

## **Analisis Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia**

Aulia Nurul Anisa<sup>1</sup>, Eni Setyowati<sup>2</sup>

Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Surakarta

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran ekonomi digital terhadap ketahanan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik OLS (*Ordinary Least Square*). Data yang digunakan adalah data sekunder dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2021 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia (BI), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dan sumber terkait lainnya. Berdasarkan hasil uji F diperoleh bahwa semua variabel bebas secara simultan berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Berdasarkan hasil koefisien regresi dan uji t menunjukkan bahwa, variabel PDB, Jumlah Pengguna Internet, dan Jumlah Nilai Transaksi Uang Elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital mampu berperan sebagai business resilience dan memberikan kontribusi yang baik terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Digital, PDB, dan Pertumbuhan Ekonomi*

Copyright (c) 2022 Aulia Nurul Anisa

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [aulianurulanisa11@gmail.com](mailto:aulianurulanisa11@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang sangat cepat telah menyebabkan perubahan dan pengaruh yang dramatis terhadap kehidupan manusia. Saat ini perkembangan ekonomi telah memasuki era revolusi industri 4.0 dimana hampir semua transaksi bisnis telah menggunakan teknologi digital dan internet (*Internet Of Things*). Mudholkar (2018), menyebutkan bahwa IoT adalah jaringan yang terdiri dari perangkat fisik dan perangkat lunak yang memungkinkan perangkat ini untuk bertukar data, sementara *Big Data* adalah tempat penyimpanan yang dapat menampung beban data yang besar dengan format tertentu yang bisa diubah. Dengan perkembangan ekonomi yang pesat memunculkan peradaban baru "*cashless society*" yaitu masyarakat tanpa uang tunai. Dalam kalangan ini pengguna dalam melakukan transaksi tidak lagi menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, melainkan menggunakan media lain seperti kartu kredit, kartu debit, maupun *e-money*. Tumpal Manik (2019) dalam artikelnya "*Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemodifikasi*" menyatakan bahwa jumlah uang elektronik yang beredar dari tahun 2015 sampai tahun 2019 terus mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini menandakan bahwa digitalisasi pada bidang keuangan terus tumbuh dan menjadi penggerak roda perekonomian Indonesia.

Pengaruh kemajuan teknologi terhadap kegiatan perekonomian telah diramalkan oleh Tapscott (Bukht & Heeks, 2017), yang pertama kali mengenalkan terminologi digital ekonomi sebagai era ekonomi baru. Dalam ekonomi baru, informasi disajikan dalam bentuk digital. Ketika informasi menjadi digital dan dikomunikasikan melalui jaringan digital sejumlah informasi dapat dikompresi dan ditransmisikan dengan kecepatan cahaya. Dari segi kualitas, informasi dapat jauh lebih baik daripada transmisi analog. Berbagai bentuk informasi dapat digabungkan, disimpan, dan dapat diambil secara instan dari seluruh penjuru dunia. Peralatan digital dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan masing - masing dan berdampak pada aspek bisnis dan kehidupan pribadi. Dalam mewujudkan transaksi ekonomi dan keuangan digital, Bank Indonesia (BI) terus melakukan percepatan dalam digitalisasi sistem pembayaran. Menurut data Bank Indonesia (BI) nilai transaksi digital sampai dengan semester I tahun 2021 tumbuh sebesar 39 persen (yoy). Bank Indonesia (BI) memproyeksikan nilai transaksi digital pada tahun 2021 akan tumbuh sebesar 30,1 persen. Munculnya berbagai inovasi dalam pembayaran digital telah berhasil menaikkan nilai transaksi digital. Selain itu, juga dilakukan transformasi digital untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah bank seperti uang elektronik dan alat QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah, praktis, dan terjaga keamanannya. *World Economic Forum (Future of Jobs Survey 2018)* menyatakan bahwa terdapat 4 teknologi yang akan banyak digunakan dan sangat berpengaruh terhadap bisnis perusahaan yaitu *high-speed mobile internet, artificial intelligence, big data analytics, dan cloud technology*.

Sektor ekonomi digital yang mengalami pertumbuhan pesat adalah *e-commerce* dan *financial technology (fintech)*. *E-commerce* adalah cara pembelian dan menawarkan atau memperdagangkan suatu barang, melakukan suatu administrasi, proses data secara online melalui internet (Desmukh, 2019; Khan, 2016). Sementara *fintech* menurut Leong dan Sung (2018) merupakan kombinasi disiplin ilmu keuangan, teknologi, manajemen dan inovasi yang dapat meningkatkan layanan keuangan dengan menggunakan teknologi. Pada tahun 2000-an sektor *e-commerce* terus bertumbuh yang umumnya situs jual beli produk seperti *glodokshop.com, datakencana, fastncheap, lipposhop, iklanbaris.co.id, dan gadogado.net*. Namun karena besarnya persaingan antara satu *e-commerce* dengan yang lainnya menyebabkan *e-commerce* tersebut mulai berjatuh. Hal ini menjadi tanda awal berdirinya marketplace seperti *tokopedia, tokobagus.com* yang sekarang telah berganti nama menjadi *olx*. Mulai dari tahun 2010 sampai sekarang kehadiran *gojek* menjadi terobosan mengenai besarnya dampak *e-commerce* di Indonesia dengan segala fitur kemudahan berbelanja yang ditawarkan. *Gojek* mampu melayani kebutuhan calon penumpangnya yang tersebar luas. Hal ini menarik perhatian *e-commerce* luar negeri untuk masuk ke Indonesia seperti *zalora, lazada, shopee, dan lain sebagainya*.

Berdasarkan data Bank Indonesia, penggunaan uang elektronik untuk melakukan transaksi juga mengalami peningkatan, baik dari sisi volume maupun nominal. Volume transaksi untuk tahun 2011 adalah sebanyak 41,06 juta dengan nilai nominal sebesar 981,29 juta. Penggunaan uang elektronik untuk kebutuhan transaksi naik dengan sangat tinggi pada tahun 2019, yaitu dengan volume sebesar 5,23 milyar dengan nominal sebesar 145,16 triliun.

**Tabel 1. Jumlah Transaksi Uang Elektronik Beredar Tahun 2011-2019**

Tahun	Volume (satuan)	Nominal (juta)
2011	41.060.149	981.297.000
2012	100.623.916	1.971.550.000
2013	137.900.779	2.907.432.000

2014	203.369.990	3.319.556.000
2015	535.579.528	5.283.018.000
2016	683.133.352	7.063.689.000
2017	943.319.933	12.369.388.650
2018	2.922.698.905	47.198.616.105
2019	5.226.699.919	145.165.467.602

Sumber : Bank Indonesia tahun 2011-2019

Berdasarkan data diatas, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hingga pada bulan Juni 2016 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yaitu sebuah lembaga yang berkaitan dengan perkembangan teknologi digital menyebutkan jumlah pengguna internet sebanyak 132,7 juta jiwa, hal ini meningkat dari tahun sebelumnya 2015 yaitu sebesar 44,6 juta jiwa sehingga membuat Indonesia menjadi negara kelima sebagai pengguna internet terbanyak didunia. Sedangkan data terbaru dari APJII, tahun 2022 ini diketahui jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 210 juta. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal 2022. Hal ini berarti sudah banyak penduduk Indonesia yang menggunakan internet baik untuk komunikasi, sosial media, *browsing*, hiburan, dan menjalankan kegiatan bisnis online. Dilihat dari meningkatnya jumlah pengguna internet menunjukkan masyarakat sudah mulai melek dengan perkembangan teknologi dan mulai memanfaatkan teknologi dengan baik. Antusias masyarakat terhadap ekonomi digital membuat peran ekonomi digital sangat berpotensi bagi negara Indonesia untuk mengembangkan kegiatan *e-commerce*. Hal ini memperlihatkan generasi di Indonesia sekarang atau yang disebut juga dengan generasi milenial mendominasi pengguna internet untuk *e-commerce*.

**Tabel 2. Jumlah Pengguna Internet Tahun 2011-2021**

Tahun	User (juta)
2011	55
2012	63
2013	82
2014	88,1
2015	110,2
2016	132,7
2017	143,26
2018	171,17

2019	196,71
2020	196,71
2021	210,026

Sumber: APJII tahun 2011-2021

Menurut Stillman dalam bukunya *Generasi Z* (2018), bahwa generasi millennial adalah generasi yang lahir dalam kurun waktu akhir tahun 1980 sampai tahun 1994 dengan populasi 82 juta jiwa. Sedangkan Gen-Z yang lahir dalam kurun waktu 1995- 2012 jumlah populasinya telah mencapai 72 juta jiwa. Generasi ini adalah tonggak masyarakat di masa depan. Generasi millennial lahir di era yang dapat dikatakan generasi ini adalah generasi postemotional. Gen-Z tentu berbeda dengan generasi millennial, Gen-Z tidak bisa diperlakukan sama dengan generasi millennial. Karena generasi mereka lahir pada masa teknologi sudah berkembang baik terutama pada *smartphone*. Mereka tidak akan pernah lepas dari *smartphone* untuk akses internet yang sudah menjadi kebutuhan. Kedua generasi tersebut dianggap berbeda karena dapat mengubah pemikiran dan perilaku pengguna internet dengan kemampuannya menciptakan fenomena lahirnya ekonomi baru disbanding dengan generasi sebelumnya sebagai dampak dari perkembangan teknologi.

Era internet aktivitasnya didominasi dengan populasi usia produktif dan akan menjadi momentum bagi perkembangan *e-commerce* di Indonesia, apalagi Indonesia adalah negara berkembang dengan Bonus Demografinya, yang ditandai dengan masyarakat yang semakin konsumtif tidak lagi didasari pada kebutuhan tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Perilaku konsumtif ini artinya masyarakat akan meningkatkan daya beli apalagi dengan fasilitas yang sudah semakin mudah untuk berbelanja dan tanpa hambatan. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat perlahan lahan mulai bergeser perilaku aktivitas ekonominya dengan lebih menyukai belanja *online*, mulai dari belanja pakaian, belanja makanan sampai belanja kebutuhan rumah tangga telah banyak tersedia di perdagangan elektronik. Hal ini di karenakan belanja *online* lebih banyak pilihan dan tidak membuang waktu serta harganya tidak jauh beda dengan harga yang ada dipasar belum lagi promo yang sering ditawarkan yang akan menarik minat konsumen. Hanya dengan “klik” konsumen bisa mendapatkan dan mengetahui barang yang diinginkan, dan dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan siapa saja tanpa dibatasi dengan kendala ruang dan interaksi secara langsung, apalagi perkembangan teknologi *smartphone* yang menjadi salah satu penunjang dalam dunia bisnis *online* dan juga semakin banyaknya *e-commerce* situs jual beli yang semakin membuat konsumen banyak pilihan untuk berbelanja.

Di berbagai negara, bisnis *start up* diyakini berdampak penciptaan lapangan kerja yang besar sehingga mereka diberikan ruang dan area khusus dengan kebijakan yang harmonis. Tentu saja anak muda menyambut dengan baik, namun justru sebagai ancaman bagi satu generasi diatas mereka yang menyebabkan kecemburuan terhadap kelompok inovatif. Teknologi telah membuat segala produk menjadi jasa. Jasa yang serba digital dan membentuk *marketplace*, *platform* baru dengan masyarakat yang sama sekali berbeda. Menurut Kasali dalam bukunya *disruption* (2017), banyak bisnis lama yang sudah mapan menjadi goyah setelah berhadapan dengan lawan tak terlihat yang baru misalnya terguncangnya matahari dan ramayana sebagai *retailer* konvensional ketika berhadapan dengan lazada atau zalora. Saat dunia berubah industri lama terdisrupsi karena lawan-lawan berada diluar jangkauan radar mereka. Sejumlah pihak bahkan menuding daya beli masyarakat turun padahal yang terjadi bukan tentang penurunan daya beli melainkan soal perpindahan cara membeli dan apa yang dibeli konsumen, *disruption*- lah salah satu penyebabnya. Sejalan dengan hal itu ilmu ekonomi memandangnya sebagai sebuah transformasi yang tidak bisa dihindari namun tetap harus diwadahi. Salah satu cara untuk mendukung kegiatan *e-commerce* yaitu dengan upaya inovasi

pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), mengurangi biaya, meningkatkan kualitas infrastruktur, dan memperluas jaringan melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Dalam hal ini pemerintah berperan penting untuk mendukung kegiatan *e-commerce*, salah satu bentuk pemerintah mendukung *e-commerce* yaitu dengan membentuk UU ITE ditahun 2008

Meskipun pengembangan infrastruktur komunikasi juga sudah mulai diperbaiki oleh pemerintah dengan mendukung operator internet di Indonesia, serta penetrasi jaringan 3G pada tahun 2006, tetapi dapat dilihat dari data penyebaran pengguna internet berdasarkan pulau di Indonesia diatas bahwa pengguna internet masih banyak berada pada masyarakat perkotaan karena mayoritas pengguna internet di Indonesia yang tinggal diwilayah kota yakni di pulau Jawa (terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan dan lain-lainnya). Pemerintah melalui Kementrian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) mengakui telah terjadi kesenjangan dalam hal pembangunan dan pengembangan sarana telekomunikasi diantara Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa. Namun kesenjangan dalam hal pembangunan infrastruktur telekomunikasi tersebut bukanlah sepenuhnya kesalahan pemerintah. Karena, pengembangan infrastruktur berbasis teknologi informasi itu mayoritas justru dikelola oleh pihak swasta untuk kepentingan bisnis. Oleh karena itu pemerintah berkomitmen dalam bentuk rencana pitadigital untuk memberi kesempatan agar masyarakat di daerah rural dapat mengakses internet untuk membuka peluang yang sangat positif, tidak hanya bagi masyarakat di daerah rural tetapi jugakepada para pengusaha *provider*. Menurut menkominfo, masih ada 114 ibukota daerah yang belum terhubung melalui jaringan pita lebar (*broadband*). Untuk membangun *broadband* didaerah, pemerintah mulai melakukan kerja sama dengan badan usaha termasuk operator melalui proyek palapa ring. Proyek palapa ring adalah proyek semacam jalan tol yang sedang dibangun pemerintah agar jaringan telekomunikasi nasional bisa menjangkau seluruh kabupaten/kota di 33 provinsi di Indonesia.

Oleh sebab itu pemerintah merilis *roadmap e-Commerce* yang berisi 8 aspek *roadmap e-commerce* yaitu pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumberdaya manusia, logistik, infrastuktur komunikasi, *cyber security*, dan pembentukan manajemen pelaksana. *Roadmap e-commerce* diharapkan semakin dapat mendorong kreasi , inovasi dan kegiatan ekonomi baru dikalangan generasi muda. Meskipun nantinya kepercayaan pembeli akan bertambah karena sistem keamanan telah dibantu namun pro kontra mengenai kebijakan *roadmap e-commerce* mengenai perpajakan karena pemerintah menetapkan pembayaran pajak 1 persen, meski hanya 1 persen namun bagi sebagian umkm dan pelaku *e-commerce* terlalu berat. Peraturan pajak juga jangan sampai menghambat pelaku kegiatan *e-commerce* yang masih baru berkembang karena infrastruktur yang disediakan oleh pemerintah pun belum memadai terutama didaerah rural. Pemberlakuan pajak juga bisa membuat pelaku bisnis pindah ke media sosial yang nantinya akan semakin sulit dilacak oleh pemerintah.

Peran ekonomi digital memberikan harapan di tengah kondisi yang sulit, dan mempunyai daya tahan yang kuat di masa resesi. Transformasi ekonomi digital menjadi hal yang penting untuk segera dilakukan. Mckinsey (2016), menyebutkan bahwa apabila Indonesia dapat memanfaatkan digitalisasi, diprediksi bisa merealisasikan sekitar USD 150 miliar pada tahun 2025, dengan pertumbuhan PDB sebesar 10 persen per tahun. Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital akan berdampak pada munculnya model bisnis baru serta perubahan model bisnis pada sektor yang sudah ada. Ada empat sektor potensial yang diperkirakan akan mengalami perubahan dan inovasi model bisnis. Keempat sektor tersebut adalah: sektor finansial, sektor kebudayaan, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dan sektor pertanian (Kemenkominfo, 2019).

McKinsey (2016) lebih lanjut menyebutkan bahwa untuk memenangkan dan menangkap peluang era digital, pemerintah dan sektor usaha harus bertindak inovatif agar dapat

menciptakan nilai pada tiga dimensi, yaitu: 1) Produk dan layanan. Inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi atau sebagian terpenuhi, dengan membuat produk atau layanan baru menggunakan teknologi digital; 2) Model bisnis. Transformasi pengalaman pelanggan, model pengiriman, dan proposisi nilai, dimungkinkan oleh digital teknologi; 3) Proses bisnis. Perbaikan bersama rantai nilai, menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, baik dari sisi proses maupun waktu. Ekonomi digital memainkan peran sentral selama Pandemi COVID-19, terutama pada kegiatan perekonomian. Ekonomi digital memiliki daya tahan agar tetap dapat bertahan dan menghindari kontraksi ekonomi dan menghadapi tekanan ekonomi yang berat di masa resesi dan dapat terus bergerak maju memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian menyebabkan penelitian tentang peran ekonomi digital ini menjadi sangat penting dan relevan dengan kondisi saat ini yang sedang dihadapi, seberapa jauh perannya terhadap daya tahan dan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan TIK telah menyebabkan perubahan perilaku ekonomi masyarakat Indonesia yang ditandai dengan fenomena perkembangan bisnis yang berbasis internet atau *e-commerce*.
2. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia, ternyata dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya sektor perdagangan dan jasa.
3. Melihat perkembangan *e-commerce* menunjukkan pertumbuhan positif yang berpotensi untuk pasar *e-commerce* dimasa depan, tetapi dapat mengurangi usaha-usaha yang masih tetap menggunakan pola pikir tradisional

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia (BI), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dan sumber terkait lainnya. Data yang digunakan adalah time series dari tahun 2011 sampai tahun 2021. Data yang telah diperoleh kemudian dikumpulkan dan diolah menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistic 22.

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas. Tujuan melakukan uji asumsi klasik ini untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
PDB	0.134	7.460
USERS	0.126	7.939
M4	0.323	3.094

Sumber: Data Diolah, 2022

Model penelitian tidak mengalami gejala multikolinearitas jika nilai tolerance > 0.01 dan nilai VIF < 10. Pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel diatas > 0.01 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen diatas tidak mengalami gejala multikolinearitas.

**Tabel 5 Hasil Regresi Berganda**

Variabel	Adjusted R <sup>2</sup>	B	Uji F		Uji t	
			F	Sig	T	Sig
	0,646		25,624	0,000		
(Constant)		67,64 3				
PDB		4,842			1,097	0,001
USERS		2.871			0,339	0,009
M4		1.569			0.073	0,044

Sumber: Data Diolah, 2022

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai Adjusted R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,646 yang berarti bahwa, 64,6 persen variasi variabel pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh variabel PDB, Users, dan M4. Sedangkan sisanya 35,4 persen variasi variabel pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Uji F

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas PDB, Users, dan M4 secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

### Uji t

Hasil Uji t berdasarkan Tabel 5 diperoleh angka signifikansi dari PDB (X<sub>1</sub>) terhadap pertumbuhan ekonomi (Y) sebesar 0,001 < 0,05 sehingga signifikan. Angka signifikansi dari Users (X<sub>2</sub>) sebesar 0,009 < 0,05 sehingga signifikan. Angka signifikansi dari M4 (X<sub>3</sub>) sebesar 0,044 < 0,05 sehingga signifikan.

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh hasil koefisien regresi sebagai berikut :

$$PE_t = \beta_0 + \beta_1 PDB_t + \beta_2 Users_t + \beta_3 M4_t + \varepsilon_t$$

$$PE_t = 67,643 + 4,842 PDB_t + 2,871 Users_t + 1,569 M4_t$$

Maka penjelasan dari hasil regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut :

1. Nilai koefisien regresi variabel PDB sebesar 4,842 yang artinya ketika PDB naik 1%, maka pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan sebesar 4,842%. Sehingga terdapat kemungkinan bahwa suatu negara akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 4,842%.
2. Nilai koefisien regresi variabel Users sebesar 2,871 yang artinya ketika Users naik 1%, maka pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan sebesar 2,871%. Sehingga

terdapat kemungkinan bahwa suatu negara akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 2,871%.

3. Nilai koefisien regresi variabel M4 sebesar 1,569 yang artinya ketika M4 naik 1%, maka pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan sebesar 1,569%. Sehingga terdapat kemungkinan bahwa suatu negara akan mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 1,569%.

Dari hasil uji regresi tiga variabel diatas menunjukkan, bahwa variabel yang paling kuat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah variabel PDB dengan nilai koefisien regresi sebesar 4,842. Hasil penelitian ini secara statistik menerima hipotesis yang menunjukkan bahwa PDB, Users, dan M4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indoensia.

Semakin tinggi nilai PDB disuatu negara maka akan semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Hal ini juga berlaku untuk jumlah pengguna internet yang semakin tinggi maka akan meningkatkan pula pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Peranan pengguna internet sudah baik dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Namun harus lebih ditingkatkan bukan hanya menjadi konsumen tetapi bisa lanjut menjadi *start up* sehingga dapat lebih memajukan pertumbuhan ekonomi.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian Nefo Indra Nizar (2021) dalam jurnalnya yang berjudul "Peranan Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19". Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa PDB, Jumlah Pengguna Internet (JPI), dan Jumlah Transaksi Uang Elektronik (M4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Eri Yanti Nasution dkk (2020) dalam jurnalnya yang berjudul "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa variabel GDP, dan Jumlah Pengguna Internet (JPI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Edi Wahyu Wibowo (2018) dalam jurnalnya yang berjudul "Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel GDP dan ekonomi digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di negara ASEAN.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada jangka waktu 10 tahun. Variabel PDB, Users, dan M4 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, jika naiknya nilai dari PDB, Users, dan M4 akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Meskipun variabel-variabel telah diregresi dengan menggunakan logaritma natural (Ln) namun semua signifikan pada  $\alpha$  sebesar 0,05. Sehingga model yang dibangun sudah relevan dan dapat dibuktikan secara empiris.

Pertumbuhan ekonomi pada era ekonomi digital menjadi mesin penggerak pertumbuhan ekonomi dalam bentuk aktivitas ekonomi dalam menjalani proses transaksi secara digital dan berkomunikasi secara digital juga melalui *web* atau *marketplace* yang telah *trend* di Indonesia. Secara simultan PDB, Users, dan M4 berpengaruh terhadap laju pertumbuhan ekonomi dan secara parsial variabel pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDB, Users, dan

M4. Dari hasil uji regresi tiga variabel menunjukkan, bahwa variabel yang paling kuat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah variabel PDB dengan nilai koefisien regresi sebesar 4,842.

### Referensi :

- APJII, (2011-2019), Laporan Survey Internet, Indonesia Survey Center. Diakses pada 26 September 2022
- Badan Pusat Statistik, (2020), laporan, Publikasi dan Survey BPS, 2020, BPS, Jakarta. Diakses pada 26 September 2022
- Bank Indonesia (BI), (2022), Jumlah Uang Elektronik Beredar, <https://www.bi.go.id/>, di akses 26 September 2022.
- Bukht, R., Heeks., (2017), Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Manchester Centre for Development Informatics Working Paper 68.21:49
- Deshmukh, U, Sandip., (2019), Impact of E-Business on Business Association, International Journal of Engineering and Management Research, Volume- 9, Issue- 6 (December 2019), <https://doi.org/10.31033/ijemr.9.6.2>.
- Kasali Rhenald. (2017). Disruption. Tak Ada Yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Kominfo, (2019), Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Strategi dan Sektor Potensial, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Puslitbang Aptika dan IKP.
- Leong, K., Sung, A., (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 9, No. 2
- Mckinsey&Company, (2016), Unlocking Indonesia's Digital Opportunity, McKinsey Indonesia Office.
- Mudholkar, P., Mudholkar, M., (2018), Internet of Things (IoT) and Big Data: A Review, International Journal of Management, Technology And Engineering, Volume 8, Issue
- Musafak. (2015). Budaya ekonomi digital kalangan masyarakat menengah atas. Universitas Gunadarma
- N. G. Mankiw. (2016). Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: Salemba Empat,
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506-519.
- Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 87-99.
- Setiawan, Wawan. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Stillman David dan Jonah Stillman. (2018). Generasi Z. Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.21:53
- Tumpal Manik. (2019). "Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel

Pemodaran," J. Ilm. Akuntansi. dan Finance. Indonesia., vol. 2, no. 2, pp. 27-40,doi: 10.31629/jiafi.v2i2.1714.

Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan Gdp Negara Asean. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66-80.