbal balik antara pemerintah (penyelenggara otoritas negara) dengan masyarakat atau warga negara. Ukuran keberhasilan E-Governance dalam hal ini adalah, hubungan timbal balik yang saling memperkuat ataupun saling memperbaiki antara keduanya. Melalui media sosial, dimungkinkannya masyarakat untuk berekspresi, berbicara, termasuk mengkritik pemerintah secara langsung dan terbuka.

Maulana, S. M. (2015) Implementasi e-commerce dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko yang sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Ulfah, F. (2021) bahwa naik turunnya keputusan konsumen dalam online shopping ditentukan oleh seberapa baik tingkat kebudayaan, sosial, pribadi maupun faktor psikologis konsumen. Dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen diawali dengan rangsangan yang kemudian dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis dan memengaruhi konsumen dalam pemilihan produk dengan merek tertentu. Konsumen mungkin juga membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah tinjauan pustaka sistematis adalah metode *literature review* yang mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasi seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian, untuk menjawab pertanyaan penelitian (research question) yang telah ditetapkan sebelumnya. Systematic review adalah kajian yang menggunakan studi-studi yang sudah ada dan telah digunakan oleh para peneliti lain yang dilakukan secara sistematis dan kualitatif untuk memperoleh pendalaman atas suatu hal.

Langkah yang perlu kita lakukan adalah menyusun protokol SLR (SLR Protocol). Protokol SLR adalah rencana yang berisi prosedur dan metode yang kita pilih dalam melakukan SLR. Secara umum Protokol SLR biasanya memuat 7 elemen di bawah:

1. Background
2. Research Questions
3. Search terms
4. Selection criteria
5. Quality checklist and procedures
6. Data extraction strategy
7. Data synthesis strategy
(Wahono, 2015)

Systematic review menerapkan strategi ilmiah untuk memberikan ringkasan eksplisit dari semua studi tentang pertanyaan tertentu, sehingga memungkinkan materi yang akan diambil dari seluruh temuan yang relevan mengenai topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari pengamatan peneli dari objek yang diteliti dan dibantu dari beberapa referensi yang dikutip dari platform pencarian artikel dengan memilih tiga sumber yaitu "web of science", "scopus", dan google scholar dengan kata kunci pilihan, maka dapat diberikan hasil sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Umum

E-commerce juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum. Bukan hanya bagi pihak penjual, namun pembeli. Secara umum, ada beberapa keuntungan dalam penggunaan customer. Di bawah ini adalah manfaat e commerce bagi pihak pemilik usaha atau seller. Jangkauan pasar luas Dengan kehadiran e commerce, maka penjual memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Karena berbasis pada sistem online global. Bukan hanya bisa menjangkau market dalam negeri, namun juga luar negeri. Karena saat ini ada banyak platform e commerce yang dapat membantu pihak penjual untuk menjual produknya di berbagai negara.

Mengurangi infrastruktur Dengan menggunakan e commerce sebagai basis berjualan. Sebuah perusahaan tidak harus lagi membuka cabang di berbagai wilayah. Karena dengan satu toko online saja, sudah bisa menjangkau seluruh bagian di suatu negara.

Anggaran keluar berkurang Penggunaan anggaran yang berlebihan dapat dikurangi apabila memanfaatkan e commerce, yang memang basisnya adalah sistem online. Jadi, pihak penjual Kehadiran e commerce juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum.

2. Pemanfaatan Internet dalam bidang bisnis

Dibagi menjadi dua bagian yaitu bisnis online dan pemasaran.

1) Bisnis Online

Internet juga dapat dijadikan media untuk melakukan bisnis, maka kemudian berkembanglah apa yang dikenal dengan istilah bisnis online. Dengan bermodalkan sebuah situs yang dirancang untuk bisnis online maka bisnis yang dilakukan melalui dunia maya sudah dapat berlangsung. Peluang bisnis non konvensional ini langsung direspon oleh banyak pihak, ada pihak yang memang serius terjun ke bisnis online namun banyak juga yang sekedar mencoba-coba. Bisnis online yang tumbuh mulai dari skala kecil sampai skala besar. Di antara perusahaan yang sukses mendunia melakukan bisnis lewat

internet adalah amazon.com yang sering dijadikan contoh ideal kesuksesan dari sebuah bisnis online.

Bisnis online melalui Internet pada dasarnya merupakan bisnis yang menjanjikan mengingat pasarnya adalah pengguna Internet yang tersebar di seluruh dunia. Namun dalam prakteknya banyak kendala yang menghambat perkembangan bisnis online. Pertama, masalah keamanan dalam melakukan transaksi online. Masih banyak orang yang ragu apakah transaksi pembayaran kartu kredit yang dilakukannya benar-benar aman? Meskipun situs bisnis online tersebut sudah menggunakan sistem pengamanan yang canggih seperti SSL Secure namun tidak dapat seratus persen meyakinkan konsumen bahwa transaksi telah berlangsung dengan aman.

2) Pemasaran

Peranan Internet dalam dunia bisnis yang sangat signifikan adalah berubahnya konsep pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan mulai memanfaatkan Internet sebagai ajang promosi ke seluruh dunia dengan membuat sebuah situs resmi perusahaan. Situs perusahaan umumnya menampilkan company profile, produk yang dijual dan berita menyangkut aktivitas perusahaan. Perusahaan juga menyediakan fasilitas email bagi orang yang hendak menghubungi perusahaan. Tidak hanya perusahaan besar bahkan perusahaan yang lebih kecilpun memiliki situs karena membuat sebuah situs tidaklah sulit dan biayanya relatif terjangkau. Yang membedakan adalah tampilan situs tersebut dimana situs perusahaan besar biasanya dikelola secara khusus sehingga data dan tampilannya sering diperbarui. Internet juga dijadikan sebagai media untuk menggaet calon konsumen atau pelanggan.

Caranya adalah Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dengan mengirim email dan newsletter yang dalam teori pemasaran merupakan contoh pemasaran langsung melalui Internet. Salah satu jenis pemasaran yang memanfaatkan berbagai media yang ada di Internet adalah viral marketing atau pemasaran viral. Pemasaran viral adalah model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media Internet atau Internet Word of Mouth. Viral berarti virus yang penyebarannya berlangsung dengan cepat.

3. Manfaat pada Bidang Sosial Budaya

" Today, we are living in digital world where new media technology has changed the world. We all have been heavily influenced by new media technology. We all use internet for information and connection purpose. The advent of internet has drastically changed our life styles". Internet sebagai new media dengan berbagai macam aplikasinya telah mengubah dunia. Gaya hidup dan perilaku masyarakat banyak dipengaruhi oleh Internet.

Dampak dari Internet sangat terasa dalam bidang sosial budaya yang menyangkut kehidupan sehari-hari masyarakat. Beberapa aplikasi Internet yang populer di kalangan pengguna Internet dan adalah koran online, situs jejaring sosial, situs berbagi video dan blog. Pengaruh dari new media tersebut sering juga menjangkau masyarakat yang tidak mengakses internet.

1. Situs jejaring sosial

Begitu banyak orang yang gandrung terhadap situs jejaring sosial di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Situs jejaring sosial yang populer di Indonesia adalah Facebook dan Twitter. Indonesia termasuk papan atas dalam jumlah pengguna per negara (ranking dunia) di kedua situs tersebut. Dikutip dari International Business Times online disebutkan bahwa pengguna Facebook di Indonesia berjumlah 33 juta orang dan menempati peringkat kedua di dunia. Untuk Twitter, Indonesia juga masuk ke dalam 3 besar dunia dalam hal jumlah pengguna. Apakah hal tersebut merupakan prestasi? Paling tidak, Presiden SBY menganggap itu sebagai hal yang positif, seperti diucapkannya saat memberikan sambutan dalam Overseas Private Investment Corporation (OPIC) yang berlangsung di Ballroom Hotel Sangri La, Jakarta, Rabu tanggal 4-5-2011. "Pemuda kami ini bisa dibilang paling 'connected'. Saat ini kita adalah pengguna Facebook tertinggi kedua di dunia, dan tertinggi ketiga pengguna Twitter," kata SBY.

Jumlah pengguna Facebook sebanyak 33 juta orang masih perlu dipertanyakan, apakah perhitungannya berdasarkan jumlah akun? Pengguna Internet dari Indonesia seringkali berlaku "usil", misalnya seseorang membuka akun di Facebook lebih dari satu, belum lagi berapa banyak akun Facebook palsu. Meskipun demikian harus diakui bahwa pada dasarnya orang Indonesia memang senang berkomunikasi dengan pihak lain. Hal itu sesuai dengan ciri bangsa Indonesia sebagai bangsa yang ramah sehingga wajar saja terdapat banyak pengguna Facebook dan juga Twitter dari Indonesia.

Pada dasarnya situs jejaring sosial adalah sebuah media komunikasi yang melintasi batas negara karena menggunakan fasilitas Internet. Meskipun Facebook dapat dijadikan sebagai media bisnis atau pemasaran namun Facebook lebih berperan sebagai media sosial. Situs jejaring sosial dapat digunakan untuk:

1. Mencari teman lama atau saudara yang sudah putus komunikasi
2. Menjalin hubungan dengan anggota situs lainnya.
3. Menggalang dukungan untuk orang-orang atau sesuatu hal tertentu

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dapat diberikan kesimpulan dalam tulisan ini bahwa Pemanfaatan yang dimaksud adalah untuk tujuan positif Internet merupakan bagian dari teknologi informasi yang terus akan berkembang sebagaimana yang sudah terjadi selama ini. Di masa depan pasti akan muncul new media yang akan menggantikan media yang ada sekarang yang nantinya akan bergeser sebagai old media. Siklus seperti ini akan terjadi selama peradaban manusia dengan Internetnya masih berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Baso Akib, & Apriansyah Nur. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Literasi Keuangan Syariah dan Service Quality Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah

- Bank Syariah Indonesia (Bsi) Cabang Gowa. JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 1(1), 21–29. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v1i1>
- Madiistriyatno, H. (2023). Media Sosial dalam Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan: Eksplorasi Masa Depan. Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi, 2(1), 31-42.
- Mustafa, H. (2011). Perilaku manusia dalam perspektif psikologi sosial. Jurnal Administrasi Bisnis, 7(2).Flew, Terry. 2005. New Media. Oxford University Press
- Mulyono, F. (2012). Faktor demografis dalam perilaku pembelian impulsif. Jurnal Administrasi Bisnis, 8(1).
- Fadly, H. (2023). Pembuatan Akun Pada Sosial Media Sosial Marketing Untuk Menunjang Pemasaran UKM Lorong. ABDI SAMULANG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 22-28.
- Situmorang, J. R. (2012). Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya. Jurnal Administrasi Bisnis, 8(1).
- Solehudin, M. M., Marjuki, M. P., Destina Paningrum, S. E., Aripin, H. Z., Eka Indriyani, M. S., SE, M., ... & S ST, M. M. (2023). PENGELOLAAN MANAJEMEN BISNIS 5.0. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sulwan, S. (2022). Analisis Karakteristik Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis Sebagai Faktor Penentu Pertumbuhan Usaha (Studi Kasus Pada Kopi Nako Margonda Depok) (Doctoral dissertation, Politkenik Negeri Jakarta).
- Tuti Supatminingsih, Febry Anggraeni, & Sumrotul Hasanah. (2023). Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Perkembangan Sistem Finansial Teknologi Berbasis Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta) . JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 1(1), 30–44. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v1i1>
- Wahono, R. S. (2015). A systematic literature review of software defect prediction. Journal of software engineering, 1(1), 1-16.
- Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah: Systematic Literature Review. MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1), 37-45.
- Maulana, S. M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. Jurnal Administrasi Bisnis, 29(1).
- Fadly, H. (2023). Sosialisasi Konten Digital Untuk Mendukung Proses Peingkatan Kinerja Dalam Engefektifkan Manajemen. Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri (JPMM), 1(02), 154-161.Scott, David Meerman. 2007. The New Rules of Marketing and PR. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.