

TESIS

PENGARUH INFRASTRUKTUR DIGITAL DAN PENINGKATAN JUMLAH PELANGGAN MELALUI PROVIDER INTERNET UNTUK MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN KINERJA OPERASIONAL PADA KAWASAN BISNIS EKSKLUSIF CPI MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh:

**TITIN AYUNI SAFITRI
A012231106**



Kepada

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

PENGARUH INFRASTRUKTUR DIGITAL DAN PENINGKATAN JUMLAH PELANGGAN MELALUI PROVIDER INTERNET UNTUK MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN KINERJA OPERASIONAL PADA KAWASAN BISNIS EKSKLUSIF CPI MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

TITIN AYUNI SAFITRI
A012231106

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

Makassar, Juni 2024

Komisi Penasihat

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Prof.Dr.Otto R.Payangan,S.E.,M.Si
NIP. 195808041987021001

Dr.Fahrina Mustafa,S.E.,M.Si
NIP. 197409022008122001

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. H. M. Sobarsyah, S.E., M.Si
NIP. 196806291994031002

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH INFRASTRUKTUR DIGITAL DAN PENINGKATAN JUMLAH
PELANGGAN MELALUI PROVIDER INTERNET UNTUK MENINGKATKAN
KEBERLANJUTAN KINERJA OPERASIONAL PADA KAWASAN
BISNIS EKSKLUSIF CPI MAKASSAR

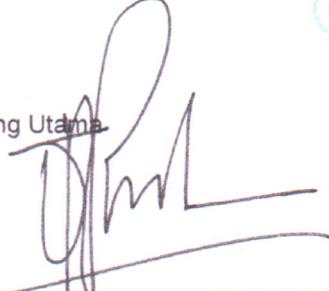
Disusun dan diajukan oleh:

TITIN AYUNI SAFITRI
NIM A012231106

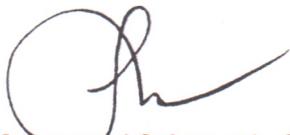
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **04 Desember 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Prof. Dr. Otto R. Payangan, SE., M.Si
NIP 195808041987021001

Ketua Program Studi
Magister Manajemen


Dr. H. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si.
NIP 196806291994031002

Pembimbing Pendamping


Dr. Fahrina Mustafa, SE., M.Si
NIP 197409022008122001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Prof. Dr. H. Abd Rahman Kadir., S.E., M.Si., CIPM.
NIP 196402051988101001



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Titin Ayuni Safitri
Nim : A012231106
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Pengaruh Infrastruktur Digital dan Peningkatan Jumlah Pelanggan Melalui Provider Internet Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Kinerja Operasional Pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 02 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Titin Ayuni Safitri

ABSTRAK

Titin Ayuni Safitri. Pengaruh Infrastruktur Digital Dan Peningkatan Jumlah Pelanggan Melalui Provider Internet Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Kinerja Operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar. (dibimbing oleh Otto R. Payangan dan Fahrina Mustafa).

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk menganalisis pengaruh infrastruktur digital dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional. (2) Untuk menganalisis pengaruh infrastruktur digital dalam meningkatkan provider internet. (3) Untuk menganalisis pengaruh pelanggan dalam meningkatkan provider internet. (4) Untuk menganalisis pengaruh pelanggan dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional. (5) Untuk menganalisis pengaruh provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional. (6) Untuk menganalisis pengaruh langsung infrastruktur digital melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional. (7) Untuk menganalisis pengaruh langsung pelanggan melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengusaha yang ada di kawasan eksklusif CPI Makassar, yaitu sebanyak 128 responden. Penarikan sampel menggunakan rumus slovin, sehingga jumlah sampel 55 responden. Alat analisis yang digunakan Analisis jalur (*Path Analysis*) dengan bantuan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian diperoleh (1) Infrastruktur digital berpengaruh signifikan terhadap provider internet. (2) Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap provider internet. (3) Infrastruktur digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. (4) Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. (5) Provider internet berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. (6) Infrastruktur digital melalui provider internet mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja operasional. (7) Pelanggan melalui provider internet mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.

Kata Kunci: *Infrastruktur Digital, Pelanggan, Provider Internet, Kinerja.*



ABSTRACT

Titin Ayuni Safitri. The Influence of Digital Infrastructure and Increasing the Number of Customers Through Internet Providers to Improve the Sustainability of Operational Performance in the CPI Makassar Exclusive Business Area. (supervised by Otto R.Payangan and Fahrina Mustafa).

This research aims: (1) To analyze the influence of digital infrastructure in improving the sustainability of operational performance. (2) To analyze the influence of digital infrastructure in improving internet providers. (3) To analyze the influence of customers in improving internet providers. (4) To analyze customers' influence in improving operational performance sustainability. (5) To analyze internet providers' influence in improving operational performance sustainability. (6) To analyze the direct influence of digital infrastructure through internet providers in improving the sustainability of operational performance. (7) To analyze the direct influence of customers through internet providers in improving the sustainability of operational performance in the CPI Makassar Exclusive Business Area.

This research's population comprises all entrepreneurs in the exclusive CPI Makassar area, with 128 respondents. Sampling used the Slovin formula, so the total sample was 55 respondents. The analytical tool used is Path Analysis, which uses multiple regression analysis techniques.

The research results: (1) Digital infrastructure significantly affects internet providers. (2) Customers have a significant influence on internet providers. (3) Digital infrastructure has a significant effect on operational performance. (4) Customers have a significant influence on operational performance. (5) Internet providers have a significant influence on operational performance. (6) Digital infrastructure through internet providers has an insignificant influence on operational performance. (7) Customers via internet providers significantly influence operational performance in the CPI Makassar Exclusive Business Area.

Keywords: *Digital Infrastructure, Customers, Internet Providers, Performance.*



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM PASCASARJANA (S-2)**
Jl. Kandeia Kampus Unhas Baraya No.100, Makassar 90153
Telp. (0411) 325342-334013. Fax: (0411) 327697
Email: mmunhaskandeia@yahoo.com

**TANDA PERSETUJUAN PERBAIKAN
SEMINAR USUL PENELITIAN**

Berdasarkan saran-saran perbaikan pada Seminar Laporan Usulan Penelitian mahasiswa:

NAMA : Titin Ayuni Safitri
NIM : A012231106
PROGRAM STUDI : Magister Manajemen
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
JUDUL : **PENGARUH INFRASTRUKTUR DIGITAL DAN PENINGKATAN JUMLAH PELANGGAN MELALUI PROVIDER INTERNET UNTUK MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN KINERJA OPERASIONAL PADA KAWASAN BISNIS EKSKLUSIF CPI MAKASSAR.**

Kami Ketua, Anggota Penasihat dan Tim Penilai setelah memeriksa hasil perbaikan menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah memperbaiki Naskah Seminar Laporan Usulan Penelitian sesuai dengan saran-saran pada pelaksanaan seminar.

NO	NAMA PENGUJI	JABATAN	TGL PERBAIKAN	TANDA TANGAN
1		Ketua		
2		Anggota		
3		Penilai		
4		Penilai		
5		Penilai		

Makassar, 2024

Mengetahui
Ketua Program

Dr. H. M. Sobarsyah, S.E., M.Si
NIP. 196806291994031002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI) PROPOSAL.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 LandasanTeori	9
2.1.1 Teori Pelayanan	9
2.1.2 Teori Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.3 Customer.....	17
2.1.4 Pengertian Infrastruktur Bisnis Digital	18
2.1.5 Cakupan Infrastruktur Bisnis Digital	19
2.1.6 Peran Utama Infrastruktur Bisnis Digital dalam Transformasi Digital	19
2.1.7 Komponen Infrastruktur Bisnis Digital	20
2.1.8 Tantangan dan Peluang dalam Infrastruktur Bisnis Digital	22
2.1.9 Best Practices dalam Membangun dan Mengelola Infrastruktur Bisnis Digital	26
2.1.10 Kinerja Bisnis	28
2.1.11 Provider	29
2.2 Penelitian Terdahulu	32

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL & HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1 Kerangka Konseptual	36
3.2 Hipotesis Penelitian	37
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Pendekatan Penelitian.....	39
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
4.3 Populasi dan Sampel.....	41
4.4 Jenis dan Sumber Data	42
4.5 Teknik Pengumpulan Data	42
4.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	43
4.7 Instrumen Penelitian	45
4.8 Teknik Analisis Data	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
5.2 Hasil Penelitian	55
5.3 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran-Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	33
5.1 Distribusi Responden Menurut Umur pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar	54
5.2 Distribusi Responden Menurut Status Perkawinan pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar	55
5.3 Distribusi Responden Menurut Lama Bekerja pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar	55
5.4 Uji Validitas Variabel Infrastruktur Digital (X_1)	56
5.5 Uji Validitas Variabel Pelanggan (X_2)	57
5.6 Uji Validitas Variabel Provider Internet (Z)	57
5.7 Uji Validitas Variabel Kinerja Operasional (Y)	57
5.8 Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 , Z dan Y	58
5.9 Jawaban Responden Variabel Infrastruktur Digital (X_1)	63
5.10 Jawaban Responden Variabel Pelanggan (X_2)	63
5.11 Jawaban Responden Variabel Provider Internet (Z)	64
5.12 Jawaban Responden Variabel Kinerja Operasional (Y)	65
5.13 Coefficients	66
5.14 Model Summary	67
5.15 Coefficients	68
5.16 Model Summary	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Konseptual.....	37
4.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	43
5.1 Histogram	60
5.2 P-Plot	61
5.3 Histogram	62
5.4 P-Plot	63
5.5 Model Struktur I	68
5.6 Model Struktur II	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jaringan komputer dan basis data memiliki peran yang krusial dalam mewujudkan fondasi teknologi informasi di era digital saat ini (Hidayat, A, 2019).

Pertama-tama, jaringan komputer membentuk infrastruktur yang memungkinkan komunikasi dan pertukaran data antara perangkat dan pengguna di seluruh dunia (Rahman, et al, 2022). Melalui konektivitas yang kuat, jaringan memfasilitasi akses ke informasi, layanan, dan sumber daya yang terdistribusi di berbagai lokasi geografis. Tanpa jaringan yang handal, pertukaran informasi global yang menjadi tulang punggung era digital tidak akan terwujud secara efektif. Di samping itu, basis data berperan sebagai gudang penyimpanan yang mengorganisir dan menyimpan data dalam format terstruktur, memungkinkan akses cepat dan efisien ke informasi (Fadilah, 2021). Dalam era di mana jumlah data yang dihasilkan terus meningkat, basis data yang canggih memungkinkan pengelolaan informasi yang lebih efektif. Basis data memainkan peran penting dalam aplikasi sehari-hari, mulai dari sistem perbankan hingga aplikasi e-commerce, dengan memfasilitasi pengelolaan inventaris, informasi pelanggan, dan transaksi bisnis (Alazmi, 2021).

Kedua teknologi ini, jaringan komputer dan basis data, saling terkait dan saling memperkuat. Jaringan yang luas dan handal memungkinkan akses yang cepat dan efisien ke basis data yang menyimpan informasi penting. Sebaliknya, basis data yang terpusat dan terorganisir dengan baik membutuhkan jaringan yang andal untuk memastikan aksesibilitasnya kepada pengguna di berbagai lokasi (Marliana, 2022). Peran krusial dari jaringan komputer dan basis data dalam era digital tidak hanya berdampak pada skala bisnis, tetapi juga merambah ke aspek sosial dan budaya. Mereka menjadi landasan bagi

perkembangan teknologi yang memungkinkan kolaborasi global, inovasi, dan pertukaran budaya yang lebih luas (Widyasto, 2019). Melalui jaringan komputer, individu dari belahan dunia mana pun dapat terhubung dan berbagi pengalaman serta pengetahuan, sementara basis data memungkinkan pengembangan aplikasi dan layanan yang mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia sekitar. Dalam keseluruhan, peran penting jaringan komputer dan basis data dalam era digital tidak dapat diabaikan. Tidak hanya menjadi infrastruktur teknologi yang mendasar, tetapi juga katalisator bagi transformasi digital yang terus berkembang, mempengaruhi cara kita bekerja, berkomunikasi, dan hidup. Kedua teknologi ini secara bersama-sama membentuk landasan bagi kemajuan teknologi informasi yang membawa dampak besar dalam berbagai bidang kehidupan manusia.

Tugas penyedia layanan internet yaitu untuk selalu berupaya secara terus menerus mempertahankan pelanggan yang sudah menggunakan layanan internetnya agar tidak berpindah ke kompetitor. *Program customer retention* menurut Keaveney dalam Adiati Hardjanti dan Dinna Amalia (2020) adalah suatu program untuk pelayanan pelanggan dan untuk menjaga kesetiaan pelanggan. Program retensi inilah benteng kekuatan yang harus dirancang sedemikian menarik sebagai benefit yang ditawarkan dapat menyentuh customer/pelanggan. Dalam era digital yang terhubung secara luas, tantangan keamanan menjadi kritis. Ancaman keamanan seperti serangan peretasan, pencurian data, dan malware dapat mengancam infrastruktur jaringan dan integritas basis data, memicu kerentanan yang serius (Hambali and Nurmiati, 2018). Seiring dengan pertumbuhan besar dalam volume data dan pengguna, masalah terkait skalabilitas dan kinerja jaringan dan basis data menjadi semakin penting. Bagaimana teknologi ini dapat berkembang sejalan dengan tuntutan yang terus meningkat menjadi fokus penting. Penelitian juga bisa mengarah pada

bagaimana jaringan komputer dan basis data dapat diintegrasikan dengan lebih baik untuk mendukung aplikasi dan layanan yang kompleks. Kemampuan mereka untuk saling berkomunikasi dan bekerja sama menjadi penting dalam ekosistem teknologi informasi saat ini. Bagaimana cara optimal untuk mengelola, menganalisis, dan memanfaatkan data yang tersimpan dalam basis data menjadi pertanyaan penting. Efisiensi dalam mengelola data dan kemampuan untuk mendapatkan wawasan yang berarti dari data menjadi hal yang esensial. Di era di mana privasi data menjadi perhatian utama, penelitian tentang bagaimana jaringan komputer dan basis data dapat memenuhi regulasi privasi dan standar kepatuhan menjadi penting. Bagaimana teknologi ini dapat menjaga data pribadi tetap aman dan sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku menjadi fokus krusial. Penelitian juga bisa berkaitan dengan inovasi teknologi baru yang mungkin mempengaruhi peran jaringan komputer dan basis data dalam era digital. Misalnya, penggunaan teknologi blockchain atau teknologi lainnya yang dapat mengubah cara jaringan dan basis data berinteraksi dan bekerja.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rogatianus Maryatmo dan Devi Victoria Pamenta (2023) menemukan bahwa kecepatan akses internet memiliki hubungan terhadap output penjualan, jumlah karyawan, dan jumlah pelanggan. Ukuran usaha dan pemerintah memiliki hubungan terhadap pendapatan. Umur pemilik usaha memiliki hubungan terhadap output penjualan. Sedangkan variabel lainnya tidak saling berhubungan.

Pada era digital, UMKM memiliki kesempatan meningkatkan kinerja bisnis (*business performance*) dengan menggunakan internet untuk memperluas jaringan usaha. Penggunaan software atau aplikasi dengan jaringan internet dapat mempermudah akses baik internal maupun eksternal termasuk akses ke penyelia dan konsumen (Umiyati & Achmad, 2021). Aplikasi digital merupakan aplikasi yang sangat membantu kegiatan operasional sebuah usaha.

Adapun provider internet yang ada di Center Point Indonesia (CPI)

Makassar terdiri dari:

1. Biznet
2. Globallink
3. Inet
4. Crossnet
5. Julianet.

Jenis usaha yang cenderung menggunakan aplikasi digital adalah semua usaha baik usaha kecil, menengah bahkan skala besar (Ramadhani, 2021). Penggunaan aplikasi digital pada suatu usaha/bisnis tentunya harus diiringi dengan pengeluaran biaya aplikasi dan biaya akses internet. Oleh karenanya penggunaan aplikasi dalam usaha tentunya memerlukan modal yang lebih besar dengan skala usaha yang lebih besar pula supaya dapat menanggung beban biaya aplikasi. Usaha yang belum menggunakan aplikasi digital di berbagai bidang bisa jadi disebabkan oleh kendala regulasi pemerintah, minimnya modal usaha, kurangnya literasi teknologi, dan pengalaman (Setiawan, 2019).

Ada banyak faktor yang menjadi alasan bagi pemilik usaha menggunakan aplikasi digital pada bisnisnya. Salah satunya karena faktor persaingan yang ketat antar usaha. Pada tahun 2022, jumlah unit usaha di kawasan eksklusif Center Point Indonesia (CPI) kurang lebih 100 unit usaha dan yang sudah menggunakan teknologi digital sebanyak 90%. Setiap unit usaha harus mampu menghadapi tantangan global di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan, seperti pengembangan teknologi dan sumber daya manusia, meningkatkan inovasi produk dan jasa, serta memperluas area pemasaran. Agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, perlu dilakukan penambahan nilai jual setiap unit usaha/bisnis, mengingat setiap

unit usaha/bisnis merupakan sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, et al., 2019).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Infrastruktur Digital dan Peningkatan Jumlah Pelanggan Melalui Provider Internet Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Kinerja Operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah pada Kawasan Eksklusif CPI Makassar maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah infrastruktur digital berpengaruh dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
2. Apakah infrastruktur digital berpengaruh dalam meningkatkan provider internet pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
3. Apakah pelanggan berpengaruh dalam meningkatkan provider internet pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
4. Apakah pelanggan berpengaruh dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
5. Apakah provider internet berpengaruh dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
6. Apakah terdapat pengaruh langsung infrastruktur digital melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?
7. Apakah terdapat pengaruh langsung pelanggan melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh infrastruktur digital dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
2. Untuk menganalisis pengaruh infrastruktur digital dalam meningkatkan provider internet pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
3. Untuk menganalisis pengaruh pelanggan dalam meningkatkan provider internet pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
4. Untuk menganalisis pengaruh pelanggan dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
5. Untuk menganalisis pengaruh provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
6. Untuk menganalisis pengaruh langsung infrastruktur digital melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.
7. Untuk menganalisis pengaruh langsung pelanggan melalui provider internet dalam meningkatkan keberlanjutan kinerja operasional pada Kawasan Bisnis Eksklusif CPI Makassar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, praktis, dan kebijakan terutama bagian kademisi dan lembaga yang terkait.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah:

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk menerapkan teori-teori mengenai masalah infrastruktur digital, pelanggan, kinerja, dan provider internet.
2. Hasil penelitian ini dapat menambah bahan referensi kepustakaan bagi peneliti lainnya yang ingin membahas atau mengangkat tema yang relevan dengan penelitian ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai sumbangan pemiikiran bagi pihak pemerintah daerah mengenai pentingnya infrastruktur digital dan pelanggan serta provider internet terhadap kinerja bisnis di Kawasan Eksklusif CPI Makassar.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dengan refrensi bacaan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang relevan dengan penelitian ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan tesis selanjutnya dalam penelitian ini dapat diuraikan ke dalam tujuh bab yang dapat diuraikan satu per satu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua tinjauan pustaka yang berisi tentang tinjauan teori dan konsep, tinjauan empiris serta penelitian terdahulu.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ketiga berisi kerangka konseptual dan hipotesis

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab keempat metode penelitian yang berisi tentang rancangan penelitian, situs dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB V HASIL PENELITIAN

Bab kelima merupakan gambaran umum obyek penelitian serta hasil penelitian dan permasalahan yang terdiri dari deskripsi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, analisis regresi linear berganda, uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis.

BAB VI PEMBAHASAN

Bab keenam merupakan bab yang membahas tentang hubungan antar variabel yang dikaitkan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu, yang dapat memberikan pemahaman yang jelas didukung oleh teori yang telah dikemukakan oleh para ahli.

BAB VII PENUTUP

Bab ketujuh kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa memberikan pelayanan merupakan hal yang penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Sebagai bisnis yang melayani konsumen dalam servis resmi. Oleh karena itu harus dapat menjaga kepercayaan konsumen yang diberikan kepada mereka.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan (Nina Rahmayanty, 2020).

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud. Pelayanan konsumen dikatakan sebagai *customer service* yaitu berbagai aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan konsumen. Tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan (Lupiyoadi, 2018). Sedangkan

menurut Payne (2019), pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. Menurut Laksana, (2020), Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud mengakibatkan kepemilikan apapun.

Macam –macam pelayanan yang dikemukakan oleh Buchari (2019), antara lain: *personalized services, financial services, public utility and transportation service, entertainment* serta *hotel service*.

2.1.2 Teori Kualitas Layanan

2.1.2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan layanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. Pelanggan akan menilai kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan cara membandingkan harapan dan persepsinya terhadap layanan tersebut (Putu, et al, 2018).

Menurut Kotler dan Keller (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dalam perusahaan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau

perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan (Koestanto, 2020). Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Gregorius (2020) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Tjiptono dan Gregorius, 2020).

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi produk atau jasa, pelanggan (dan bukan produsen atau penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu. Hidangan yang sama di sebuah restoran bisa jadi dinilai berbeda oleh orang berbeda: ada yang bilang kurang manis, kurang pedas, kurang asin, pas, terlalu manis, terlalu pedas, terlalu banyak santannya, dan lain-lain. Ini semua akan mempengaruhi penilaian akhir terhadap restoran yang bersangkutan (Tjiptono dan Gregorius, 2020).

Menurut *American Society For Quality Control* dalam Kotler dan Keller (2019) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat tetap.

Kualitas pelayanan merupakan unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan (Kotler dan Keller, 2019).

Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Lovelock, et al (2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2020).

2.1.2.2 Strategi Meningkatkan Kualitas layanan

Menurut Tjiptono (2019), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penilaian konsumen seperti keamanan transaksi (pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit), keamanan, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor tersebut, perlu

diperhatikan dan ditingkatkan. Sehingga akan terjadi penilaian yang lebih baik di mata pelanggan.

2. Mengelola ekspektasi pelanggan

Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga itu menjadi “bumerang” untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan “janji kepada pelanggan.

3. Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat tangible, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima”. Sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia layanan di mata konsumen.

4. Mendidik konsumen tentang layanan

Upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan. Sebagai contoh:

- a. Penyedia layanan memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan sendiri layanan tertentu. Seperti mengisi formulir pendaftaran, menggunakan fasilitas teknologi (ATM, *Internet banking*, dan sebagainya), mengisi bensin sendiri (*selfservice*) dan lain-lain.
- b. Penyedia layanan membantu konsumen dalam pemberitahuan kapan menggunakan suatu layanan secara lebih mudah dan murah, yaitu sebisa

mungkin untuk menghindari periode waktu sibuk dan memanfaatkan periode di mana layanan tidak terlalu sibuk.

- c. Penyedia layanan menginformasikan konsumen mengenai prosedur atau cara penggunaan layanan melalui iklan, brosur, atau staf secara langsung mendampingi konsumen saat penggunaan layanan.
- d. Penyedia layanan meningkatkan kualitas layanan dengan cara penjelasan kepada konsumen tentang beberapa hal kebijakan yang mungkin akan mengecewakan konsumen, misalkan kenaikan harga.

5. Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas.

Beberapa faktor yang dapat menghambat namun dapat pula memperlancar pengembangan kualitas layanan, yaitu:

- a. Sumber daya manusia, sebagai contoh dalam hal penyeleksian karyawan, pelatihan karyawan, deskripsi *jobdesk*, dan sebagainya.
- b. Organisasi/struktur, meliputi intergrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan.
- c. Pengukuran (*measurement*), yaitu melakukan evaluasi kinerja dan keluhan serta kepuasan konsumen.
- d. Pendukung sistem, yaitu faktor teknologi seperti komputer, sistem, database, dan teknis.
- e. Layanan, meliputi pengelolaan keluhan konsumen, alat-alat manajemen, alat-alat promosi/penjualan.
- f. Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijakan dalam operasional.

g. Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.

6. Menciptakan *automatingquality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (*hightouch*) dan elemen elemen yang memerlukan otomatisasi (*hightech*). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien. Contoh, *internet banking*, *phone banking*, dan sejenisnya.

7. Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan survey terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Service quality information system adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (*consumer's voice*) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2020) ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu:

1. Pelayanan yang dirasakan

Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan.

2. Pelayanan yang diharapkan

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang buruk.

2.1.2.4 Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat lima dimensi utama kualitas layanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut (Tjiptono dan Gregorius, 2020):

1. Realibilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Kotler and Armstrong (2017) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*).

2.1.3 Customer

Jasa adalah pelayanan pribadi (*personal service*) dan bisa dikatakan sebagai suatu produk. Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan bukan sebuah produk yang nyata (konstruksi), pada khususnya jasa dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah yang berupa kenyamanan atau penyelesaian suatu masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Customer merupakan individu atau kelompok yang berbelanja produk dalam bentuk barang ataupun jasa dengan melakukan berbagai faktor pertimbangan berdasarkan keputusan sendiri.

Customer service quality

Kualitas layanan yang utama yaitu kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Ini berarti bahwa gambaran kualitas yang baik ditentukan oleh persepsi pelanggan, bukan oleh penyedia layanan.

Customer satisfaction

Kotler dan Keller (2019), mendefinisikan *Customer Satisfaction* bergantung pada kinerja yang dipersepsikan produk relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan merasa sangat puas atau senang. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja produk jauh dari harapan, pelanggan tidak merasa puas.

Customer retention

Customer retention melibatkan merubah transaksi konsumen individu menjadi hubungan pelanggan jangka panjang dengan membuatnya dalam kepentingan terbaik pelanggan untuk tetap bersama perusahaan dari pada beralih ke perusahaan yang lain (Schiffman dalam Aurelia, et al, 2019).

Terdapat indikator customer yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan yaitu (Tjiptono dan Gregorius, 2020): (1) Kualitas produk yang dihasilkan. (2) Kualitas pelayanan yang diberikan. (3) Harga produk. (4) Kemudahan mengakses produk. (5) Cara meniklankan produk.

2.1.4 Pengertian Infrastruktur Bisnis Digital

Infrastruktur bisnis digital merujuk pada rangkaian teknologi, perangkat lunak, serta elemen-elemen teknis dan non-teknis yang membentuk dasar dari operasional suatu perusahaan di era digital. Secara esensial, infrastruktur bisnis digital mencakup semua elemen yang memungkinkan suatu organisasi beradaptasi dengan kebutuhan dan dinamika bisnis yang ditimbulkan oleh perubahan teknologi digital. Ini mencakup perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan platform yang mendukung operasional sehari-hari.

2.1.5 Cakupan Infrastruktur Bisnis Digital

Beberapa aspek kunci cakupan ini termasuk:

- 1) Perangkat Keras: Melibatkan semua perangkat fisik seperti server, komputer, dan perangkat penyimpanan yang diperlukan untuk mendukung aplikasi dan data perusahaan.
- 2) Perangkat Lunak: Mencakup sistem operasi, aplikasi bisnis, dan perangkat lunak pendukung lainnya yang membentuk fondasi operasional perusahaan dalam konteks digital.
- 3) Jaringan: Menyediakan konektivitas yang handal antara berbagai perangkat dan sistem, memastikan aliran informasi yang cepat dan aman di seluruh organisasi.
- 4) Platform Digital: Termasuk dalam cakupan ini adalah teknologi seperti *cloud computing*, *big data analytics*, dan *platform e-commerce* yang memungkinkan perusahaan untuk menyediakan layanan dan produk secara efisien.

2.1.6 Peran Utama Infrastruktur Bisnis Digital dalam Transformasi Digital

Infrastruktur bisnis digital bukan sekadar komponen teknis; ia memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi digital suatu perusahaan. Peran utamanya mencakup:

- 1) Adaptasi Terhadap Perubahan: Infrastruktur bisnis digital memungkinkan perusahaan untuk dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan dalam pasar, teknologi, dan kebutuhan pelanggan.
- 2) Inovasi Bisnis: Sebagai fondasi inovasi, infrastruktur bisnis digital memfasilitasi pengembangan dan implementasi solusi baru yang dapat meningkatkan proses bisnis dan memberikan nilai tambah.

- 3) Efisiensi Operasional: Dengan menyediakan fondasi teknologi yang andal, infrastruktur bisnis digital membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan daya saing.

2.1.7 Komponen Infrastruktur Bisnis Digital

Infrastruktur bisnis digital terdiri dari berbagai komponen terlihat dalam gambar 1 semua komponen saling terkait dan mendukung, membentuk fondasi teknologi untuk fungsi utama perusahaan. Komponen-komponen ini mencakup perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan platform. Mari kita eksplorasi masing-masing komponen:

2.1.7.1 Perangkat Keras

Perangkat keras adalah elemen fisik dalam infrastruktur bisnis digital yang mencakup semua perangkat fisik yang digunakan untuk menyimpan, mengolah, dan mengelola data.

Beberapa komponen kunci melibatkan:

- 1) *Server*: Menyediakan daya komputasi untuk menjalankan aplikasi dan menyimpan data.
- 2) Komputer: Digunakan oleh pengguna untuk mengakses aplikasi dan data.
- 3) Perangkat Penyimpanan: Memungkinkan penyimpanan data dalam jumlah besar, seperti *hard drive* dan *solid-state drive (SSD)*.

2.1.7.2 Perangkat Lunak

Perangkat lunak merujuk pada program dan aplikasi yang menjalankan fungsi bisnis dan mengelola operasional perusahaan. Ini mencakup:

- 1) Sistem Operasi: Menyediakan antarmuka untuk interaksi antara perangkat keras dan perangkat lunak aplikasi.

- 2) Aplikasi Bisnis: Termasuk perangkat lunak yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan khusus suatu perusahaan, seperti sistem manajemen penjualan atau keuangan.
- 3) Perangkat Lunak Pendukung: Melibatkan perangkat lunak yang mendukung operasional harian, seperti keamanan dan sistem manajemen basis data.

2.1.7.3 Jaringan

Jaringan adalah elemen kritis yang memungkinkan komunikasi berbagai perangkat dan sistem dalam infrastruktur bisnis digital yang saat ini mulai banyak dikembangkan infrastruktur berbasis virtual (Abdulghani, 2022), (Winarsih, 2016), dan pengelolaan jaringan komputer dengan baik (Darmawan & Abdulghani, 2023). Beberapa pengetahuan dalam membangun Jaringan komputer:

- 1) Koneksi Kabel dan Nirkabel: Memberikan jalur komunikasi antara perangkat dalam suatu jaringan.
- 2) *Router* dan *Switch*: Menyediakan arus lalu lintas data dan mengarahkannya ke server database dan Server sistem informasi.
- 3) Protokol Komunikasi: Menentukan aturan untuk pertukaran data, seperti *Transmission Control Protocol (TCP)* dan *Internet Protocol (IP)*(Palattella et al., 2019).

2.1.7.4 Platform

Platform digital adalah lingkungan tempat aplikasi dan layanan dapat beroperasi, memfasilitasi pengembangan dan implementasi solusi bisnis digital. Ini mencakup:

- 1) *Cloud Computing*: Menyediakan akses ke sumber daya komputasi (Print, IssnS. Subhakala, S. Muthulakshmi, A.Geetha, Dhanya K, 2017) (seperti server, penyimpanan, dan basis data) melalui internet.
- 2) *Big Data Analytics*: Memungkinkan analisis data dalam skala besar untuk mendapatkan wawasan yang mendalam sehingga mampu mempersiapkan

kebutuhan untuk kebutuhan di masa yang akan datang (Han & Kim, 2021; Kitchin, 2020).

- 3) *Platform E-commerce*: Mendukung penjualan dan pembelian online, termasuk transaksi keuangan dan manajemen inventaris merupakan platform yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi sehingga membantu peningkatan dalam bisnis (Lee, 2020; Mayer, 2019).

Semua komponen jaringan komputer bekerja bersama-sama untuk menciptakan infrastruktur bisnis digital yang kokoh. Perangkat keras menyediakan fondasi fisik, perangkat lunak mengatur penggunaan sumber daya, jaringan menyediakan konektivitas, dan platform mendukung berbagai layanan dan aplikasi. Integrasi yang efisien dari komponen-komponen ini membantu perusahaan menjalankan operasionalnya dengan efisien dalam dunia bisnis yang terus berubah secara digital.

2.1.8 Tantangan dan Peluang dalam Infrastruktur Bisnis Digital

Dalam bisnis selalu ada tantangan yang harus dipersiapkan dengan matang agar mampu bertahan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis dan mengembangkan bisnis sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan konsumen.

2.1.8.1 Tantangan Implementasi Infrastruktur Bisnis Digital

Membangun infrastruktur bisnis digital seringkali dihadapkan pada tantangan kompleksitas integrasi, di mana berbagai sistem, teknologi, dan platform harus diintegrasikan secara efektif untuk menciptakan lingkungan operasional yang terkoordinasi.

Tantangan ini melibatkan beberapa aspek yang perlu dipahami dan diatasi:

- 1) *Heterogenitas* Teknologi Penyelesaian *Sistem Legacy*: Banyak perusahaan memiliki sistem legacy yang telah beroperasi selama bertahun-tahun. Integrasi infrastruktur bisnis digital seringkali memerlukan upaya ekstra untuk menyelaraskan teknologi baru dengan sistem yang sudah ada.
- 2) Ragam Aplikasi dan Platform Berbagai Sumber Data dan Aplikasi: Perusahaan dapat menggunakan berbagai aplikasi dari berbagai penyedia, termasuk aplikasi cloud, lokal, dan platform pihak ketiga. Mengintegrasikan data dan fungsi dari berbagai sumber ini memerlukan strategi yang cermat.
- 3) Keamanan dan Kepatuhan Keselamatan Data: Memastikan keamanan data selama proses integrasi merupakan tantangan signifikan. Perlindungan terhadap data selama perpindahan dan pertukaran antar sistem adalah prioritas utama. Kepatuhan Regulasi: Integritas dan kepatuhan terhadap regulasi privasi data dan keamanan informasi juga harus dijaga selama proses integrasi.
- 4) Keterbatasan Sumber Daya Tenaga Ahli dan Kapasitas SDM: Membangun infrastruktur bisnis digital memerlukan tim ahli dengan keahlian teknis yang memadai. Keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya keahlian dapat menghambat proses integrasi.
- 5) Interoperabilitas Kompatibilitas Platform: Pastikan bahwa berbagai platform dan teknologi yang digunakan dapat bekerja bersama secara efektif. Kesulitan dalam mencapai interoperabilitas dapat menghambat pertukaran data dan informasi yang efisien.
- 6) Siklus Hidup Perangkat Lunak Perangkat lunak untuk mendukung bisnis digital harus mampu menyelaraskan layanan dalam bisnis dan teknologi yang dipergunakan dengan mengadopsi konsep *Software Development Life Cycle* (SDLC) (Sudarsono et al., 2022).

Hal penting dalam siklus hidup perangkat lunak:

- 1) **Pembaruan dan Kompatibilitas:** Perangkat lunak yang digunakan dalam infrastruktur bisnis digital mengalami pembaruan dan evolusi terus-menerus. Memastikan kompatibilitas selama siklus hidup perangkat lunak menjadi tantangan dalam menjaga keselarasan sistem.
- 2) **Strategi Mengatasi Kompleksitas Integrasi: Audit dan Evaluasi Sistem:** Melakukan audit menyeluruh terhadap sistem yang sudah ada dan mengidentifikasi komponen yang perlu diintegrasikan.
- 3) **Pemilihan Platform dan Standar Terbuka:** Memilih platform yang mendukung standar terbuka dapat memudahkan proses integrasi, mengurangi ketidakseragaman teknologi.
- 4) **Penggunaan *Middleware*:** Menggunakan middleware dapat membantu menghubungkan dan menyelaraskan berbagai aplikasi dan sistem secara lebih efisien.
- 5) **Sistem Manajemen Integrasi:** Mengimplementasikan sistem manajemen integrasi untuk merencanakan, mengelola, dan memantau seluruh proses integrasi.
- 6) **Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia:** Meningkatkan keahlian tim teknis dan melibatkan mereka dalam pelatihan terkait integrasi teknologi baru.
- 7) **Pemantauan Keamanan dan Kepatuhan:** Menyertakan solusi keamanan yang kuat dan memastikan bahwa kepatuhan regulasi dipatuhi selama seluruh proses integrasi.

Mengatasi kompleksitas integrasi merupakan langkah kritis dalam membangun infrastruktur bisnis digital yang tangguh. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan integrasi teknologi baru dan yang sudah ada, memastikan keberlanjutan operasional yang efisien.

- 1) Keamanan dan Kepatuhan Keamanan data dan kepatuhan regulasi merupakan aspek krusial dalam infrastruktur bisnis digital. Tantangan muncul ketika perusahaan harus memastikan bahwa data pelanggan dan bisnis tetap aman, sambil mematuhi regulasi privasi dan keamanan yang semakin ketat.
- 2) Biaya Implementasi dan Pemeliharaan Investasi awal dalam implementasi infrastruktur bisnis digital dapat menjadi beban besar bagi beberapa perusahaan. Selain itu, biaya pemeliharaan dan pembaruan rutin juga dapat menjadi tantangan keuangan yang perlu diatasi.
- 3) Ketergantungan pada Kompetensi Teknis Tantangan lainnya adalah memastikan bahwa organisasi memiliki keterampilan dan keahlian teknis yang cukup untuk mengelola dan memelihara infrastruktur digital. Kurangnya sumber daya manusia yang terampil dapat memperlambat proses implementasi dan mengurangi efisiensi operasional.

2.1.8.2 Peluang untuk Mengoptimalkan Operasional dan Pertumbuhan

Infrastruktur bisnis digital membuka peluang untuk mengembangkan produk dan layanan baru. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi seperti big data analytics dan kecerdasan buatan untuk merancang solusi yang inovatif dan menarik bagi pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka. Otomatisasi proses bisnis, pemantauan real-time, dan analisis data dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Infrastruktur bisnis digital dapat memungkinkan perusahaan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Layanan pelanggan digital, personalisasi, dan responsibilitas yang cepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas. Perusahaan dapat lebih mudah mengeksplorasi peluang di pasar global. E-commerce, platform digital, dan kerja

jarak jauh memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis.

Meskipun ada tantangan dalam mengimplementasikan infrastruktur bisnis digital, pemahaman terhadap peluang yang terkait dapat membantu perusahaan mengoptimalkan operasional dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di era digital ini. Dengan mengelola tantangan tersebut dan menggali potensi peluang, perusahaan dapat membangun fondasi yang solid untuk kesuksesan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

2.1.9 Best Practices (Praktik Terbaik) dalam Membangun dan Mengelola

Infrastruktur Bisnis Digital.

Merancang, membangun, dan mengelola infrastruktur bisnis digital merupakan langkah kritis yang memerlukan perencanaan matang dan strategi yang efektif. Berikut adalah panduan praktis dan strategis yang dapat membimbing perusahaan dalam menjalankan proses tersebut:

1. **Pemahaman Kebutuhan Bisnis** Identifikasi tujuan bisnis utama dan kebutuhan spesifik yang perlu dicapai melalui infrastruktur bisnis digital. Libatkan pemangku kepentingan dari berbagai departemen untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif.
2. **Perencanaan Strategis** Rancang rencana strategis yang mencakup tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Pertimbangkan faktor-faktor seperti pertumbuhan bisnis, perubahan teknologi, dan persaingan pasar.
3. **Keamanan Infrastruktur** Integrasikan keamanan dari awal dalam seluruh desain dan implementasi infrastruktur. Gunakan teknologi keamanan terkini, seperti enkripsi data, kontrol akses, dan deteksi ancaman.
4. **Skalabilitas** Desain infrastruktur yang dapat diubah ukurannya untuk mengakomodasi pertumbuhan bisnis tanpa mengorbankan kinerja.

Pertimbangkan penggunaan teknologi cloud untuk memperluas kapasitas sesuai kebutuhan.

5. **Fleksibilitas dan Interoperabilitas** Pilih teknologi dan platform yang mendukung fleksibilitas dan interoperabilitas. Pastikan bahwa sistem dapat berintegrasi dengan mudah dengan aplikasi dan layanan eksternal.
6. **Pemantauan dan Analisis Kinerja** Terapkan solusi pemantauan dan analisis kinerja untuk mendapatkan wawasan realtime tentang performa infrastruktur. Gunakan data ini untuk melakukan perbaikan dan peningkatan secara proaktif.
7. **Backup dan Pemulihan** Tetapkan kebijakan backup dan pemulihan data yang teratur untuk melindungi informasi kritis. Uji secara berkala keandalan prosedur pemulihan untuk memastikan kesiapan dalam menghadapi situasi darurat.
8. **Pengelolaan Siklus Hidup** Buat perencanaan untuk memantau dan memperbarui perangkat keras dan perangkat lunak secara teratur. Pertimbangkan pembaruan teknologi untuk menjaga relevansi dan keamanan infrastruktur.
9. **Komitmen terhadap Keberlanjutan** Libatkan perusahaan dalam praktik hijau dan berkelanjutan dalam pengelolaan infrastruktur. Evaluasi dampak ekologis dan cari cara untuk mengoptimalkan efisiensi energi.
10. **Pelatihan dan Pengembangan SDM** Pastikan bahwa tim IT dan staf terkait memiliki keterampilan yang memadai melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan. Libatkan karyawan dalam proses perubahan untuk meningkatkan adopsi dan efektivitas.

Panduan ini dirancang untuk membantu perusahaan membangun dan mengelola infrastruktur bisnis digital dengan pendekatan yang holistik. Dengan fokus pada keamanan, skalabilitas, dan fleksibilitas, perusahaan

dapat menghadapi perubahan dalam ekosistem bisnis digital dengan lebih siap dan responsif.

2.1.10 Kinerja Bisnis

Kinerja Bisnis Kinerja dapat merujuk pada hasil aktual atau luaran dari kegiatan tertentu, bagaimana suatu kegiatan dilakukan atau kemampuan untuk memperoleh hasil (Saunila, 2017). Kinerja bisnis juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam aktivitasnya meraih hasil yang diharapkan, oleh karena itu diperlukan konsep dan sistem operasional yang baik dan dapat diukur sebagai standarisasi kinerja bisnis (Anggadwita & Mustafid, 2019). Tujuan utama penilaian kinerja bisnis adalah untuk memotivasi para pegawai dalam mencapai target dengan mematuhi semua standar perilaku yang telah ditetapkan sehingga membuahkan tindakan yang layak dan hasil yang sesuai harapan (Pertiwi, et al., 2022). Bontis, et al. (2019) berpendapat bahwa manusia sebagai modal (*human capital*) itu penting karena merupakan sumber inovasi dan pembaharuan strategis, apakah itu dari brainstorming, merekayasa ulang proses baru atau meningkatkan keterampilan pribadi. Pada prinsipnya modal manusia adalah kecerdasan anggota organisasi.

Kinerja bisnis dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu ekonomi, efisiensi, dan efektivitas (Mohamed, 2020). Dengan demikian kinerja bisnis merujuk pada tingkatan di mana organisasi mencapai tujuan melalui ekonomi, efisiensi dan efektifitas. Secara ekonomi, kinerja bisnis diukur berdasarkan nilai (*value*) yang tercermin pada seberapa efektif biaya yang dikeluarkan untuk mengakuisisi input. Kinerja ekonomi secara lebih tepat dikatakan merupakan cerminan dari kinerja keuangan yang terlihat pada pendapatan dan laba. Selain laba usaha, untuk melihat kinerja ekonomi suatu usaha, dapat digunakan rasio pengeluaran terhadap pendapatan (*cost to income*). Semakin baik atau semakin

menguntungkan suatu usaha, maka semakin rendah rasio usaha tersebut. Sedangkan efisiensi mengukur seberapa besar penggunaan sumber daya yang ada secara tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Efektivitas merupakan ukuran apakah tujuan perusahaan dapat dicapai.

Menurut Nielsen (2019), kinerja bisa dibedakan menjadi dua yakni kinerja inovasi dan kinerja usaha. Selanjutnya Nielsen menguraikan bahwa kinerja inovasi bersumber pada intellectual capital (IC) yang terus tumbuh jika dimanfaatkan. IC menghasilkan perubahan cara kerja perusahaan yang tidak selalu bisa diukur dengan nilai rupiah. Sedangkan kinerja usaha selalu bisa diukur dengan rupiah. Menurut Micheli & Mari (2019) ukuran kinerja bisa diukur dalam satuan Rupiah tapi juga diukur dalam satuan non-Rupiah. Kinerja usaha ini bisa diukur pada kinerja karyawan, tetapi bisa juga diukur dalam operasi perusahaan. Adawiah, et al. (2020) menyatakan bahwa kinerja usaha ditentukan oleh kompetensi kewirausahaan, orientasi pemasaran, serta motivasi usaha. Lebih lanjut dijelaskan bahwa motivasi usaha berkaitan dengan kekuatan sumber daya manusia sebagai pelaku usaha.

2.1.11 Provider

Di era yang semakin digital, pemahaman tentang provider telekomunikasi dan internet menjadi semakin penting. Provider atau pemberi layanan memegang peran kunci dalam memfasilitasi berbagai layanan komunikasi, mulai dari telepon, internet, hingga televisi kabel.

Pada dasarnya provider adalah pemberi layanan (Usman, & Uke, 2019). Di dalam dunia telekomunikasi istilah provider merujuk kepada perusahaan atau organisasi yang memfasilitasi sejumlah layanan komunikasi. Layanan ini mencakup telepon, internet televisi kabel dan lainnya yang ditawarkan kepada

pengguna atau konsumen. Pengguna membayar provider untuk mendapatkan akses ke dalam jaringan dan layanan yang mereka hasilkan dan kelola.

Fungsi Provider

Dalam era teknologi dan komunikasi modern ini, peran provider sangat penting dan fungsi mereka pun telah mengalami perkembangan pesat. Setidaknya, ada tiga fungsi utama dari provider dalam dunia komunikasi ini, yaitu (Usman, & Uke, 2019):

1. Pemberi layanan

Sebagai jembatan pelanggan dan dunia online, provider memberikan layanan komunikasi agar pelanggan dapat mengakses berbagai portal dan layanan. Tanpa kehadiran provider, agak sulit bagi masyarakat umum untuk mengakses dan memanfaatkan berbagai produk teknologi komunikasi.

2. Pemeliharaan jaringan

Provider bertanggung jawab dalam proses pembangunan dan pemeliharaan jaringan komunikasi yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Hal ini bisa mencakup aspek seperti instalasi kabel atau peralatan lainnya, pemeliharaan atau *upgrade* perangkat keras dan perangkat lunak serta pemantauan kinerja dan perbaikan masalah yang ada.

3. Penagihanbiaya layanan

Provider juga mempunyai fungsi dalam mengurus sistem penagihan atas layanan yang mereka berikan. Termasuk pemrosesan pembayaran, pembaruan kontrak, dan penyelesaian masalah atau pertanyaan yang muncul dari pelanggan.

Peran Provider dalam Layanan Telekomunikasi

Provider berperan dalam banyak aspek dalam layanan telekomunikasi. Mereka harus memastikan layanan yang ditawarkan dapat diakses dengan

mudah dan nyaman bagi pengguna. Kualitas layanan harus dipastikan tinggi, dengan sedikitnya gangguan atau *downtime*.

Dalam lingkungan telekomunikasi yang selalu berubah seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan, provider wajib melakukan update dan peningkatan layanan mereka agar tetap kompetitif.

Provider juga memainkan peran dalam membantu masyarakat dalam memahami dan menggunakan teknologi dengan cara yang paling aman dan efisien. Banyak provider yang menyediakan program edukasi dan sumber daya bantuan yang membantu pengguna untuk mendapatkan manfaat maksimal dari layanan yang digunakan.

Jenis Provider

Terdapat berbagai jenis provider di dunia komunikasi yang dibedakan berdasarkan jenis layanan yang ditawarkan, yaitu provider telekomunikasi dan provider internet (Usman, & Uke, 2019).

1. Provider Telekomunikasi

Provider telekomunikasi adalah perusahaan yang menyediakan layanan komunikasi melalui berbagai jalur, termasuk telepon dan sinyal nirkabel seperti GSM, 3G dan 4G.

Layanan yang ditawarkan oleh provider telekomunikasi melibatkan berbagai bentuk komunikasi, mulai dari panggilan suara hingga layanan pesan singkat (SMS), yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain secara langsung.

Selain itu, provider telekomunikasi juga menawarkan layanan data, memungkinkan pengguna untuk mengakses internet, mengirim email, dan menjelajahi berbagai aplikasi online. Fokus utama dari provider telekomunikasi adalah menyediakan saluran telekomunikasi yang efisien dan

handal antara pengguna, baik melalui perangkat telepon maupun perangkat nirkabel.

2. Provider Internet

Provider internet, di sisi lain berfokus pada menyediakan akses dan layanan internet kepada publik. Provider ini bertanggung jawab membangun infrastruktur yang mendukung konektivitas internet dan menyediakan *bandwidth* untuk menghubungkan pengguna ke *world wide web*.

Layanan yang ditawarkan oleh provider internet melibatkan akses ke berbagai situs web, layanan streaming dan aplikasi online. Mereka tidak hanya menyediakan akses internet, tetapi juga berperan dalam mengelola dan memelihara jaringan yang menghubungkan pengguna ke sumber daya online. Sebagai penyedia akses internet, fokus utama provider internet adalah memberikan konektivitas yang cepat, stabil dan andal agar pengguna dapat menikmati berbagai layanan online tanpa gangguan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti memasukkan beberapa penelitian terdahulu untuk melihat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu diharapkan memberikan gambaran atau originalitas temuan, maka disajikan secara lengkap pada tabel 2.1 di bawah yang merangkum argumentasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dibandingkan dengan metode maupun teknik analisis pada setiap variable maupun dimensi yang digunakan sebagai parameter penelitian ini.

Tabel.2.1 Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Trisnawati Lubis dan Muhammad Irwan Padli Nasution. (2024).	Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Sistem Pendukung Organisasi	Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), efisiensi sistem pendukung, otomatisasi proses bisnis, akses informasi, komunikasi internal, pengambilan keputusan.	Metode Deskriptif Kualitatif.	TIK memberikan dampak positif yang signifikan. TIK memungkinkan organisasi untuk mengotomatiskan proses, meningkatkan akses informasi, memperbaiki komunikasi, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Hal ini menghasilkan efisiensi waktu, pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan respons yang lebih responsif terhadap perubahan dalam pasar. TIK memainkan peran sentral dalam menjadikan organisasi lebih kompetitif dan adaptif dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.
2.	Bisma Wirajovi Aulia, Muhamad Rizki, Priki Prindiyana, dan Surgana. (2023)	Peran Krusial Jaringan Komputer dan Basis Data dalam Era Digital.	Jaringan Komputer, Basis Data, Era Digital.	Analisis kuantitatif dan kualitatif.	Pondasi utama infrastruktur teknologi informasi yang mendukung sebagian besar layanan dan aplikasi digital yang kita nikmati saat ini. Jaringan komputer memfasilitasi konektivitas global, komunikasi lintas perangkat, dan kolaborasi antar platform, sementara basis data bertanggung jawab dalam menyimpan, mengelola, dan mengakses data dengan efisien.

NO.	NAMA	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
					Kesalingterkaitan keduanya memberikan fondasi yang kokoh bagi kemajuan teknologi informasi.
3.	Rogatianus Maryatmo dan Devi Victoria Pamenta. (2023).	Peran Aplikasi Digital Pada Kinerja Bisnis Kedai Kopi Skala Mikro di DIY.	Kinerja Bisnis, Aplikasi Digital.	Analisis tabulasi silang dan uji chi kuadrat.	Kecepatan akses internet memiliki hubungan terhadap output penjualan, jumlah karyawan, dan jumlah pelanggan. Ukuran usaha dan pemerintah memiliki hubungan terhadap pendapatan. Umur pemilik usaha memiliki hubungan terhadap output penjualan. Sedangkan variabel lainnya tidak saling berhubungan.
4.	Dian Sudiantini, Mayang Puspita Ayu, Muh. Cheirnel All Shawirdra Aswan, Meyliana Alifah Prastuti, & Melani Apriliya. (2023).	Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital.	Dampak, Tantangan, Peluang.	Analisis deskriptif.	Transformasi ekonomi digital memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi global, memungkinkan adanya inovasi bisnis, dan meningkatkan kemitraan global. Terdapat tantangan yang perlu diatasi seperti masalah regulasi, kurangnya keterampilan, kesadaran masyarakat, serta infrastruktur teknologi yang masih kurang. Bagi pemerintah, bisnis, dan masyarakat untuk beradaptasi dengan transformasi ekonomi digital dan mengambil peluang yang tersedia, serta mengatasi tantangan yang ada.
5.	Aulia Nurul Anisa dan Eni	Analisis Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan	PDB, Jumlah Pengguna Internet, dan Jumlah Nilai	Ordinary Least Square	PDB, Jumlah Pengguna Internet, dan Jumlah Nilai Transaksi Uang

NO.	NAMA	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
	Setyowati. (2023).	Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.	Transaksi Uang Elektronik, Pertumbuhan Ekonomi		Elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi.
6.	Wildan Mahendra Ardiansyah. (2023).	Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital.	Teknologi, Ekonomi dan Bisnis di Era Digital.	Metode Deskriptif Kualitatif.	Teknologi memberikan dampak yang signifikan pada cara perusahaan mengoperasikan bisnis mereka, baik dari segi pengembangan produk, pemasaran, hingga manajemen operasi. Penerapan teknologi juga membantu dalam mempercepat inovasi dan pengembangan produk yang lebih baik, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan lebih baik di pasar.
7.	Agus Kurniawan, Agus Rahayu, dan Lili Adi Wibowo. (2021)	Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah di Indonesia.	Transformasi Digital dan Kinerja	PLS-SEM	terdapat pengaruh positif dan signifikan dari transformasi digital dan inovasi terhadap kinerja perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi praktis sebagai panduan bagi industri perbankan dalam upaya peningkatan kinerjanya melalui strategi transformasi digital.
8.	Fitriana Nurochmatul Hidayah, dkk. (2022).	Pengaruh Penggunaan Internet Terhadap Penjualan Provider Internet di Masa Pandemi Covid-19.	Penggunaan Internet dan Penjualan Provider Internet	Regresi Linier Sederhana	Adanya pengaruh penggunaan internet yang signifikan terhadap penjualan provider internet di masa pandemi COVID-19, artinya jika penggunaan internet meningkat maka penjualan provider internet juga akan meningkat.

