



Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan

Devie Wianda Rohmana

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

Keyword

Ekonomi Digital;
Peluang dan
Tantangan;
UMKM.

Abstract

Persaingan yang semakin ketat untuk usaha mikro, kecil dan menengah dalam ekonomi digital telah menjadi kenyataan seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan ekonomi digital semakin berkembang berkat kemajuan teknologi di seluruh dunia. Namun, tidak semua UMKM di Indonesia telah mengadopsi konsep digital karena kurangnya pengetahuan, sumber daya, dan infrastruktur untuk mendukung ekonomi digital. Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang peluang dan tantangan bagi UMKM untuk berkembang melalui ekonomi digital. Studi ini menggunakan metodologi tinjauan literatur yang sistematis berdasarkan temuan penelitian dan data yang disediakan oleh lembaga pemerintah. Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa agar UMKM berhasil berkembang dalam ekonomi digital dengan memanfaatkan peluang yang tersedia, perhatian perlu diberikan pada faktor-faktor pendukung seperti minat, sikap, dan kemampuan masyarakat untuk menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi seperti smartphone, tablet, laptop, dan desktop. Selain itu, tantangan ekonomi digital membutuhkan strategi ekonomi digital. Selain itu, tantangan ekonomi digital memerlukan strategi untuk mengatasinya, yaitu meningkatkan pangsa pasar di luar negeri, meningkatkan kualitas unit produksi dan produk, serta meningkatkan proses pemasaran secara online. Partisipasi pengguna internet sebagai pelanggan, influencer media sosial, dan perantara bisnis menjadi faktor penentu ekonomi digital. Jika UMKM berhasil mengembangkan bisnis mereka, mereka dapat membantu membangun kembali ekonomi Indonesia yang dilanda resesi.

*correspondence Author



© 2023. The author(s). Published by Tribakti Press.

This Publication is licensed under CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pendahuluan

Pembangunan sektor ekonomi merupakan sektor fundamental di era globalisasi. Perkembangan sektor ekonomi juga selalu menjadi tolok ukur keberhasilan program pemerintah. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat didorong oleh beberapa sektor, salah satunya usaha

mikro kecil dan menengah yang mempunyai peran strategis.¹ UMKM adalah bisnis perorangan produktif kecil, menengah yang dimiliki oleh penduduk Indonesia.²

Beberapa tahun terakhir di Indonesia, jumlah penduduk usia kerja telah melebihi jumlah kesempatan kerja yang ada. Kondisi ini mendorong masyarakat, terutama kaum muda, untuk membuat peluangnya sendiri melalui usaha sendiri. Beberapa lapangan kerja saat ini tergolong usaha di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).³ Peluang pertumbuhan UMKM ditandai dengan peningkatan konsumsi barang dan jasa disertai dengan peningkatan kesempatan kerja. Kondisi ini bersamaan dengan agenda pemerintah yang merupakan tujuan utama pembangunan ekonomi. Pemerintah harus mengajak masyarakatnya untuk berperan aktif dalam melaksanakan pembangunan. Salah satunya dengan melibatkan mereka dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).⁴

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyumbang 61% untuk PDB atau sama dengan Rp 8.573.000.000.000, dan merekrut 97% tenaga pekerja negara. Seiring tingginya kontribusi UMKM pada perekonomian, pihak pemerintah terus fokus mengembangkan sektor UMKM. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia merupakan yang tertinggi dibandingkan negara lain, khususnya semenjak tahun 2014. Jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah dari tahun 2015, 2016 hingga 2017 jumlah pelaku UMKM di Indonesia akan terus bertambah seiring dengan perkembangan negara. jumlah usia produktif. Jumlah pelaku UMKM yang besar merupakan potensi yang sangat besar, terutama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Penggunaan teknologi digital dan ilmu komputer dipraktekkan di seluruh aspek kehidupan sehari-hari pada masyarakat. Penggunaan Internet memicu perkembangan sumber daya ekonomi yang baru seperti yang dikenal dengan istilah ekonomi digital. Ini membantu menjelaskan bagaimana Internet mengubah cara kita berbisnis. Informasi dalam ekonomi tradisional bersifat fisik, sedangkan dalam ekonomi digital bersifat digital. Pesatnya perkembangan teknologi digital telah menjadikan ekonomi digital sebagai salah satu kekuatan utama yang membentuk lanskap bisnis global. Dalam konteks ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting sebagai penopang perekonomian berbagai negara.

Ekonomi digital hadir dan merespon pencahangan pemerintah tentang ekonomi digital sebagai program pembangunan nasional. Melalui program ini, UMKM dilatih untuk bersaing dalam skala nasional bahkan global. Berbagai platform e-commerce belum bermunculan, sejalan dengan pencahangan IHR, untuk memanfaatkan pertumbuhan ekonomi digital.⁵Ekonomi digital menjadi pendorong utama pertumbuhan UMKM di Indonesia, dan pemerintah Indonesia juga mendorong UMKM untuk mempercepat adopsi digitalnya melalui berbagai program.

¹ Sri Maulida And S E Sy, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi," N.D.

² Safiatu Rokhmah And Asep Dadan Suganda, "Tantangan Dan Peluang Umkm Dalam Membangun Inovasi Bisnis Islami Di Era Vuca," 2022.

³ Amy Suvarni, Cristina Sediastuti dan A Haidar Mirza, "Peluang dan hambatan usaha mikro di era ekonomi digital" 2, no.2 (2019).

⁴ Syamsiah Muhsin, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam" 1, No. 2 (2022).

⁵ Herman Vijaya dan Lulu Nailufaroh, "Dampak Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM di Kota Serang dengan Literasi Digital sebagai Variabel Regulasi," Nilai Wajar: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan 5, No. 4 (25 November

Pada Jumat (28/10), dalam Seminar B20 bertajuk "Digitalisasi UMKM: Posisi UMKM Indonesia dalam rantai pasok dunia", Menko Perekonomian Airlangga Hartarto yang datang dan menyatakan bahwa proses perkembangan UMKM tak hanya soal dukungan finansial, tetapi juga harus didukung melalui pemahaman tentang literasi digital. Presiden RI Bpk. Joko Widodo juga telah menetapkan target 30.000.000 UMKM going digital pada 2024. Akan tetapi, sekarang baru 24% saja dari seluruh UMKM yang menggunakan teknologi untuk menjual produk dan mempromosikan di beberapa platform perdagangan elektronik.⁶

Ekonomi digital menyediakan alat dan saluran yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pasar, mengurangi hambatan temporal dan geografis, serta meningkatkan efisiensi.⁷ Pihak pemerintahan mendukung percepatan digitalisasi UMKM dengan tujuan tetap produktif dan mampu menyesuaikan dengan kondisi yang berubah seperti perilaku konsumen. Namun, ada sejumlah hambatan yang perlu diatasi UMKM untuk memaksimalkan potensi ekonomi digital. Beberapa di antaranya adalah akses terbatas ke teknologi dan Internet, kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, serta kekhawatiran tentang keamanan dan privasi data. Selain itu, persaingan yang ketat dengan perusahaan besar juga dapat menjadi kendala bagi UMKM untuk berkembang di era ekonomi digital. Maka penting untuk memahami bagaimana UMKM dapat memanfaatkan ekonomi digital. Dalam artikel ini, Kami akan menguraikan peran ekonomi digital dalam pertumbuhan UMKM dan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang mereka hadapi. Kami juga akan menguraikan strategi dan langkah-langkah yang dapat diambil UMKM untuk merangkul perubahan ini dan berhasil menghadapi tantangan dari perkembangan ekonomi digital yang cepat.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan literature review atau tinjauan sistematis literatur (SLR). Sasaran pada penelitian ini adalah UMKM yang sudah mengaplikasikan ekonomi digital dalam pengembangan aktivitas usahanya. Kajian dilakukan dalam tiga tahap yaitu tahap perencanaan (tahap awal SLR), kemudian tahap implementasi (tahap penerapan SLR) dan tahap terakhir yaitu tahap penulisan laporan, yaitu tahap penulisan SLR di bentuk pelaporan. Data yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari majalah, buku, berita nasional dan dari website resmi instansi pemerintah seperti BPS, Kementerian Koperasi dan UMKM dan lain sebagainya.

Pembahasan

Ekonomi digital adalah suatu kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi digital dan komputer. Sebagian ekonomi digital yang berkembang saat ini adalah perdagangan elektronik dan teknologi finansial.⁸ Kemajuan ekonomi digital telah memberikan peluang bisnis kepada para pelaku UMKM, sehingga keterampilan para pekerja harus menjadi keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis menggunakan ketersediaan teknologi untuk meningkatkan pendapatan.

⁶ Haryo Limanseto, "Berperan Dalam Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Digital, Pemerintah Dorong Akselerasi Adopsi Teknologi Digital Oleh UMKM" (SIARAN PERS, Jakarta: Bank Indonesia, 2022).

⁷ Shinta Maharani and Miftahul Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia," n.d.

⁸ Rianty Wulandari Putri Kharisma, "Peran Ekonomi Digital Sebagai Pendorong Peningkatan Serapan Tenaga Kerja Dan Pendapatan Ukm Di Kota Makassar" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2021).

Peluang usaha UMKM tidak terbatas; Daerah manapun bisa berpotensi menjadi perusahaan UMKM, dengan catatan para pelaku UMKM mempunyai ide-ide kreatif, memiliki terobosan inovasi dan mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital saat ini untuk memaksimalkan perkembangan UMKM.⁹ Menurut survey data CORE, hingga 70% pelaku UMKM terjadi peningkatan pendapatan mencapai 30% dengan bergabung didalam ekosistem digital. Menurut Survei Kegiatan Usaha UMKM Bank BRI, Indeks Kegiatan Usaha UMKM meningkat mencapai 109,4 pada triwulan II tahun 2022 dan menunjukkan pelaku UMKM berada pada level optimis. Selain itu, UMKM juga memiliki peluang dengan melihat jumlah dari masyarakat Indonesia yang besar yaitu mencapai 255 juta jiwa dan penerapan industri Internet of Things (IoT) dan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin meningkat di kalangan penduduk pedesaan. Indonesia merupakan negara yang besar usia produktif ditandai oleh lebih dari 65% penduduknya berusia di bawah 35 tahun.¹⁰

Sedangkan untuk pengguna digital, jumlah pengguna smartphone di Indonesia sudah sampai 345,3 juta atau 125,6% dari jumlah populasi, pengguna internet 73,7%, dan trafik internet meningkat antara 15 sampai 20%. Munculnya pasar online atau website jual beli telah memungkinkan semua orang untuk bisa jadi pengusaha, mulai dari ibu, bapak hingga anak muda yang ingin menjual produknya seperti makanan, minuman, kue, garnish, pakaian, atau kerajinan tangan. Di situs web online Anda dapat membeli berbagai macam produk. Oleh karena itu, kondisi ini harus dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM untuk mengambil langkah maju dalam penciptaan inovasi baru, dengan hadirnya ekonomi digital dan dukungan pemerintah sehingga berimplikasi pada peningkatan ekonomi yang signifikan.

Salah satu peluang ekonomi digital yang berkembang dan dapat dimanfaatkan oleh UKM adalah penggunaan media sosial berbasis web atau online. UKM dapat promosi produk menggunakan sosial media sebagai alat untuk berkomunikasi yang banyak disukai oleh masyarakat, sehingga media sosial bisa dijadikan sarana bagi UKM untuk lebih mudah memasarkan produknya sehingga lebih mudah dikenal oleh masyarakat di besar. Saat ini, seperti yang sering kita lihat, banyak platform media sosial, beberapa di antaranya adalah Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, atau bahkan aplikasi e-commerce yang sangat populer seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia yang menyediakan wadah untuk UMKM untuk mempromosikan produk makanannya, mode dan bidang lainnya. Memanfaatkan kekuatan ekonomi digital untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM memiliki banyak manfaat, khususnya bagi pelaku UMKM dan bagi masyarakat serta pemerintah pada umumnya. Beberapa manfaat yang dapat dirasakan adalah:

1. Akses ke pasar yang lebih luas. Berkat platform e-commerce dan pemasaran online, UMKM mampu menjangkau market yang sangat luas mulai dari skala nasional maupun internasional. Hal ini memungkinkan UMKM menjangkau konsumen baru dan meningkatkan penjualan mereka, yang juga mempercepat pertumbuhan ekonomi.

⁹ Indupurnahayu Indupurnahayu, Muhamad Fahrudin Safalah, and Miranti Ayu Utami, "Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Upaya Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor Pada Era Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 10, no. 2 (August 24, 2022), <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1439>.

¹⁰ Maulida And Sy, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi."

2. Pengurangan biaya operasional. Ekonomi digital menawarkan peluang kepada UMKM untuk mengurangi biaya operasional, seperti biaya sewa yang tinggi untuk toko fisik, dengan mengadopsi model bisnis online. Mereka dapat mengelola bisnis mereka secara virtual dan dengan biaya lebih rendah.
3. Pemasaran dan promosi yang efektif. Berkat jejaring sosial, UMKM dapat menggunakannya sebagai alat pemasaran dan promosi yang efektif. Mereka dapat membangun merek digital, terlibat dengan calon pelanggan, dan memperluas jaringan mereka melalui platform ini.
4. Inovasi produk dan layanan. Ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk menciptakan produk dan layanan baru dan inovatif menggunakan teknologi digital. Mereka dapat mengembangkan produk yang lebih menarik dan memenuhi perubahan kebutuhan pasar.
5. Penciptaan jaringan dan relasi. Melalui ekonomi digital, UMKM dapat berasosiasi dan berkolaborasi dengan pelaku usaha lainnya. Mereka dapat saling mendukung, berbagi sumber daya dan memperluas jaringan untuk menciptakan lebih banyak peluang bisnis dan berbagi pengalaman dengan pengusaha lain, sehingga menjadi insentif mereka sendiri untuk meningkatkan bisnis mereka.

Peluang ekonomi digital yang ada saat ini, jika dimanfaatkan oleh UMKM, akan membantu mereka mempercepat tujuan utamanya yaitu menghasilkan keuntungan dan pendapatan yang besar, sehingga penting bagi UMKM untuk mengeksplorasi dan mengintegrasikan ekonomi digital ke dalam bisnis mereka dan menciptakan inovasi melalui kreativitas mereka.¹¹

Ekonomi digital tidak hanya menjadi peluang untuk para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, tetapi juga merupakan tantangan bagi UMKM itu sendiri, sehingga persaingan di dunia usaha akan semakin menonjol ketika mereka mampu menghadapi tantangan perkembangan ekonomi digital yang ada. Salah satu tantangan yang dihadapi agen UMKM adalah pertumbuhan internet dua digit akan tercapai dalam tiga tahun ke depan. Kemudian karena basis perkembangannya cukup tinggi, maka perkembangan industri ekonomi digital diperkirakan akan lama hingga dibawah 10%.¹² Tetapi pertumbuhan tersebut lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun pertumbuhannya pesat, bukan berarti ekonomi digital di Indonesia bebas hambatan. Salah satu penyebab yang dinilai sangat bermasalah yaitu minimnya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas untuk memasuki era ekonomi digital. Masalahnya, kondisi pendidikan di Indonesia tidak menghasilkan lulusan siap kerja dengan keterampilan yang memadai. Akibatnya, sangat sulit untuk maju dengan cepat karena Anda harus membangun dari awal.

Solusi untuk mendukung perkembangan positif dari proses tersebut, termasuk perkembangan digital seperti e-commerce, memerlukan regulasi yang cepat dan tepat untuk mengikuti pesatnya perkembangan ekonomi digital. Misalnya dengan hadirnya layanan transportasi berbasis online seperti Gojek dan Grab Bike menuai pro dan kontra selama tidak dibatasi akibat regulasi yang lamban (tidak siap). Potensi ekonomi digital tersebut di Indonesia masih dikategorikan besar dan akan terus berkembang setiap tahunnya. E-commerce bukan hanya

¹¹ Sutantri and Muhammad Syawahidul Haq, "Strategi Packaging Produk UMKM Oleh Rumah Kurasi Kediri Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (April 30, 2023): 63–76, <https://doi.org/10.33367/at.v5i1.1479>.

¹² Suwarni, Sedyastuti, And Mirza, "Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital."

tentang membeli dan menjual barang dan jasa secara online. Ada industri lain yang terkait dengannya. Misalnya jasa pengiriman atau logistik, penyedia jasa telekom, perancang IOT, kecerdasan buatan dan lain-lain.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM di era digital ini yaitu persaingan kompetitor yang mereka hadapi untuk menghasilkan berbagai inovasi dan layanan agar tetap bertahan di pasar lokal, serta mampu bersaing di pasar internasional.¹³ Pelaku UMKM perlu meningkatkan kompetensinya dalam berpikir kreatif dan inovatif untuk memunculkan ide yang menarik, dan jika dipadukan dengan teknologi digital yang ada maka akan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Namun, jika pelaku UMKM tidak melakukan hal tersebut maka usahanya akan sedikit terhambat karena tidak mampu bersaing dengan kompetitornya yang mampu menghadapi tantangan ekonomi digital dalam usahanya. Oleh karena itu, entitas harus mempelajari literatur dan berinovasi menggunakan teknologi untuk beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi digital.

Kesimpulan

Ekonomi digital menawarkan peluang yang signifikan bagi UMKM untuk bertransformasi secara digital, menciptakan pasar, dan menjadi bagian dari rantai pasokan global. Namun, agar ekonomi digital dapat memberikan manfaat optimal bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia, tantangan seperti keterbatasan akses dan infrastruktur teknologi, serta kurangnya literasi digital perlu diatasi. UMKM yang mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan melakukan inovasi produknya akan mampu bersaing dengan para pesaingnya dalam ekonomi digital yang semakin maju.

Persaingan yang semakin ketat ini disebabkan banyaknya tantangan dunia teknologi yang semakin berkembang, oleh karena itu Ekonomi Digital harus dipergunakan dengan baik untuk para pelaku UMKM agar mereka tidak kalah bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Selain itu perlu juga memiliki jiwa kreatifitas yang tinggi untuk bisa mengkombinasikan teknologi dengan sebuah inovasi baru agar memiliki ciri khas pada produk dan memiliki daya tarik tersendiri. Disamping itu UMKM juga harus mampu memperkuat daya tahan agar tidak tumbang jika kondisi perekonomian di Indonesia tidak stabil.

Daftar Pustaka

- Indupurnahayu, Indupurnahayu, Muhamad Fahrudin Safalah, and Miranti Ayu Utami. "Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Upaya Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor Pada Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 10, no. 2 (August 24, 2022). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1439>.
- Kharisma, Rianty Wulandari Putri. "PERAN EKONOMI DIGITAL SEBAGAI PENDORONG PENINGKATAN SERAPAN TENAGA KERJA DAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA MAKASSAR." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR, 2021.

¹³ Lili Marlinah, "Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19," *Jurnal Ekonomi* Vol. 22 No. 2 (June 2020).

- Limanseto, Haryo. "Berperan Dalam Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Digital, Pemerintah Dorong Akselerasi Adopsi Teknologi Digital Oleh UMKM." Jakarta: Bank Indonesia, 2022.
- Maharani, Shinta, and Miftahul Ulum. "EKONOMI DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN MASA DEPAN TERHADAP EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA," n.d.
- Marlinah, Lili. "Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19." *Jurnal Ekonomi* Vol. 22 No. 2 (June 2020).
- Maulida, Sri, and S E Sy. "Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi," n.d.
- Muhsin, Syamsiah. "Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam" 1, no. 2 (2022).
- Rokhmah, Safiatur, and Asep Dadan Suganda. "TANTANGAN DAN PELUANG UMKM DALAM MEMBANGUN INOVASI BISNIS ISLAM DI ERA VUCA," 2022.
- Sutantri, and Muhammad Syawahidul Haq. "Strategi Packaging Produk UMKM Oleh Rumah Kurasi Kediri Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (April 30, 2023): 63–76. <https://doi.org/10.33367/at.v5i1.1479>.
- Suwarni, Emi, Kristina Sedyastuti, and A Haidar Mirza. "PELUANG DAN HAMBATAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO PADA ERA EKONOMI DIGITAL" 2, no. 2 (2019).
- Wijaya, Herman, and Lulu Nailufaroh. "Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5, no. 4 (November 25, 2022): 1941–49. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2580>.