

DAMPAK INTERNET TERHADAP AKSES INFORMASI BISNIS DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP KINERJA BISNIS

¹Alamsyah Agit, ²Susilawati Muharram, ³Oktavianty

¹Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang, Sidenreng Rappang, Indonesia

²Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang, Sidenreng Rappang, Indonesia

³Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia

Email Korespondensi: alamsyahagit@gmail.com

ABSTRAK

Internet merupakan suatu kebutuhan di zaman modern, kemudahan akan akses internet menjadikan kemudahan akan akses pengetahuan, informasi, dan berbagai media menjadi lebih cepat. Dengan demikian setiap individu memiliki kapabilitas untuk mengembangkan keterampilan dan keahlian. Tidak terbatas pada konteks tertentu, internet membantu menyediakan banyak informasi, termasuk informasi akan bisnis. Informasi tersebut tentu memiliki kontribusi terhadap kinerja bisnis, berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana internet dapat menunjang kinerja bisnis melalui ketersediaan informasi bisnis yang luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, adapun teknik analisis data yang digunakan adalah dengan deductive reasoning untuk mengelompokkan data, dan memaknai serta merumuskan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan internet sebagian besar digunakan untuk mencari inspirasi akan bisnis, dan berbagai metode bisnis baru yang lebih hemat biaya. Namun, banyaknya peningkatan bisnis disebabkan oleh internet menyediakan berbagai informasi yang menunjukkan tren produk yang laku dipasaran, dengan demikian pemilik usaha dapat menjual produk serupa, atau produk alternatif dengan fungsi yang sama. Selain itu, internet juga menyediakan berbagai informasi investasi, dan beberapa platform untuk melakukan penjualan secara online, atau melakukan pekerjaan sampingan yang dapat meningkatkan pendapatan para pemilik usaha.

Kata kunci: Bisnis, Informasi, Internet, Kinerja, Produk

1. PENDAHULUAN

Internet merupakan suatu jaringan yang beroperasi secara global, teknologi ini memungkinkan adanya pertukaran informasi yang cepat dan fleksibel. Selain itu, internet juga memungkinkan penggunaanya dari seluruh bagian bumi untuk dapat bertukar data dan sumber daya (Hennyeyova, 2005). Digitalisasi merupakan salah satu bentuk kontribusi internet terhadap adanya perubahan pola hidup dan kebiasaan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Zaman modern menunjukkan perubahan ini secara mencolok, dimana internet bukan lagi merupakan suatu kebutuhan yang sulit untuk didapatkan, namun kini internet bisa didapatkan dengan mudah dan bahkan memiliki kesan yang semakin *mobile* dibandingkan di awal tahun 2000-an, masa dimana untuk menggunakan internet, seseorang harus menempuh perjalanan ke cafe internet, dan bahkan dengan keterbatasan komputer dan banyaknya permintaan pada saat itu, mengharuskan ada beberapa pengguna yang harus menunggu. Saat ini, internet dapat diakses dari *smartphone* yang dapat dibawah kemanapun, terlebih lagi semakin canggihnya fitur *portable hotspot* pada *smartphone* menjadikannya multifungsi dan dapat memediasi perangkat lain untuk terhubung pada internet.

Internet memiliki hubungan yang erat dengan ketersediaan informasi, sebagaimana internet merupakan salah satu sumber terbesar akan informasi yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, artinya bahwa informasi yang tersedia pada internet akan terus diperbaharui, dan dapat diakses secara bebas dari manapun dan kapanpun (Pibriana & Ricoida, 2017). Kegunaan dari informasi tentu kembali pada penggunaanya, dalam konteks bisnis informasi yang umumnya diakses merupakan informasi

yang berkaitan dengan bisnis, usaha, dan kondisi pasar. Informasi tersebut tentu dimanfaatkan untuk dapat memaksimalkan kinerja usaha. Dalam konteks yang lebih luas, internet dikenal sebagai bagian dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Peran TIK dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui beberapa hal diantaranya melalui penyebaran informasi yang cepat informasi ini dapat berasal dari pemilik usaha untuk konsumen, atau digunakan oleh pemilik usaha untuk meningkatkan kinerja bisnisnya, selanjutnya informasi akan barang dan jasa yang disediakan oleh pemilik usaha dapat diakses dengan mudah menunjang potensi perluasan jangkauan pasar, terakhir, membantu dalam mempermudah dan menjamin keamanan transaksi digital (Aprianto, 2021). Internet telah memiliki banyak bentuk dan sangat membantu bisnis secara umum dalam berbagai aspek, selain itu, kapabilitas internet untuk adanya otomatisasi dalam bisnis juga akan sangat berdampak pada performa bisnis secara umum.

Kegunaan internet tentu tidak hanya menggunakan informasi, namun jauh lebih luas, internet juga dapat berfungsi sebagai penghubung. Dijelaskan oleh (Falgenti, 2011) bahwa internet memiliki banyak kegunaan diantaranya adalah sebagai media komunikasi konsumen dan pemasok. Sebagai media pemasaran dan branding, menyediakan akses informasi dan layanan secara *online*, dan secara umum meningkatkan produktivitas usaha. Berdasarkan penelitian (Basry & Sari, 2018) kinerja bisnis dapat dipengaruhi oleh kualitas internet, peningkatan secara signifikan terlihat pada perusahaan yang menggunakan internet secara intens dalam operasinya. Peningkatan dapat terlihat pada aspek-aspek seperti produksi, penjualan, pendapatan, laba, pengembalian investasi, pengembangan produk, wilayah pemasaran, dan sumber daya manusia. Hal ini dikarenakan, internet sebagai media penyedia informasi, dan mempermudah proses komunikasi, menjadikan internet sebagai sarana promosi produk dan jasa. Kualitas internet yang baik, akan mengefektifkan dan mengefisienkan akses informasi, komunikasi, dan transaksi. internet juga mempengaruhi kemudahan informasi pada berbagai bidang seperti pendidikan, dan informasi secara umum yang dapat diakses dengan mudah dari *smartphone* maupun laptop (Ritonga et.al, 2020).

Akses akan informasi yang dimediasi oleh internet tidak hanya berguna untuk para pemilik usaha. Namun juga untuk para konsumen sebagai pembeli dan calon pembeli. Hal ini menjadi peluang kepada para pemilik usaha untuk mengambil peluang dan memaksimalkan pemasaran produknya secara *online*. Secara umum internet memiliki potensi yang dapat menunjang kinerja bisnis secara signifikan khususnya melalui media dan aplikasi yang hanya dapat dilakukan dengan menggunakan internet yakni transaksi *online* atau dikenal dengan *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk dapat melakukan proses penjualan, pembelian, pertukaran produk atau layanan, serta informasi melalui internet. *E-Commerce* merupakan bentuk teknologi yang mempermudah berbagai proses bisnis dimulai dari inventori, transaksi, dan pelayanan secara berkelanjutan (Hasibuan, 2023). Bisnis yang menggunakan sistem ini, memiliki kecenderungan untuk lebih baik dalam mengelolah keuangan, dan analisis akan peningkatan kinerja bisnis karena memiliki manajemen yang lebih baik dengan adanya bantuan teknologi (Yulianto et.al, 2015). Internet memang sangat berguna dalam banyak hal. Namun, perkembangan teknologi berhasil memanfaatkan berbagai pengetahuan dan metode-metode yang umumnya digunakan untuk menciptakan inovasi, inovasi ini dapat berbentuk pengetahuan, metode, atau produk seperti *software*, aplikasi inilah yang kemudian dapat membantu bisnis dalam berbagai hal, termasuk diantaranya manajemen usaha.

Beberapa tahun terakhir percepatan akan digitalisasi bisnis semakin pesat salah satu faktor pendorong berasal dari adanya hambatan kegiatan bisnis dikarenakan berbagai pembatasan aktivitas luar ruangan akibat dari pandemi covid-19, di masa sulit ini masyarakat banyak merasakan manfaat internet, diantaranya adalah (1) peningkatan jangkauan; (2) kemudahan akan akses; (3) terciptanya pemasaran efektif; (4) menyediakan informasi dan membantu dalam proses edukasi; dan (5) membantu meningkatkan adaptabilitas masyarakat dalam penggunaan teknologi. Beberapa manfaat ini masih dirasakan hingga saat ini. Pemasaran efektif merujuk pada penggabungan aktivitas pemasaran secara *online* dan *offline*, sehingga memiliki potensi untuk mendatangkan lebih banyak pelanggan (Maharani et.al, 2021). Ilustrasi ini menandakan bahwa kehadiran teknologi, terutama internet, telah membuka dan mendatangkan berbagai potensi yang semakin intens untuk tercapainya

transformasi bisnis. Hingga saat ini, berbagai teknologi seperti pemasaran dan transaksi digital, bukannya tidak digunakan lagi, namun penggunaannya semakin diminati oleh masyarakat (Gani, 2015). Internet sangat berdampak tidak hanya pada kemudahan akses informasi namun pada kelancaran bisnis dan transaksi secara *online* yang sangat disukai oleh masyarakat saat ini sehingga perkembangan teknologi ini akan mendorong masyarakat untuk beradaptasi dan berperan aktif dalam menggunakan teknologi dalam kegiatan sehari-hari terutama kegiatan ekonomi (Siregar & Nasution, 2020).

Teknologi dalam bentuk internet dengan aksesnya yang semakin cepat telah mendatangkan banyak manfaat. Namun, teknologi juga memiliki dampak negatif yang mana potensi bahaya seperti kecanduan, penyebaran informasi palsu, pelanggaran privasi, penggunaan internet secara tidak bijaksana, dan berbagai isu lainnya yang berhubungan dengan keamanan siber menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan internet (Subiakto, 2013). Bercermin pada contoh ini, sikap bijak dalam menggunakan internet dan akses informasi tentu akan berdampak pada performa dari media yang disebut dengan internet. Dalam konteks bisnis, penggunaan internet harusnya dapat memaksimalkan kinerja pemilik usaha, dan lebih jauh, pemilik usaha seharusnya lebih kreatif dan inovatif. Akumulasi informasi yang didapatkan melalui internet. Internet kini memiliki ketersediaan yang memadai, baik pada wilayah perkotaan maupun pedesaan, internet pada wilayah kota memiliki kecepatan akses yang sangat tinggi memungkinkan penggunaannya untuk mendapatkan dan memproses informasi dengan cepat, sementara di wilayah pedesaan untuk memaksimalkan distribusi penggunaan internet dengan baik, maka dibuat *access point* atau *hotspot* untuk memungkinkan semua dapat mendapatkan akses internet, baik untuk kegiatan belajar, bisnis dan lain-lain (Rustam, 2017). Hal ini menunjukkan adanya upaya pemerintah untuk dapat menyediakan dan memperbaiki kualitas masyarakat melalui penyediaan akses internet yang mudah, namun perlu diingat kembali bahwasannya, penggunaan internet dapat mengarah pada dua hal, yakni dampak positif dan dampak negatif. Menurut (Joshi et.al, 2022) internet memiliki dampak positif yang diantaranya adalah meningkatkan keterampilan sosial, menyediakan berbagai informasi pendidikan dan bisnis, serta mempermudah berbagai bentuk komunikasi antar wilayah. Sedangkan dampak negatif internet yang dijelaskan oleh (Marpaung et.al, 2022) meliputi kecanduan, penyalahgunaan informasi, hujaran kebencian, dan kejahatan-kejahatan siber lainnya. Dalam konteks bisnis internet berpotensi untuk disalahgunakan untuk menjual barang ilegal atau barang palsu.

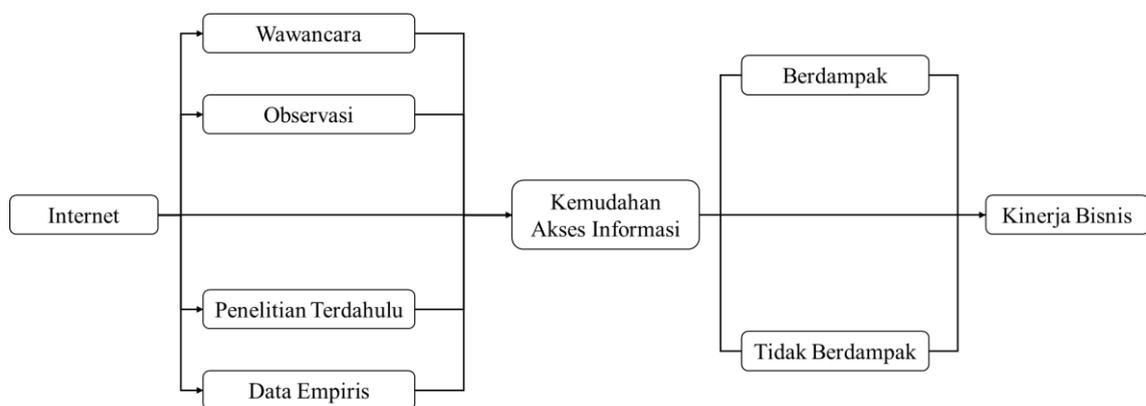
Perkembangan internet sebagai sebuah teknologi merupakan bentuk inovasi yang tidak instan. Internet mulai dikenal secara umum pada tahun 2010 di Indonesia yang ditandai dengan banyaknya warung internet. Namun perkembangan internet memberikan banyak perubahan, terutama di era kemunculan *smartphone*, internet telah memungkinkan berbagai aktivitas seperti e-commerce, pendaftaran perguruan tinggi online, transaksi perbankan, pembelian tiket, dan lain-lain yang dapat dilakukan tanpa terbatas oleh tempat dan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa hampir sebagian besar aktivitas masyarakat sudah mulai menggunakan teknologi internet (Gani, 2020). Dalam konteks bisnis, kemudahan akses internet dan penyediaan akses internet secara gratis memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap bisnis, dampak ini diantaranya diilustrasikan dalam pengembangan kreativitas dan produk, serta pemasaran produk-produk makanan secara daring. Selain itu, akses internet juga memungkinkan suatu usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis (Rasyidin et.al, 2022). Manfaat lain yang dirasakan pemilik usaha secara berkelanjutan terletak pada pengembangan diri yang mana pemilik usaha berpeluang untuk meningkatkan ilmu dan wawasan mengenai teknologi informasi dan komunikasi, yang sangat penting untuk memanfaatkan platform digital dalam berjualan, dengan pengetahuan ini pemilik usaha dapat melakukan inovasi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Secara umum, teknologi memiliki banyak manfaat dan kekurangan yang dapat tercermin dari penggunaan internet. Penggunaan internet yang berlebihan khususnya di media sosial dapat menyebabkan masalah kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, dan rasa kesepian. Adanya perbandingan kehidupan yang dapat dengan mudah dilihat dapat memberikan dampak negatif pada

kesehatan mental seseorang. Selain itu, kecanduan internet, permainan online, atau media sosial dapat mengganggu keseimbangan hidup dan produktivitas, dengan menyita waktu yang seharusnya digunakan untuk aktivitas lain yang lebih bermanfaat. Sedangkan dampak positif penggunaan teknologi dapat dilihat dari berbagai aspek. Akses internet yang luas dan merata dapat meningkatkan kualitas kehidupan dengan memberikan akses mudah ke informasi, layanan kesehatan, pendidikan, dan peluang ekonomi, internet juga memiliki kecapabilitas untuk memfasilitasi komunikasi dan interaksi sosial yang berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan mental masyarakat (Mohammad & Maulidiyah, 2023). Refleksi ini menunjukkan bahwa internet memiliki banyak manfaat terutama dalam hal aksesibilitas informasi. Namun dampak yang bersifat dua arah menjadi suatu permasalahan dan pertanyaan, apakah internet lebih *capable* dalam memberikan dampak positif atau dampak negatif, secara spesifik dalam penelitian ini, konteks pembahasan akan dampak positif atau negatif internet diartikan sebagai potensi kontribusi terhadap kinerja bisnis, sehingga perlu ditelusuri, apakah berbagai kemudahan yang dimungkinkan oleh internet, seperti akses informasi dapat berkontribusi terhadap kinerja bisnis.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang berfokus bagaimana masyarakat menggunakan internet dalam mengakses informasi terutama dalam konteks bisnis yang mana responden dalam penelitian merupakan pemilik bisnis. Instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan menggunakan wawancara, sedangkan pembahasan utama dalam pengumpulan data adalah bagaimana pemilik usaha menggunakan internet untuk mengakses informasi bisnis, dan bagaimana dampak yang mereka rasakan dari kemudahan informasi yang didapatkan terhadap kinerja bisnis mereka. Penelitian ini berfokus pada Kabupaten Sidenreng Rappang. Namun, dikarenakan jumlah populasi yang besar, maka pengambilan sampel dalam penelitian dibatasi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 yang merupakan pemilik usaha dalam skala apapun yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Adapun alur dalam penelitian ini dapat dilihat dalam kerangka konseptual berikut:

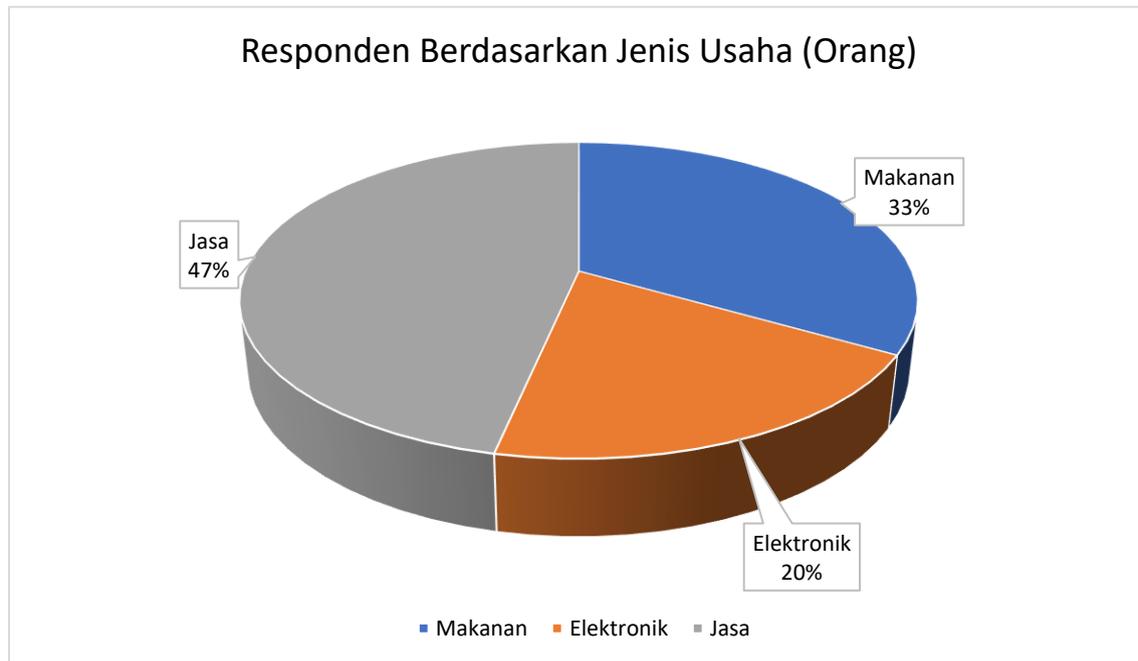


Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakannya penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan adanya hubungan antara internet dan kinerja bisnis. Hasil dalam penelitian dibagi kedalam beberapa bagian untuk menjelaskan temuan penelitian dalam beberapa fokus. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan data akan responden dalam penelitian ini. Secara umum hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam prosesnya, internet memiliki berbagai dampak terhadap kinerja bisnis yang mana dampak tersebut dapat tercapai dengan adanya kemudahan akses informasi dengan

menggunakan internet. Informasi dalam penelitian ini merupakan informasi bisnis, yang tentu memiliki manfaat dan dampak terhadap kinerja bisnis, baik secara umum, maupun secara spesifik.



Gambar 1. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Grafik 1 menunjukkan jumlah responden dalam penelitian ini, yang dibagi berdasarkan jenis usaha, adapun responden tersebut, diantaranya 10 orang merupakan pemilik usaha makanan, 6 pemilik usaha elektronik, dan 16 pemilik usaha jasa atau layanan. Data ini menunjukkan bahwa pemilik usaha yang dominan menggunakan internet adalah pemilik usaha makanan. Selain ilustrasi pada data penelitian ini, kondisi nyata di berbagai kabupaten menunjukkan adanya peningkatan akan jumlah bisnis terutama bisnis makanan. Bentuk bisnis ini umumnya dimungkinkan dengan adanya akses modal untuk modal awal, dan akses internet untuk mempromosika produk yang diperjualbelikan.

3.1 Kemudahan Akses Informasi Bisnis

Kebutuhan akan informasi merupakan sesuatu yang sifatnya penting, informasi memberikan ruang kepada siapapun untuk bersiap akan berbagai kemungkinan yang akan dihadapi di masa yang akan datang. Hal ini juga berlaku untuk bisnis. Kinerja bisnis dapat dipengaruhi oleh pengetahuan pemilik usaha, yang mana beberapa diantaranya diperoleh dari akumulasi informasi yang didapatkan di internet. Dalam penelitian ini responden memiliki tiga respon berbeda yang menyatakan bahwa dengan adanya informasi maka mereka juga memperoleh manfaat yang dapat digunakan untuk bisnis mereka. Manfaat yang dimaksud terletak pada informasi akan tren-tren bisnis dimasa tersebut, responden yang merupakan pemilik usaha makanan, menyatakan bahwa informasi yang dicari dan didapatkan, berkaitan dengan resep makanan, atau kreasi akan makanan yang baru dan kira-kira dapat menarik perhatian, adapun contoh yang diberikan adalah bagaimana pedagang bakso bakal mulai memiliki ide untuk juga berjualan kentang spiral, atau pedagang makanan yang memiliki ke khasan negara lain, seperti Oden, yang diperkirakan dapat menarik perhatian konsumen karena ciri khas kekoreannya.

Hal ini merupakan bentuk inspirasi dan strategi sejalan dengan substansi temuan pada pernyataan ini dijelaskan oleh (Christian & Rita, 2016) bahwa salah satu komponen penting dalam suatu bisnis adalah strategi yang mana strategi ini dirumuskan berdasarkan informasi yang didapatkan, lebih jauh dijelaskan pula bahwa manajemen keuangan merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan, sehingga disarankan agar dalam manajemen usaha dibutuhkan adanya literasi keuangan yang baik. Sedangkan menurut (Kelera & Suwarni, 2020) menjelaskan bahwa literasi

keuangan dan informasi keuangan juga dapat menjadi dasar akan penetapan harga, sebagaimana harga dapat mempengaruhi daya saing suatu produk terutama untuk produk umum dan merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman. Sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, jawaban responden juga berkaitan erat dengan bagaimana mereka menggunakan informasi untuk menentukan harga yang sesuai dengan permintaan pasar dan kemampuan para konsumen.

Responden pemilik usaha makanan menjelaskan bahwa harga makanan memang sangat bersaing. Namun rintangan untuk mempertahankan harga rendah dengan kualitas rasa yang enak tentu tidak mudah. Terkait adanya informasi dari internet, mereka dapat berkreasi untuk menciptakan barang serupa dengan biaya yang lebih murah. Sementara pedagang barang elektronik menyatakan bahwa informasi yang didapatkan di internet umumnya digunakan untuk mencari suplier barang dengan harga yang lebih murah agar tetap dapat memperoleh profit dari penjualannya. Pemilik bisnis jasa dan pelayanan, mengatakan bahwa tarif yang mereka tetapkan untuk jasa mereka diupayakan untuk dapat bersaing dan tidak terlalu tinggi dibandingkan usaha lain yang serupa, demi untuk menentukan harga tersebut maka dibutuhkan informasi, yang mana informasi inilah yang digunakan oleh mereka. Sejalan dengan temuan ini, penelitian (Lestari & Warmika, 2019) bahwa informasi yang akurat sangat dibutuhkan demi untuk memungkinkan produsen untuk memahami dengan baik preferensi konsumen, hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan produk dan layanan untuk menciptakan nilai tambahan yang memberikan keunggulan pada produk mereka. Lebih jauh, informasi yang akurat memiliki kapabilitas untuk memperluas jangkauan pasar, selain itu, informasi yang didapatkan dapat memudahkan produsen untuk memilih target pasar tertentu, yang diasumsikan mampu meningkatkan penjualan dengan lebih cepat (Fatimah & Azlina, 2021).

Dalam beberapa *literature* atau penelitian terdahulu, dijelaskan pula bahwa, informasi dapat mempengaruhi kapabilitas pemilik bisnis untuk dapat berkreasi dengan lebih baik dan bahkan dapat menciptakan inovasi. Hal ini dimungkinkan dengan adanya berbagai *review* dan *feedback* yang diberikan oleh pelanggan dan juga berbagai kekurangan-kekurangan yang didapatkan melalui ulasan akan produk serupa di internet. Hal ini kemudian dapat menjadi preferensi usaha dalam meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki (Muizu et.al, 2018). Sejalan dengan hasil pada penelitian ini, responden juga memberikan pernyataan bahwa mereka juga menggunakan internet untuk mendapatkan berbagai informasi yang umumnya membantu mereka dalam meningkatkan kreativitas, dan menciptakan bentuk baru atau menciptakan inovasi pada produk mereka, perubahan ini dapat berupa tampilan, rasa, atau bentuk secara umum. Hasil ini dibenarkan oleh penelitian (Farhan et.al, 2022) yang menyatakan bahwa inovasi dan kreativitas umumnya dihasilkan dari akumulasi dan analisis informasi yang kemudian menghasilkan produk atau layanan baru yang berkontribusi pada nilai perusahaan. Sejalan dengan ini (Fahdillah et.al, 2023) menjelaskan bahwa informasi dapat membantu bisnis membedakan diri dari pesaing dan menciptakan nilai bagi pelanggan yang sulit untuk ditiru, sehingga memungkinkan perusahaan untuk menjadi pemimpin pasar dan mencapai laba di atas rata-rata. Dengan demikian seluruh refleksi ini menunjukkan bahwa pentingnya informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, dan tentu, kinerja tersebut dapat dicapai dengan adanya kemudahan akan akses informasi.

3.2 Pengaruh Internet Terhadap Kinerja Bisnis

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemilik usaha menggunakan internet untuk mengakses informasi yang pada gilirannya akan digunakan secara efektif dalam peningkatan kinerja bisnis, hal ini termasuk bagaimana suatu ketersediaan internet memudahkan akses informasi. Namun secara umum, peran penting internet kembali pada bagaimana pengguna dapat dengan efektif dan efisien menggunakannya. Dalam penelitian ini responden menyatakan beberapa hal yaitu diantaranya kemudahan dalam menggunakan internet menjadi salah satu hal yang sangat menguntungkan. Selain itu, ketersediaan informasi yang sangat beragam menjadi salah satu aspek yang menjadi keunggulan internet, responden menyatakan bahwa, informasi pada internet membantu proses penciptaan inovasi dan kreasi barang dan jasa mereka. Lebih jauh, informasi bisnis yang berkaitan dengan manajemen usaha, termasuk diantaranya manajemen kekayaan, manajemen investasi, dan manajemen keuangan. Merupakan bentuk informasi yang sangat *frequent* dicari pada internet oleh para pelaku bisnis.

Secara umum pengaruh internet terhadap bisnis dapat dilihat dalam penciptaan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan kewirausahaan memberikan berbagai kemudahan yang tercipta dengan adanya internet dalam konteks bisnis yaitu adanya efisiensi biaya, dan terciptanya kemudahan dalam transaksi. Selain itu aspek pemasaran tentu menjadi salah hal yang sangat penting dengan adanya kemajuan teknologi dan semakin mudahnya akses internet (Dianari, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ermawati et.al, 2020) yang menyatakan bahwa dengan adanya internet akses akan informasi semakin luas yang dapat menjadi penunjang dalam mencari informasi dan referensi yang dapat digunakan dalam menunjang kinerja bisnis. Internet juga memungkinkan atau semakin menunjang adanya optimalisasi dan efisiensi dalam operasional dalam bisnis. Beberapa responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa segala informasi yang didapatkan dalam internet merupakan bentuk informasi yang berkaitan dengan bisnis yang mereka jalankan, hal ini umumnya dilakukan untuk menciptakan berbagai jenis produk baru, beberapa diantaranya mencari informasi mengenai bentuk usaha lain, sehingga inspirasi untuk memulai atau menjalankan dua usaha sekaligus, memiliki unsur pemicu.

Perubahan besar pada bisnis di era digital sangat berdampak pada metode transaksi mereka, peningkatan penggunaan internet sebagai bagian dari kehidupan manusia menjadikan pemilik usaha untuk beradaptasi dengan kondisi ini, kebutuhan untuk adanya metode transaksi yang cepat dan keinginan untuk mendapatkan sesuatu secara instan, menjadikan adanya peluang untuk teknologi dalam bisnis. Hal ini dapat dimediasi oleh adanya metode transaksi digital, dan platform bisnis digital seperti *e-commerce* (Prihadi & Susilawati, 2018). Sebagaimana penjualan yang dilakukan secara *online* merupakan bentuk usaha yang kini semakin berkembang, internet tidak hanya menjadi media untuk penjualan, namun juga seluruh prosesnya, hal ini termasuk juga promosinya, informasi akan barang dan jasa yang diperjualbelikan oleh suatu toko atau perusahaan, dapat dengan mudah diakses oleh para pengguna internet, dan seluruh aktivitas ini memiliki potensi untuk mendatangkan konsumen potensial (Palinggi & Limbongan, 2020). Refleksi ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh (Zainurrafiqi & Rachmawati, 2018), bahwa penciptaan peluang pasar baru dan saluran distribusi serta efisiensi biaya operasional merupakan dampak positif yang signifikan dari adanya bantuan internet terhadap kinerja bisnis secara umum, peluang baru yang dimaksud adalah jangkauan promosi yang dimediasi oleh internet, dan efisiensi biaya operasional merupakan bagaimana usaha tersebut dapat mempromosikan produknya dengan biaya yang minim.

Kemudahan akan akses internet menjadi suatu hal yang kini dapat diperoleh banyak individu, dengan demikian bersamaan dengan ini, perkembangan teknologi akan terus terjadi, proses bisnis akan menjadi semakin canggih dengan adanya aplikasi dan inovasi yang memungkinkan otomatisasi, perkembangan ini sesungguhnya sudah dapat dilihat, sebagaimana kemunculan *platform* penjualan *online* dan bentuk-bentuk transaksi secara *cashless*. Selain itu, potensi-potensi ini tentu tidak lepas dari peran penting internet dan kemudahan akses informasi, sebagaimana informasi yang memediasi berbagai informasi untuk dapat dioptimalkan dan digunakan dalam bisnis secara aplikatif (Ameliany, 2019). Potensi akan bisnis di era digital sangat erat kaitannya dengan ketersediaan informasi dan jaringan internet yang cepat, internet memungkinkan adanya distribusi informasi, tidak hanya pada konsumen, namun juga kepada mitra, dan pihak-pihak yang dapat menunjang bisnis tersebut, sebagaimana suatu usaha membutuhkan adanya *supply-chain*, ketersediaan informasi tidak hanya berdampak pada promosi, namun potensi bisnis juga sangat dipengaruhi oleh ketersediaan informasi, inovasi, kreativitas, dan ide-ide umumnya muncul dari inspirasi, yang kemudian merupakan suatu akumulasi dari beberapa informasi berbeda dengan konteks yang sama (Anggraini et.al, 2020).

Namun, kesempurnaan akan fungsi teknologi tentu membutuhkan adanya peran manusia, refleksi dari berbagai sumber dan hasil penelitian ini dengan jelas menunjukkan bahwa kegunaan informasi menjadikan manusia dapat bekerja dengan lebih optimal. Teknologi mampu menghubungkan para pemilik usaha tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sementara fungsi lain adalah adanya kapabilitas untuk perdagangan dengan skala yang lebih besar seperti perdagangan antar pulau, provinsi atau bahkan antar negara, dengan adanya metode transaksi *online* dan multinasional (Nasution et.al, 2020). Refleksi ini menunjukkan maksimalisasi teknologi termasuk

diantaranya internet dan informasi bisnis dalam menunjang kinerja yang secara umum menggambarkan efisiensi teknologi informasi dan komunikasi dalam meningkatkan kinerja manusia.

4 KESIMPULAN

Setelah dilaksanakannya penelitian ini diperoleh kesimpulan yang memperlihatkan bagaimana akses internet merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari, untuk para pemilik usaha, akses internet merupakan bentuk media yang dapat menunjang kinerja bisnis, namun dalam prosesnya, kinerja bisnis ini memerlukan peran informasi, pentingnya informasi dapat berupa strategi, manajemen, dan berbagai bentuk informasi yang dapat berguna atau diaplikasikan dalam usaha tersebut, lebih jauh, informasi yang didapatkan dapat berguna untuk menginspirasi, mengembangkan ide-ide kreatif, menunjang penciptaan inovasi, dan tentu pada akhirnya menunjang produktivitas. Gambaran akan bisnis di era digital telah banyak berubah, dimulai dari proses produksi yang telah mengintegrasikan teknologi, proses pemasaran yang telah menggunakan dua metode yakni *offline* dan *online*, serta kegiatan distribusi yang memungkinkan efisiensi distribusi barang tanpa proses panjang harus ditempuh oleh para produsen.

Sebagaimana penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka dengan adanya penelitian yang menggunakan metode yang berbeda, tentu akan memberikan hasil yang variatif dan dapat berkontribusi akan kekurangan yang ada pada artikel ilmiah ini, selain itu, metode lain juga dapat memperluas jangkauan penelitian dan memberikan hasil yang lebih general, sehingga potensi aplikatifnya terhadap usaha atau bisnis semakin besar.

REFERENSI

- Ameliyany, N. (2019). Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (E-Commerce) Dalam Jaringan Sosial Internet. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 12-20.
- Aprianto, N. E. K. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(1), 8-15.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53-60.
- Christian, A. B. G., & Rita, M. R. (2016). Peran Penggunaan Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menunjang Keberhasilan Usaha. *EBBank*, 7(2), 77-92.
- Dianari, R. G. F. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia. *Bina Ekonomi*, 22(1), 43-62.
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 36-58.
- Falgenti, K. (2015). Transformasi UKM ke bisnis online dengan internet marketing tools. *Faktor Exacta*, 4(1), 62-73.
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35-48.
- Fatimah, S., & Azlina, N. (2021). Pengaruh teknologi informasi dan inovasi terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM)(Studi pada UKM berbasis online di Kota Dumai). *Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 15(1), 444-459.
- Gani, A. G. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(2).

- Kelara, B. N., & Suwarni, E. (2020). Peran Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 45-53.
- Lestari, N. W. N. D., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Orientasi Teknologi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11).
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1-7.
- Masse, M. R. (2017). Internet Dan Penggunaannya (Survei di kalangan masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13-24.
- Mohammad, W., & Maulidiyah, N. R. (2023). Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 211-221.
- Muizu, W. O. Z., Titisari, A., & Sule, E. T. (2018). Peran Knowledge Sharing Terhadap Kinerja Pegawai Perusahaan Telekomunikasi. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 397-406.
- 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.
- Pangestu, M. G., Usmayanti, V., Iaras Sabrina, H., Lubis, W. I., Utami, F. N., & Rahayu, N. (2023). Peran Media Sosial terhadap Kinerja Bisnis Pada UMKM fortechcomputer. id. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 2(2), 173-181.
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh kemampuan e-commerce dan promosi di media sosial terhadap kinerja pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 15-20.
- Rasyiidin, M. Y. B., Hermawan, I., Kurniawan, A., Murad, F. A., Agustin, M., & Arnaldy, D. (2022). Akses internet gratis untuk usaha mikro kecil dan menengah menggunakan teknologi wireless manajemen channel. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 211-219.
- Subiakto, H., & Fisip, U. A. (2013). Internet untuk pedesaan dan pemanfaatannya bagi masyarakat (The usage of internet for the village and villagers). *Masyarakat, kebudayaan dan Politik*, 26(4), 243-256.
- Yulianto, Y., Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, A., Azhari, I. A., & Saputra, R. S. (2015). Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi. *Semnasteknomedia Online*, 3(1), 4-1.
- Zainurrafiqi, Z., & Rachmawati, R. (2018). Pengaruh Etika Bisnis, Faktor Kontingensi Dan Tingkat Penggunaan Internet Terhadap Daya Saing. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 2(4), 550-571.
- Marpaung, T. I., Sinaga, A. R., Munthe, M. V. R., Togatorop, F., & Hutahaean, D. T. (2022). Sosialisasi bahaya adiksi internet bagi anak dan remaja di sma negeri 4 pematangsiantar. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi*, 1(1), 103-108.
- Singh, C. K., Pavithra, N., & Joshi, R. (2022). Internet an Integral Part of Human Life in 21st Century: A Review. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 41(36), 12-18.
- Gani, A. G. (2015). Pengenalan teknologi internet serta dampaknya. *JSI (Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma)*, 2(2).

- Hennyeyová, K. (2005). Internet as an important element of the information society and e-business development. *Agricultural Economics–Czech*, 51(2005), 8.
- Pibriana, D., & Ricoida, D. I. (2017). Analisis pengaruh penggunaan internet terhadap minat belajar mahasiswa (studi kasus: perguruan tinggi di Kota Palembang). *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 3(2), 104-115.
- Ritonga, S., Nainggolan, Z., & Ritonga, W. A. (2020). Pengaruh teknologi terhadap komunikasi kehidupan siswa kelas X TKJ SMK Swasta Siti Banun Rantau Selatan. *Pena Cendikia*, 3(1).
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71-75.
- Hasibuan, C. A. (2023). Analisis Pengaruh Manajemen Strategi Teknologi Digital terhadap Perkembangan Pelaku Bisnis E-Commerce dan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Islam. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 3237-3250.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020, January). Pengaruh internet terhadap industri ecommerce dan regulasi perlindungan data pribadi pelanggan di indonesia. In *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)* (Vol. 4, No. 1).
- Anggraini, F. D., Kholipah, N., & Arifin, Z. (2020, September). Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Bisnis Online Di Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 5, No.1).