Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 9, Oktober 2023, Halaman 272-278
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10031759

Pengaruh Generasi Milenial Terhadap Percepatan Tranformasi Digital di Industri Perdangangan

Dian Sudianti[1], Naufal Khairiansyah[2], Willy Jovadi Wijaya[3], Ayu Nurjanah M Candra[4], Selliatun Nuriah[5]
[1,2,3,4,5]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi
email:dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id[1],naufalkhairi04@gmail.com[2], willyjovadi@gmail.com[3], nurjannahayu781@gmail.com[4], sellynrah@gmail.com[5],

Abstract
The influence of Millennials in driving digital transformation in the commercial sector. Through surveys and data analysis, this research examines how Millennials who grew up in the digital era influence technology change and adoption in the business sector. The results show that the Millennial generation can have a positive impact on the industry's digital transformation process. They tend to be more open to technological innovation, are highly digitally literate, and can influence businesses to adopt more effective digital solutions.The importance of this research is to understand the role of the millennial generation in digital transformation in the trading industry, as well as how businesses can utilize it to increase competitiveness in the digital era. The influence of the Millennial generation to drive digital transformation in the trading industry lies in the fact that they are instrumental to driving digital transformation in the industry. They are generally more familiar with digital technologies and innovations, which are changing the way businesses operate, including the use of e-commerce, social media, and other technical solutions.. As a result, Millennials have accelerated the adoption of digital technologies in commerce, helping businesses operate more efficiently, connect with customers and compete in the digital age.
Keywords: *Millennial Generation, Digital Transformation, Trade Industry*

Article Info
Received date: 15 September 2023 Revised date: 26 Sept. 2023 Accepted date: 18 Oktober 2023

PENDAHULUAN

Generasi Milenial atau Generasi Y, sering dijuluki sebagai Generasi Me atau Generasi Gema, tidak memiliki definisi demografis yang tepat. Namun, para pakar mengategorikan mereka berdasarkan tahun kelahiran, yakni sekitar 1980-1990 hingga awal 2000-an dan seterusnya. Pada awal tahun 2016, Ericsson merilis 10 Tren Costumer Lab untuk meramalkan preferensi konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan 4000 responden dari 24 negara, laporan Ericsson menyoroti tren teknologi yang sesuai dengan gaya hidup Generasi Milenial. Produk-produk teknologi baru muncul sebagai respons terhadap perubahan teknologi, yang sejalan dengan perkembangan perilaku generasi ini. Salah satu prediksi yang di buat oleh Ericsson terbukti benar, yaitu popularitas perilaku Streaming Native, terutama di kalangan remaja. Pada tahun 2011, hanya 7% dari remaja usia 16-19 tahun yang menonton video di Youtube, tetapi dalam empat tahun berikutnya, angka tersebut meningkat menjadi 20%. Ini mencerminkan hubungan era tantara perilaku milenial dan konsumsi tontonan video online.

Kemajuan teknologi mendorong generasi internet untuk mengandalkan media social sebagai sumber utama berita dan platform berita. Ini terbukti sepanjang tahun 2016, terutama selama peristiwa penting seperti serangan bom. Nielsen Global Survey of E-commerce

memeriksa perubahan perilaku berbelanja generasi internet, dengan penekanan pada tingkat penetrasi internet di berbagai negara, termasuk Indonesia, di mana pertumbuhan penetrasi internet mobile di kota-kota besar mencapai 88%.

Kepemilikan perangkat mobile berdampak pada cara orang berbelanja secara online. Nielsen mencatat bahwa Indonesia adalah pemimpin global dalam penggunaan smartphone untuk berbelanja online, dengan 61% konsumen memilih smartphone, 38% memilih tablet atau perangkat mobile lain, sementara 58% lebih memilih komputer. Teknologi mendorong generasi internet mengandalkan media sosial sebagai sumber berita utama dan platform pemberitaan. Fakta ini terbukti sepanjang tahun 2016, terutama selama peristiwa penting seperti aksi teror bom. Nielsen Global Survey of E-commerce meneliti perubahan perilaku belanja generasi internet, dengan fokus pada penetrasi internet di berbagai negara termasuk Indonesia di mana pertumbuhan penetrasi mobile di kota-kota besar mencapai 88%.

KAJIAN PUSTAKA

Generasi Milenial

Generasi milenial, juga dikenal sebagai generasi Y, adalah kelompok demografi yang muncul setelah generasi X. Meskipun tidak memiliki batasan waktu yang pasti, biasanya para peneliti dan ahli membatasi generasi milenial dari awal 1980-an hingga awal 2000-an. Milenial adalah keturunan dari generasi baby boomers dan juga disebut sebagai generasi echo boomers karena terjadi peningkatan kelahiran yang signifikan mulai 1980-an hingga 1990. Pada abad ke-20, terjadi penurunan anggota keluarga yang awalnya besar menjadi lebih kecil, terutama di negara-negara maju. Tren ini terus berkembang dan memiliki dampak yang signifikan.

Generasi milenial memiliki karakteristik yang bervariasi tergantung pada wilayah dan situasi ekonomi dan sosial yang mempengaruhi mereka. Namun, secara umum, mereka cenderung akrab dengan penggunaan komunikasi, media, dan teknologi digital. Di berbagai wilayah, pengaruh generasi milenial terlihat melalui peningkatan kebebasan politik dan ekonomi. Dampak dari resesi besar atau The Great Recession juga signifikan bagi milenial, meningkatkan tingkat pengangguran dan potensi krisis sosial serta ekonomi jangka panjang.

Generasi milenial dapat dianggap sebagai individu yang malas, narsis, dan sering berganti pekerjaan. Namun, di sisi positif, mereka memiliki pemikiran terbuka, mendukung hak-hak seperti LGBT, percaya diri, ekspresif, liberal, optimis, dan dapat menerima berbagai ide dan gaya hidup. Menurut majalah Time, milenial cenderung menginginkan jam kerja fleksibel, mengalokasikan waktu untuk diri sendiri saat bekerja, terbuka terhadap saran dan kritik, serta mudah menerima nasihat karir dari atasan.

Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan implementasi teknologi informasi dan komunikasi guna mengubah proses bisnis masyarakat, bisnis global, serta pemerintahan agar dapat memenuhi kebutuhan dengan lebih cepat, sederhana, dan efisien. Dalam proses ini, teknologi seperti machine learning, big data, dan internet digunakan untuk mengubah secara mendasar operasi bisnis.

Proses Transformasi dalam Bisnis

1. Digitization

Digitisasi adalah proses konversi teknologi dari bentuk analog ke digital dengan tujuan mengotomatisasi dan mengurangi penggunaan kertas guna meningkatkan efisiensi biaya. contohnya, Dahulu, dokumen dibuat secara tertulis di atas kertas. Dokumen tersebut diubah ke format elektronik seperti PDF atau DOC dengan menggunakan perangkat digital seperti komputer dan ponsel cerdas. Hal tersebut jelas berimbas pada percepatan pekerjaan dan penyebaran informasi secara signifikan ketika terjadi peralihan dari teknologi analog ke digital.

2. Digitalization

Digitalisasi bergantung pada digitisasi, yaitu proses membuat info atau produk menjadi digital dan bermakna. Teknologi digital dan data yang sudah dalam bentuk digital, Memodifikasi koneksi antara perusahaan dan klien Dengan peran yang sangat penting dari IT dalam menciptakan alat digital yang membentuk manajemen bisnis digital baru. Contohnya, sebelumnya pembelian produk hanya bisa dilakukan secara langsung. Namun dengan digitalisasi, prosesnya menjadi digital, memungkinkan pembelian produk dengan cepat melalui perangkat digital

3. Digital Transformation

Transformasi digital adalah pergeseran dari praktik konvensional ke dunia digital yang lebih berfokus pada perubahan individu seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi digital. Dalam proses ini, tuntutan konsumen terhadap layanan yang lebih cepat memicu pengembangan aplikasi inovatif, seperti memesan makanan, mereservasi tempat, dan bahkan pembelian mobil yang semuanya telah beralih ke platform digital.

Jenis Transformasi Digital

1. Transformasi Proses

Transformasi proses merupakan inisiatif dalam suatu perusahaan yang terfokus pada perbaikan proses operasional. Penggunaan teknologi seperti API, data, analitik, dan machine learning memberikan pendekatan baru dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas produk. Transformasi proses memunculkan nilai besar dan memungkinkan adopsi teknologi yang cepat. Inovasi ini meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

2. Transformasi Contoh Usaha

Transformasi proses serius para area usaha yang terbatas, lain halnya dengan transformasi contoh usaha yang mengejar teknologi digital buat membarui model usaha tradisional. Transformasi model usaha berfokus pada penyampaian nilai dalam industri, seperti Netflix yang mengubah distribusi video dan Apple (iTunes) yang menginnovasi pengiriman musik.

3. Transformasi Domain

Sekarang, hanya sedikit perusahaan yang memberikan prioritas pada perubahan dalam domain ini, meskipun ini merupakan kesempatan yang signifikan. Inovasi teknologi mampu mengubah karakteristik produk dan layanan, menghapuskan pembatasan yang biasanya ada dalam industri, serta menciptakan pesaing baru yang beroperasi di luar konvensi. Banyak eksekutif belum menyadari potensi besar dari teknologi baru dalam menciptakan bisnis baru di luar segmen pasar yang mereka layani saat ini. Transformasi semacam ini seringkali merupakan peluang terbaik untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan. Salah satu contoh konkret tentang perubahan dalam ruang lingkup pekerjaan bisa dilihat pada pengecer online seperti Amazon. Amazon berhasil memperluas jangkauan bisnisnya dengan mengenalkan Amazon Web Services (AWS), yang sekarang telah menjadi pemimpin dalam penyediaan layanan infrastruktur dan komputasi awan, menggeser dominasi yang sebelumnya dipegang oleh perusahaan IT besar seperti Microsoft dan IBM.

4. Transformasi Budaya/Organisasi

Transformasi Budaya/Organisasi Transformasi digital jangka panjang melibatkan perubahan mendasar dalam pola pikir, proses, bakat, dan kemampuan organisasi di era digital. Perusahaan-perusahaan terkemuka menyadari bahwa era digital menuntut alur kerja yang dapat disesuaikan untuk pengujian, pengambilan keputusan yang terdesentralisasi, dan ketergantungan yang besar pada ekosistem bisnis. Perusahaan alat stempel berusia satu abad berhasil bertransisi menjadi “Perusahaan Teknologi” dengan memupuk “Budaya Inovasi” yang mengutamakan kebutuhan pelanggan.

Industri Perdagangan

Industri perdagangan, atau sering disebut sektor perdagangan, adalah bagian dari ekonomi yang terlibat dalam proses membeli, menjual, atau pertukaran barang dan jasa antara produsen, distributor, dan konsumen. Industri perdagangan memiliki peran penting dalam perekonomian global karena aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir.Industri perdagangan mencakup berbagai jenis bisnis, seperti toko ritel, grosir, e-commerce, pasar tradisional, dan banyak lagi. Ini juga dapat mencakup kegiatan seperti distribusi logistik, manajemen rantai pasokan, dan layanan terkait lainnya. Industri perdagangan memiliki berbagai jenis, di antaranya:

1) Eceran (Retail): Industri ini mencakup penjualan produk kepada konsumen akhir, seperti toko-toko swalayan, toko pakaian, dan toko-toko elektronik.
2) Grosir (Wholesale): Industri grosir menjual produk dalam jumlah besar kepada perusahaan atau pengecer lainnya.
3) E-commerce: Ini adalah perdagangan yang dilakukan secara online melalui platform seperti Amazon atau toko online lainnya.
4) Perdagangan Internasional: Ini melibatkan perdagangan antar negara. Produk diekspor (dikirim keluar dari negara) dan diimpor (diterima dari negara lain).
5) Perdagangan B2B (Business-to-Business): Melibatkan penjualan produk atau layanan antar perusahaan.
6) Perdagangan Eceran Online (Online Retail): Ini adalah bentuk perdagangan eceran yang dilakukan melalui internet.
7) Perdagangan Langsung (Direct Selling): Ini melibatkan penjualan langsung produk kepada konsumen melalui saluran seperti penjualan rumah tangga atau konsultan penjualan.
8) Perdagangan Grosir Online (Online Wholesale): Mirip dengan grosir konvensional, namun produk dijual secara online kepada bisnis lain yang membeli dalam jumlah besar.
9) Perdagangan Pangan: Melibatkan penjualan makanan dan minuman, termasuk restoran, supermarket, dan distributor makanan.
10) Perdagangan Barang Mewah: Fokus pada produk mewah seperti perhiasan, tas tangan, mobil mewah, dan barang-barang lainnya yang memiliki harga tinggi.
11) Setiap jenis perdagangan memiliki karakteristik, pasar, dan strategi sendiri-sendiri tergantung pada jenis produk atau layanan yang diperdagangkan dan metodenya.

METODE PENELITIAN

Jurnal ilmiah ini dibuat dengan menggunakan metode penulisan kualitatif dan studi pustaka. Dengan pengujian relasional teori dari buku dan jurnal yang tersedia di internet seperti *Google Scholar, Google Books,* iPusnas dan media *online* lainnya. Kajian literatur yang dipakai harus konsisten dengan asumsi metode penelitian kualitatif. Penggunaan metode kualitatif itu sendiri akan berfokus pada pengamatan selanjutnya. Maka dari itu, penerapan metode kualitatif dalam penelitian dapat menciptakan kajian yang lebih komprehensif terhadap suatu fenomena.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Apakah percepatan transformasi digital berpengaruh terhadap industri perdagangan
   a) Peningkatan Efisiensi Operasional. Transformasi digital memungkinkan otomatisasi bisnis, mengurangi biaya dan waktu operasional serta mengoptimalkan manajemen rantai pasokan dan inventarisasi perusahaan perdagangan.
   b) Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik. Teknologi digital

meningkatkan pengalaman pelanggan dengan mempermudah pembelian, perbandingan harga, dan menjelajahi produk melalui situs web, aplikasi seluler, atau e-commerce. Layanan pelanggan yang lebih baik dengan chatbot dan layanan online juga meningkatkan kepuasan pelanggan.

c) Peningkatan Inovasi Produk dan Layanan. Transformasi digital mendukung pengembangan produk dan layanan baru dengan teknologi seperti IoT, AI dalam analisis data, serta pengalaman pelanggan inovatif seperti AR dan VR
d) Peningkatan Akses ke Pasar Global. Melalui e-commerce dan teknologi digital, perusahaan perdagangan dapat memasarkan produk secara global, membuka peluang pertumbuhan bisnis dan peningkatan pendapatan.
e) Pengumpulan dan Analisis Data. Transformasi digital memperkuat perusahaan dengan meningkatkan efisiensi analisis data konsumen secara tepat. Data ini juga digunakan untuk memahami perilaku pelanggan, mempersonalisasi pengalaman pelanggan, dan membuat keputusan bisnis yang lebih cerdas.

2. Bagaimana kontribusi generasi milenial dalam mendorong percepatan transformasi digital di industri perdagangan?

a) Penggunaan Teknologi. Generasi milenial yang tumbuh dengan teknologi digital adalah pengguna aktif perangkat digital dan berperan penting dalam mempercepat adopsi teknologi di perusahaan.
b) Konsumen Digital. Generasi milenial menjadi konsumen utama di ekonomi digital dengan kecenderungan berbelanja online, menggunakan aplikasi seluler, dan mendorong pertumbuhan e-commerce serta inovasi dalam pengalaman belanja online**.**
c) Pengaruh dalam Media Sosial. Generasi milenial aktif di media sosial, memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya untuk berinteraksi, merekomendasikan produk, dan memengaruhi strategi komunikasi dan pemasaran perusahaan.
d) Adopsi Model Bisnis Baru. Generasi milenial berperan dalam mengubah model bisnis dengan mendukung berlangganan, ekonomi berbagi, dan platform kolaborasi seperti marketplaces.
e) Inovasi dan Kreativitas. Generasi milenial diakui sebagai generasi kreatif dan inovatif yang membawa ide segar dan pendekatan baru dalam pengembangan produk, pemasaran, dan strategi bisnis, mempercepat adopsi teknologi dan inovasi.
f) Dorongan untuk Keterhubungan. Generasi milenial mendorong perusahaan untuk menggunakan alat kolaborasi online karena mereka cenderung ingin berkomunikasi secara digital dengan rekan kerja, yang mendukung transformasi digital dalam cara tim bekerja dan berkoordinasi.
g) Kemampuan untuk Mengintegrasikan Teknologi. ringkas kalimat Karena generasi milenial memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi, mereka sering dapat membantu perusahaan mengintegrasikan sistem dan teknologi baru ke dalam operasi mereka dengan lebih mulus.

3. Apa dampak positif serta negatif dari peran generasi milenial dalam mengubah cara perdagangan.

a) Dampak positif:
    1. Inovasi Teknologi

Generasi milenial mendorong adopsi teknologi baru yang meningkatkan efisiensi, pengalaman pelanggan, dan inovasi dalam perdagangan.

2. Pertumbuhan E-commerce:
   Generasi milenial yang banyak berbelanja online mempercepat pertumbuhan e-commerce, membuka peluang bisnis dan meningkatkan akses global.
3. Kehilangan Hubungan Fisik
   Perubahan menuju komunikasi digital bisa mengurangi interaksi sosial fisik dalam pekerjaan dan kehidupan sehari-hari.

4. Kolaborasi Online
   Generasi milenial mendorong penggunaan alat kolaborasi online yang meningkatkan fleksibilitas dan produktivitas kerja di perusahaan.
5. Peningkatan Kepuasan Pelanggan
   Mereka peduli pada pengalaman pelanggan dan memotivasi perusahaan untuk meningkatkan layanan pelanggan dengan respons yang lebih baik dan lebih cepat.

b) Dampak Negatif:

1. Ketergantungan pada Teknologi
   Ketergantungan generasi milenial pada teknologi bisa berdampak negatif pada kesehatan mental, termasuk kecanduan media sosial dan gangguan tidur.
2. Ketidaksetiaan Pekerjaan
   Generasi milenial cenderung kurang setia dalam pekerjaan dan sering berpindah, yang bisa menciptakan ketidakstabilan dalam tenaga kerja.
3. Kehilangan Hubungan Fisik
   Komunikasi digital dapat mengurangi interaksi sosial dan hubungan fisik dalam pekerjaan dan kehidupan sehari-hari.
4. Keamanan Data
   Penggunaan teknologi dan media sosial oleh generasi (Universitas Medan Area, 2023)milenial dapat meningkatkan risiko keamanan data dan privasi.
5. Tingkat Tuntutan
   Mereka memiliki ekspektasi tinggi terhadap teknologi dan layanan, menekan perusahaan untuk memenuhi standar tersebut.

KESIMPULAN

Pengaruh generasi milenial terhadap percepatan transformasi digital di industri perdagangan adalah bahwa generasi milenial memiliki peran penting dalam mendorong industri perdagangan untuk mengadopsi teknologi digital. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap inovasi teknologi, mengubah cara bisnis beroperasi, seperti e-commerce, pembayaran digital, dan analitik data. Hal ini telah mempercepat transformasi digital di industri perdagangan, memungkinkan efisiensi yang lebih besar, pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan adaptasi terhadap tren pasar baru. Generasi milenial juga memiliki pengaruh dalam memaksa bisnis tradisional untuk beradaptasi dengan tantangan teknologi yang semakin cepat, memastikan bahwa transformasi digital menjadi suatu keharusan.

Kesimpulan dari jurnal mengenai Pengaruh Generasi Milenial Terhadap Percepatan Transformasi Digital di Industri Perdagangan adalah bahwa generasi milenial memiliki dampak yang signifikan dalam mempercepat proses transformasi digital di industri perdagangan. Mereka cenderung memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi, mempengaruhi perubahan dalam perilaku konsumen, dan mendorong perusahaan untuk mengadopsi solusi digital guna memenuhi harapan dan kebutuhan pasar yang berkembang pesat. Ini menunjukkan bahwa generasi milenial memainkan peran penting dalam mendorong perubahan digital di sektor perdagangan.

SARAN

Saran yang bisa duberikan pada jurnal ini adalah menambah tim, atau setidaknya anggota tim untuk Departemen Data Science and Analystics agar mencegah terjadinya overwork atau kelelahan dalam mengelola data. Kami juga berharap generasi muda Indonesia kedepannya dapat memanfaatkan kemajuan elektronik digital dengan sebenar-benarnya terutama untuk membantu industry perdagangan Indonesia.

Referensi

depokkota.bps.go.id. (2019). *Depok, Publikasi Statistik Kota*. Retrieved from depokkota.bps.go.id.

Mengenal Generasi Milenial. (2016, Desember 27). Retrieved from KOMINFO: https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media

Nafisah, L., & Putro, G. M. (2015, November 14). Sistem Pengambilan Keputusan Multi Kriteria Pada Industri Manufaktur Mewujudkan Ecomanufacturing Menggunakan Compromise Programming. *Seminar Nasional Informatika 2015 (semnasIF 2015), I*(1), 2011-216.

OKU, D. (2023). Industri dan Perdagangan .

Rifda, A. (2022, 03 10). *Pengertian Generasi Milenial dan Tahun Berapa Generasi Milenial*. Retrieved from Gramedia Blog: https://www.gramedia.com/best-seller/milenial/

Singarimbun. (1995:3).

Universitas Medan Area, B. A. (2023). Transformasi Digital : Pengertian Lengkap Buat Pengertian Usaha.