

Strategi Mahasiswa dalam Memanfaatkan Disrupsi Digital untuk Menciptakan Nilai Ekonomi Berbasis Pengalaman (*Experience Economy*)

**Anggit Dyah Kusumastuti¹ Hanifah Nur Aisyah² Anita Tri Hapsari³ Miftahatul Asna⁴
Ragina Gita Amelia⁵**

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Sahid Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id¹ h.nuraisyah09@gmail.com²
anitaatri82@gmail.com³ akuhasna4@gmail.com⁴ raginaamelia8@gmail.com⁵

Abstrak

Disrupsi digital terkait erat dengan perkembangan teknologi yang telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk membuka peluang ekonomi bagi mahasiswa. Kemajuan seperti e-commerce, layanan keuangan digital, dan sistem pembayaran online mengubah pola interaksi dan konsumsi, memungkinkan mahasiswa memanfaatkan teknologi untuk menciptakan nilai ekonomi. Penelitian ini menganalisis strategi mahasiswa dalam memanfaatkan disrupsi digital, khususnya e-commerce dan paylater, untuk menghasilkan nilai ekonomi berbasis pengalaman. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dan analisis fenomenologis tren digital di kalangan mahasiswa. Hasil menunjukkan mahasiswa menerapkan strategi seperti personal branding, optimasi media sosial, integrasi platform e-commerce, penciptaan pengalaman pelanggan unik, serta pemanfaatan paylater sebagai modal awal. Strategi ini meningkatkan daya saing mahasiswa dalam ekonomi digital. Temuan menegaskan mahasiswa bukan sekadar pengguna teknologi, melainkan pencipta nilai ekonomi berbasis pengalaman.

Kata Kunci: Disrupsi Digital, Experience Economy, Platform E-commerce, Layanan Paylater.

Abstract

Digital disruption is closely linked to technological developments that have transformed various aspects of life, including creating economic opportunities for students. Advances such as e-commerce, digital financial services, and online payment systems have changed interaction and consumption patterns, enabling students to leverage technology to create economic value. This study analyzes students' strategies in utilizing digital disruption, particularly e-commerce and paylater services, to generate experience-based economic value. The research employs a Systematic Literature Review (SLR) and phenomenological analysis of digital trends among students. Findings indicate that students implement strategies such as personal branding, social media optimization, e-commerce platform integration, creation of unique customer experiences, and use of paylater as initial capital. These strategies enhance students' competitiveness in the digital economy. The study emphasizes that students are not merely technology users but also creators of experience-based economic value.

Keywords: Digital Disruption, Experience Economy, E-commerce Platforms, Paylater Services



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

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat. Dengan semakin luasnya akses internet dan berkembangnya teknologi digital, perilaku belanja konsumen mengalami pergeseran yang signifikan dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital (Amory & Mudo, 2025). Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah mendorong terjadinya disrupsi digital di berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan pendidikan. Disrupsi digital tidak hanya menghadirkan inovasi teknologi, tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi, bekerja, dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Era disrupsi merupakan era

terjadinya perubahan secara besar-besaran akibat adanya inovasi. Era disrupsi saat ini semakin maju bahkan hampir mempengaruhi berbagai bidang, termasuk pendidikan, sehingga hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri (Saragih et al., 2023). Mahasiswa sebagai kelompok generasi digital native menjadi aktor yang paling dekat dengan teknologi sekaligus memiliki potensi besar dalam memanfaatkan peluang yang muncul akibat disrupsi digital tersebut.

Berperan sebagai peserta aktif yang menyerap pengetahuan dan keterampilan baru. Era digitalisasi menuntut kemampuan yang berbeda dibandingkan era sebelumnya (Prabowo et al., 2024). Generasi Z, sebagai kelompok yang dilahirkan dan dibesarkan di era digital, menunjukkan respons paling signifikan terhadap perkembangan ekonomi digital. Keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi tidak lagi bersifat adaptif, melainkan sudah menjadi bagian dari keseharian yang alami dan refleksif (Susiati et al., 2024). Kegiatan ekonomi yang sebelumnya dilakukan dengan cara tradisional saat ini telah beralih ke dunia digital, seperti platform media sosial dan e-commerce. Perubahan ini tidak hanya menjadikan mahasiswa generasi Z sebagai konsumen, tetapi juga membuka peluang bagi mereka untuk berperan sebagai produsen, kreator, maupun pelaku usaha berbasis digital. Fenomena ini sejalan dengan berkembangnya konsep *experience economy*, yaitu kondisi ketika nilai ekonomi tidak lagi bertumpu semata pada produk atau jasa, melainkan pada pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Dalam konteks ekonomi digital, media sosial dan e-commerce berfungsi sebagai sarana utama dalam membangun pengalaman konsumen melalui interaksi, personalisasi, dan konten digital. Di sisi lain, perkembangan layanan keuangan digital seperti paylater memberikan kemudahan dalam transaksi serta meningkatkan akses konsumsi dan produksi ekonomi. Namun demikian, penggunaan paylater juga berpotensi menimbulkan risiko finansial apabila tidak disertai dengan pemahaman dan pengelolaan yang memadai. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana mahasiswa memanfaatkan disrupsi digital, khususnya dalam menciptakan nilai ekonomi berbasis pengalaman.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa landasan teori utama. Pertama, teori disrupsi digital yang menyatakan bahwa inovasi dalam teknologi dapat menggantikan atau mengubah sistem serta praktik ekonomi yang sudah ada menjadi lebih efisien terhadap perkembangan zaman. Teori ini relevan untuk perubahan peran mahasiswa dalam ekosistem digital. Kedua, teori *experience economy* yang menekankan bahwa pengalaman konsumen merupakan sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Dalam kerangka ini, keterlibatan emosional, interaksi, dan persepsi konsumen menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk atau jasa. Ketiga, teori perilaku konsumen digital yang menjelaskan perubahan preferensi dan pola konsumsi masyarakat akibat kemudahan akses teknologi digital, media sosial, serta sistem pembayaran elektronik. Teori ini digunakan untuk menganalisis pemanfaatan e-commerce dan paylater oleh mahasiswa dalam mendukung aktivitas ekonomi berbasis pengalaman.

Beberapa peneliti terdahulu oleh (Nazirah & Jamaaluddin, n.d.) menunjukkan bahwa disrupsi digital memberikan peluang bagi generasi muda, khususnya mahasiswa generasi muda siap berwirausaha di era disrupsi, didukung teknologi dan pendidikan, untuk dorong kemajuan ekonomi nasional. Studi lain mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial dan e-commerce mendorong transformasi digital dengan mengubah pemasaran menjadi berbasis data, personalisasi, dan pengalaman pelanggan (Syaifudin et al., 2025). Penelitian terkait layanan paylater juga memberikan kemudahan dalam pembelian, kemudahan ini menjadikan paylater pilihan yang sangat menarik dapat meningkatkan intensitas transaksi dan daya beli terutama bagi mahasiswa (Amelia et al., 2023). Namun, beberapa studi menegaskan pentingnya literasi keuangan guna meminimalkan risiko penggunaan paylater secara berlebihan tidak hanya memahami konsep literasi keuangan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan nyata secara bijak dan berkelanjutan (Kunci et al., 2025). Berdasarkan beberapa

penelitian tersebut menjadi dasar bagi penelitian ini untuk mengkaji secara lebih mendalam strategi mahasiswa dalam memanfaatkan disrupti digital untuk menciptakan *experience economy*. Penelitian ini hadir dengan menganalisis strategi mahasiswa dalam memanfaatkan disrupti digital guna menciptakan *experience economy*, serta mengkaji peran e-commerce dan paylater tidak hanya sebagai sarana konsumsi, tetapi juga sebagai pendukung strategi ekonomi berbasis pengalaman. Berdasarkan uraian latar belakang, landasan teoretis, dan penelitian terdahulu, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa memanfaatkan disrupti digital dalam aktivitas ekonomi, Strategi apa yang digunakan mahasiswa dalam menciptakan *experience economy*, dan bagaimana peran e-commerce dan layanan paylater dalam mendukung strategi mahasiswa tersebut?

Tinjauan Pustaka

Pengertian Disrupsi Digital

Disrupsi digital adalah proses perubahan besar yang secara mendasar mengubah perekonomian tradisional melalui berbagai inovasi berbasis teknologi digital. Disrupsi digital merujuk pada perubahan mendasar yang terjadi akibat pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas ekonomi dan sosial. (Saragih et al., 2023) mengemukakan bahwa disrupti digital membawa penghematan dalam aspek waktu, biaya, dan tenaga, sehingga menciptakan efisiensi dalam berbagai aktivitas ekonomi. Perubahan yang dibawa oleh disrupti digital tidak hanya bersifat incremental, melainkan bersifat transformasional. Dalam konteks mahasiswa, disrupti digital membuka peluang untuk berpartisipasi secara aktif dalam aktivitas ekonomi melalui pemanfaatan teknologi yang mudah diakses dan relatif berbiaya rendah.

Pengertian Experience Economy

Konsep *experience economy* menekankan bahwa nilai ekonomi tidak hanya berasal dari produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi dari pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Pengalaman tersebut dapat terbentuk melalui interaksi, keterlibatan emosional, dan personalisasi layanan. Dalam era digital, pengalaman konsumen banyak dibangun melalui konten kreatif, komunikasi dua arah, serta kehadiran merek di media sosial dan platform digital lainnya. Mahasiswa memiliki peran strategis dalam ekonomi pengalaman karena kedekatan mereka dengan budaya digital dan kreativitas berbasis teknologi.

Pengertian E-commerce

E-commerce merupakan sistem perdagangan yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet sebagai media transaksi. (Mayang Larasati et al., 2024) menekankan bahwa e-commerce bukan hanya sekedar platform transaksi elektronik, tetapi telah menjadi ekosistem yang merangkul perubahan perilaku konsumen. Platform e-commerce memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, termasuk mahasiswa, untuk memasarkan produk dan jasa tanpa batasan ruang dan waktu. Selain sebagai sarana transaksi, e-commerce juga berfungsi sebagai media pembentukan pengalaman konsumen melalui tampilan visual, ulasan pelanggan, dan layanan purna jual yang terintegrasi secara digital.

Pengertian Paylater

Paylater adalah salah satu bentuk layanan keuangan digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari. (Nurfitri et al., 2025) mengidentifikasi bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh paylater, berupa cicilan pembayaran dan akses kredit digital yang praktis, turut mendorong peningkatan jumlah penggunanya. Di kalangan mahasiswa, paylater memberikan kemudahan akses dalam melakukan transaksi digital, baik untuk kebutuhan konsumsi maupun pendukung aktivitas

ekonomi. Namun, penggunaan paylater juga memerlukan pengelolaan keuangan yang baik agar tidak menimbulkan risiko finansial. Oleh karena itu, paylater dalam penelitian ini dipandang sebagai instrumen pendukung strategi ekonomi digital, bukan semata-mata alat konsumsi.

Mahasiswa dalam Ekonomi Digital

Mahasiswa merupakan kelompok yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki potensi besar dalam ekonomi digital. Dengan kemampuan memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan layanan keuangan digital, mahasiswa dapat berperan sebagai pencipta nilai ekonomi berbasis pengalaman. Peran ini menempatkan mahasiswa tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pelaku aktif yang mampu memanfaatkan disrupti digital untuk menciptakan peluang ekonomi baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur sistematis (*Systematic Literature Review / SLR*). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu yang relevan secara sistematis dan terstruktur. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi mahasiswa dalam memanfaatkan disrupti digital, *experience economy*, serta peran e-commerce dan layanan paylater berdasarkan bukti empiris dari berbagai studi sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan melalui *Systematic Literature Review (SLR)* terhadap berbagai artikel ilmiah yang membahas disrupti digital, *experience economy*, e-commerce, dan layanan paylater di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan disrupti digital melalui penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan layanan keuangan digital dalam aktivitas ekonomi. Media sosial digunakan sebagai sarana promosi, komunikasi, dan pembentukan identitas digital, sementara e-commerce dimanfaatkan sebagai media transaksi dan distribusi produk atau jasa. Layanan paylater digunakan sebagai pendukung transaksi dan pengelolaan arus keuangan jangka pendek dalam aktivitas ekonomi digital mahasiswa. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan strategi penciptaan nilai ekonomi berbasis pengalaman dengan menekankan personal branding, penciptaan konten digital, interaksi langsung dengan konsumen, serta personalisasi layanan. Pengalaman konsumen dibangun melalui tampilan visual produk, narasi merek, respons yang cepat, dan keterlibatan emosional dalam interaksi digital. Selain itu, platform e-commerce berperan dalam memperluas jangkauan pasar mahasiswa melalui fitur katalog digital, ulasan pelanggan, sistem pembayaran elektronik, dan layanan pasca penjualan yang terintegrasi, sehingga mendukung terbentuknya pengalaman konsumen yang menyeluruh. Layanan paylater dimanfaatkan mahasiswa sebagai fasilitas pembayaran yang fleksibel. Paylater digunakan untuk mendukung kebutuhan transaksi, pengadaan bahan usaha, dan peningkatan aktivitas ekonomi digital. Temuan menunjukkan bahwa paylater berfungsi sebagai instrumen pendukung aktivitas ekonomi mahasiswa, bukan hanya sebagai alat konsumsi.

Ringkasan Temuan Penelitian

No	Aspek Temuan	Hasil Penelitian
1.	Pemanfaatan Disrupsi Digital	Media sosial, e-commerce, dan layanan keuangan digital
2.	Strategi Experience Economy	Personal branding, konten kreatif, interaksi, personalisasi
3.	Peran E-commerce	Media transaksi dan pembentukan pengalaman konsumen
4.	Peran Paylater	Pendukung transaksi dan aktivitas ekonomi mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan disrupti digital dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam seluruh aktivitas ekonomi mereka. Pemanfaatan ini terlihat melalui penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi, e-commerce sebagai platform transaksi, serta paylater sebagai fasilitas pembayaran. Strategi tersebut memungkinkan mahasiswa berpartisipasi aktif dalam ekonomi digital sekaligus menciptakan nilai ekonomi berbasis pengalaman. Temuan ini sejalan dengan teori disrupti digital yang menyatakan bahwa inovasi teknologi mengubah struktur dan praktik ekonomi yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi lebih efisien dan berbasis digital. Dalam konteks mahasiswa, disrupti digital menggeser peran mereka dari sekadar pengguna teknologi menjadi pelaku ekonomi digital. Experience economy menjadi strategi utama karena nilai ekonomi dalam era digital tidak hanya ditentukan oleh produk atau jasa, tetapi juga oleh pengalaman yang dirasakan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa membangun pengalaman konsumen melalui personalisasi, interaksi, dan keterlibatan emosional, yang sesuai dengan teori experience economy yang menekankan pengalaman sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Karakteristik mahasiswa sebagai generasi digital native juga mendukung kemampuan mereka dalam menciptakan pengalaman digital yang relevan dengan preferensi konsumen modern, sehingga memperkuat daya saing mereka dalam ekosistem ekonomi digital. E-commerce berperan sebagai infrastruktur utama yang mendukung strategi experience economy mahasiswa. Platform ini tidak hanya menyediakan fasilitas transaksi, tetapi juga mendukung pembentukan pengalaman konsumen melalui fitur-fitur digital yang terintegrasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa e-commerce mendorong transformasi pemasaran berbasis pengalaman dan personalisasi. Sementara itu, layanan paylater berfungsi sebagai pendukung fleksibilitas transaksi dan akses keuangan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paylater digunakan untuk menunjang aktivitas ekonomi mahasiswa, namun penggunaannya memerlukan pemahaman literasi keuangan juga mampu menerapkannya dalam kehidupan nyata secara bijak agar tetap berkelanjutan, sesuai dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya pengelolaan keuangan dalam penggunaan layanan kredit digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa memanfaatkan disrupti digital sebagai sarana untuk menciptakan nilai ekonomi berbasis pengalaman, dengan strategi yang melibatkan integrasi media sosial, platform e-commerce, dan layanan paylater. Peran mahasiswa tidak lagi terbatas sebagai konsumen, melainkan sebagai pelaku aktif dalam ekosistem ekonomi digital yang mampu membangun pengalaman konsumen melalui kreativitas dan interaksi digital. Penelitian ini membuka pemahaman baru mengenai pentingnya literasi digital dan literasi keuangan bagi mahasiswa dalam mengoptimalkan peluang ekonomi di era disrupti digital. Meskipun memberikan gambaran yang komprehensif, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan tinjauan literatur dan belum melibatkan observasi atau wawancara langsung dengan mahasiswa, sehingga interpretasi temuan masih bersifat teoretis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode empiris, seperti survei atau studi kasus, agar dapat mengeksplorasi strategi mahasiswa secara lebih mendalam dan kontekstual serta menguji efektivitas pemanfaatan e-commerce dan paylater dalam aktivitas ekonomi berbasis pengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, S. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. 176–187.
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37.
- Kunci, K., Keuangan, P., & Keuangan, L. (2025). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 2(1), 118–124.
- Mayang Larasati, S. E., Nasrudin, S. E., & Yusuf Tojiri, D. (2024). E-commerce dan Transformasi Pemasaran: Strategi Menghadapi Era Digital. *Takaza Innovatix Labs*.
- Nazirah, N., & Jamaaluddin, J. (n.d.). Analisis Perspektif Mahasiswa Terhadap Peluang Usaha di Era Disrupsi Menuju Indonesia Maju. *Analisis Perspektif Mahasiswa Terhadap Peluang Usaha Di Era Disrupsi Menuju Indonesia Maju*.
- Nurfitri, A. R., Dimyati, D., Winarsih, W., & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2963–2981.
- Prabowo, A., Pohan, Y. A., Adam, A. A., Aulanda, N. F., & Roni, S. (2024). Transformasi Era Digitalisasi Dalam Membentuk Jiwa Leadership Pada Gen-Z Dan Millenial. *Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1–12.
- Saragih, E., Paramarta, V., Thungari, G. I., Kalangi, B., & Putri, K. M. (2023). Era disrupsi digital pada perkembangan teknologi di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(4), 141–149.
- Susiat, S., Suwarsono, R., Wargo, W., Munib, A., & Kurniawan, K. (2024). Digitalisasi Ekonomi dan Perubahan Pola Konsumsi Gen Z di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2), 50–59.
- Syaifudin, A., Yahya, M., Putri, N., Angelica, R., Akbar, S., Khalil, S., & Ardina, T. (2025). E-commerce dalam transformasi digital: Menciptakan peluang baru berkelanjutan untuk bisnis modern. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(4), 1074–1084.