Tim Penulis:
Raden Minda Kusumah, Desta Sulaesih Mursyidah, Nina Septina,
Ria Estiana, Octaviani R. Santoso, Neneng Sayidah, Son Haji,
Bisma Indrawan, Triyani, Evi Sofiati, Yoki Oktorian Sukardi,
Agistya Maharani Joner, Ahmad Kamaludin, Limbert Hutahaean

BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital

Editor:
Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H.
Arus Reka Prasetia, S.E., M.M.



BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital

Tim Penulis:
Raden Minda Kusumah, Desta Sulaesih Mursyidah, Nina Septina, Ria Estiana, Octaviani R. Santoso, Neneng Sayidah, Son Haji, Bisma Indrawan, Triyani, Evi Sofiati, Yoki Oktorian Sukardi, Agistya Maharani Joner, Ahmad Kamaludin, Limbert Hutahaean

Penerbit widina

BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN:
INOVASI DAN STRATEGI DI TENGAH
TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL

Tim Penulis:
Raden Minda Kusumah, Desta Sulaesih Mursyidah, Nina Septina,
Ria Estiana, Octaviani R. Santoso, Neneng Sayidah, Son Haji,
Bisma Indrawan, Triyani, Evi Sofiati, Yoki Oktorian Sukardi,
Agistya Maharani Joner, Ahmad Kamaludin, Limbert Hutahaean

Desain Cover:
Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H.
Arus Reka Prasetia, S.E., M.M.

ISBN:
978-634-317-031-0 (PDF)

Cetakan Pertama:
Juli, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya buku *Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital* dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya memberikan pemahaman mengenai perkembangan bisnis digital yang terus mengalami perubahan seiring pesatnya kemajuan teknologi dan transformasi ekonomi global.

Buku ini membahas berbagai konsep, strategi, dan inovasi bisnis digital berkelanjutan, mulai dari transformasi ekonomi digital, pemanfaatan teknologi modern, pemasaran digital, keuangan digital, hingga tata kelola dan keberlanjutan bisnis. Diharapkan buku ini dapat menjadi referensi dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa, akademisi, peneliti, serta praktisi bisnis dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga buku ini memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis digital berkelanjutan.

Bandung, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
BAB 1 KONSEP DAN LANSKAP BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN **1**
A. Pengertian Bisnis Digital dan Keberlanjutan 2
B. Evolusi Ekonomi Digital Global 3
C. Prinsip *Sustainability* dalam Dunia Bisnis 5
D. Peran Teknologi dalam Transformasi Bisnis 6
E. Tantangan dan Peluang Bisnis Digital Berkelanjutan 7
BAB 2 TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL **11**
A. Karakteristik Ekonomi Digital 12
B. Disrupsi dan Inovasi Model Bisnis 14
C. Peran *Platform* Digital 16
D. Ekosistem Digital dan Kolaborasi 18
E. Dampak Transformasi Digital terhadap Industri 19
BAB 3 MODEL BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN **23**
A. Konsep Model Bisnis Digital 24
B. *Circular Economy* dalam Bisnis Digital 26
C. *Platform Based Business Model* 28
D. *Subscription* dan *Sharing Economy* 29
E. *Value Creation* Berbasis Keberlanjutan 31
BAB 4 STRATEGI INOVASI DIGITAL **35**
A. Inovasi sebagai Kunci Keunggulan Kompetitif 36
B. *Open Innovation* dan Kolaborasi 37
C. *Design Thinking* dalam Bisnis Digital 38
D. *Agile* dan *Lean Startup* 40
E. Strategi Diferensiasi Berbasis Teknologi 42

BAB 5 PERAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS DIGITAL 47
A. *Artificial Intelligence* (AI) dalam Bisnis 48
B. *Big Data* dan Analitik Bisnis 50
C. *Internet of Things* (IoT) 52
D. *Cloud Computing* 54
E. *Blockchain* untuk Transparansi dan Keamanan 56
BAB 6 PEMASARAN DIGITAL BERKELANJUTAN 59
A. Konsep *Digital Marketing* Modern 59
B. *Social Media Marketing* dan *Engagement* 62
C. *Content Marketing* Berbasis Nilai 65
D. *Green Marketing* dalam Era Digital 66
E. *Customer Experience* dan Loyalitas 67
BAB 7 MANAJEMEN OPERASIONAL DIGITAL 71
A. *Digital Supply Chain Management* 72
B. Otomatisasi Proses Bisnis 75
C. Manajemen Logistik Berkelanjutan 77
D. Efisiensi Operasional Berbasis Teknologi 79
E. Pengukuran Kinerja Operasional 82
BAB 8 KEUANGAN DAN INVESTASI DIGITAL 85
A. Manajemen Keuangan dalam Bisnis Digital 87
B. *Fintech* dan Inklusi Keuangan 90
C. *Digital Payment System* 95
D. Analisis Investasi Teknologi 97
E. Risiko Keuangan dan Mitigasi 102
BAB 9 SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL 107
A. Transformasi *Human Resources* (HR) Digital 108
B. *Digital Talent* dan Kompetensi Masa Depan 111
C. *Remote Working* dan *Flexible Workforce* 114
D. Kepemimpinan Digital 116
E. Budaya Organisasi Berbasis Teknologi 120

BAB 10 TATA KELOLA DAN ETIKA BISNIS DIGITAL 123
A. *Good Corporate Governance Digital* 124
B. Etika Penggunaan Teknologi 127
C. Privasi dan Perlindungan Data 130
D. Regulasi Bisnis Digital 132
E. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Digital 134
BAB 11 KEAMANAN SIBER DAN MANAJEMEN RISIKO 137
A. Konsep *Cybersecurity* 138
B. Ancaman dan Risiko Digital 140
C. Sistem Keamanan Informasi 142
D. Manajemen Risiko Teknologi 144
E. Strategi Mitigasi dan Resiliensi Digital 146
BAB 12 KEBERLANJUTAN DAN DAMPAK LINGKUNGAN 149
A. *Green Technology* dalam Bisnis Digital 152
B. Pengurangan Jejak Karbon Digital 153
C. *Sustainable Supply Chain* 155
D. ESG (*Environmental, Social, Governance*) 157
E. Inovasi Ramah Lingkungan 159
BAB 13 STRATEGI PERTUMBUHAN DAN SKALABILITAS 163
A. *Scaling Up* Bisnis Digital 164
B. Ekspansi Pasar Global 167
C. Strategi Kemitraan dan Aliansi 169
D. Monetisasi Produk Digital 171
E. Manajemen Pertumbuhan Berkelanjutan 173
BAB 14 MASA DEPAN BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN 177
A. Tren Teknologi Masa Depan 178
B. *Society* 5.0 dan Ekonomi Digital 181
C. Peran *Artificial Intelligence* (AI) dan Otomatisasi Lanjutan 184
D. Tantangan Global dan Adaptasi Bisnis 187
E. *Roadmap* Bisnis Digital Berkelanjutan 189
DAFTAR PUSTAKA 193
PROFIL PENULIS & EDITOR 212

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tiga Pilar Keberlanjutan dalam Bisnis Digital 3
Gambar 1.2. Tiga Fase Evolusi Ekonomi Digital Global 4
Gambar 1.3. Konsep *Triple Bottom Line* dalam Bisnis Berkelanjutan 6
Gambar 1.4. Peluang vs Tantangan Bisnis Digital Berkelanjutan..... 9
Gambar 2.1. Lima Karakteristik Utama Ekonomi Digital 13
Gambar 2.2. Pergeseran dari Model Bisnis Konvensional ke Model Bisnis Digital 15
Gambar 2.3. Tiga Jenis *Platform* Digital dan Cara Kerjanya 16
Gambar 2.4. Dampak Transformasi Digital terhadap Berbagai Sektor Industri..... 21
Gambar 3.1. *Business Model Canvas* Digital Berkelanjutan 25
Gambar 3.2. Model Ekonomi Linear versus Ekonomi Sirkular yang Didukung Teknologi Digital 27
Gambar 3.3. Kerangka *Value Creation* Berbasis Keberlanjutan: Tiga Lapisan Nilai dan Enam Kapital..... 32
Gambar 4.1. Lima Tahapan *Design Thinking* 39
Gambar 4.2. Siklus *Build Measure Learn* (*Lean Startup*) 42
Gambar 4.3. Lima Jalur Diferensiasi Berbasis Teknologi 44
Gambar 5.1. Empat Tingkatan Analitik Bisnis..... 51
Gambar 6.1. *The 7 Ds or Pillars Supporting Effective Digital Marketing*..... 61
Gambar 7.1. Komponen *Digital Supply Chain Management* dan Teknologi Pendukungnya 74
Gambar 7.2. Kerangka Pengukuran Kinerja Operasional Berbasis Teknologi Digital 83
Gambar 8.1. Perubahan Struktur Ekonomi Menuju Era Digital 86
Gambar 8.2. Transformasi Manajemen Keuangan dari Tradisional ke Digital 87
Gambar 8.3. Ekosistem *Fintech* dan Inklusi Keuangan..... 91
Gambar 8.4. Ekosistem Sistem Pembayaran Digital 96
Gambar 8.5. Tahapan Analisis Investasi Teknologi..... 101

Gambar 8.6. Peta Risiko Keuangan dalam Ekosistem Digital 103
Gambar 9.1. Ekosistem Transformasi HR Digital:
Teknologi dan Proses SDM Modern 110
Gambar 9.2. Peta Kompetensi Digital *Talent* untuk Dunia Kerja
Masa Depan 112
Gambar 9.3. Model Kepemimpinan Digital: Kompetensi, Peran Strategis,
dan Dampak Organisasi 118
Gambar 10.1. Kerangka *Good Corporate Governance* Digital:
Prinsip, Teknologi, dan Dampak 126
Gambar 10.2. Model CSR Digital: *Triple Bottom Line, Creating Shared Value,*
dan Implementasi Teknologi 135
Gambar 11.1. CIA *Triad* dan Lapisan Pertahanan *Cybersecurity* 138
Gambar 11.2. Ancaman Siber Utama di Ekosistem Bisnis Digital 141
Gambar 11.3. Komponen Utama Sistem Keamanan Informasi 143
Gambar 11.4. Kerangka Manajemen Risiko Teknologi di Bisnis Digital 145
Gambar 11.5. Strategi Mitigasi dan Resiliensi Digital 147
Gambar 12.1. Ekosistem Lima Pilar Keberlanjutan Bisnis Digital 150
Gambar 13.1. Tahapan *Scaling Up* dan Ekosistem Teknologi Bisnis Digital. 166
Gambar 13.2. Konsep *Triple Bottom Line* dalam Manajemen Pertumbuhan
Berkelanjutan Bisnis Digital 174
Gambar 14.1. Ekosistem Tren Teknologi Masa Depan Bisnis Digital
Berkelanjutan 180
Gambar 14.2. Evolusi Masyarakat dari *Society* 1.0 hingga *Society* 5.0 dan
Pilar Ekonomi Digital 183
Gambar 14.3. *Roadmap* Bisnis Digital Berkelanjutan:
Lima Tahapan Transformasi Strategis 191

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Ringkasan Kelima Teknologi dan Manfaatnya..... 48
Tabel 12.1. Lima Pilar Keberlanjutan 151



KONSEP DAN LANSKAP BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara organisasi menjalankan bisnis di berbagai sektor. Transformasi digital kini menjadi kebutuhan utama, bukan sekadar pilihan strategis, dalam menghadapi persaingan global dan tuntutan efisiensi yang terus meningkat. Perusahaan dituntut memanfaatkan teknologi seperti *artificial intelligence* (AI), *big data, cloud computing,* dan *Internet of Things* (IoT) untuk meningkatkan produktivitas dan menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan (Laudon & Laudon, 2022). Di sisi lain, digitalisasi memunculkan tantangan baru terkait keberlanjutan lingkungan, keamanan data, dan kesenjangan akses teknologi. Oleh karena itu, bisnis digital berkelanjutan hadir sebagai pendekatan yang mengintegrasikan inovasi digital dengan prinsip keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Verhoef *et al*., 2021).

Saat ini banyak organisasi sudah menerapkan *paperless office,* energi terbarukan pada *data center*, *digital supply chain,* dan *green marketing* untuk menekan dampak lingkungan sekaligus meningkatkan efisiensi. Di Indonesia, lonjakan *e-commerce*, *fintech*, dan ekonomi kreatif digital membuktikan kekuatan digitalisasi sebagai motor pertumbuhan. Namun, limbah elektronik, konsumsi energi TI yang tinggi, ancaman siber, dan ketimpangan literasi digital menjadi tantangan nyata yang tidak bisa diabaikan. Lanskap bisnis



TRANSFORMASI EKONOMI DIGITAL

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia bekerja, bertransaksi, berkomunikasi, dan menciptakan nilai ekonomi. Transformasi ini bukan sekadar adopsi teknologi baru, melainkan sebuah pergeseran paradigma yang memengaruhi seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial. Dalam konteks bisnis yang berkelanjutan, memahami dinamika transformasi ekonomi digital menjadi hal yang sangat krusial agar pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan akademisi dapat merespons perubahan dengan tepat dan strategis.

Bab ini membahas transformasi ekonomi digital secara menyeluruh, dimulai dari karakteristik yang membedakan ekonomi digital dari ekonomi konvensional, kemudian menelaah fenomena disrupsi dan inovasi model bisnis yang lahir dari perkembangan teknologi. Selanjutnya, bab ini mengulas peran sentral *platform* digital sebagai tulang punggung ekosistem bisnis modern, dinamika kolaborasi dalam ekosistem digital, serta dampak nyata yang dirasakan oleh berbagai sektor industri akibat gelombang transformasi digital yang terus berlangsung.

Pemahaman yang komprehensif terhadap seluruh aspek tersebut akan memberikan landasan yang kuat bagi pembaca untuk membangun strategi bisnis digital yang tidak hanya adaptif dan kompetitif, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang (Parker *et al.*, 2016; Schwab, 2017).



MODEL BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Kemajuan teknologi digital yang berlangsung dengan cepat tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi dan bertransaksi, tetapi juga mendorong lahirnya model-model bisnis baru yang sebelumnya tidak terbayangkan. Di tengah tekanan persaingan global yang semakin ketat, pelaku bisnis dituntut untuk terus berinovasi. Tidak hanya demi meraih keuntungan finansial jangka pendek, tetapi juga untuk memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka dapat bertahan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan dalam jangka panjang. Di sinilah relevansi konsep model bisnis digital berkelanjutan menjadi sangat nyata dan mendesak.

Model bisnis digital berkelanjutan memadukan dua dimensi penting yakni kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara optimal sebagai pengungkit pertumbuhan, sekaligus komitmen terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan (*sustainability*) yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Bisnis yang hanya mengejar pertumbuhan digital tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan akan menghadapi risiko reputasi, regulasi, dan relevansi di masa mendatang. Sebaliknya, bisnis yang mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam inti model bisnisnya justru menemukan sumber keunggulan kompetitif yang tangguh dan tahan uji (Bocken *et al.*, 2014).



STRATEGI INOVASI DIGITAL

Di era persaingan global yang semakin ketat, inovasi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan kebutuhan mutlak bagi setiap pelaku bisnis. Perubahan teknologi yang begitu cepat telah mengubah cara perusahaan berkompetisi, berkolaborasi, dan menciptakan nilai bagi pelanggannya. Bisnis yang mampu berinovasi secara cerdas dan adaptif akan mampu bertahan dan bahkan memimpin pasar, sementara yang gagal beradaptasi perlahan akan kehilangan relevansinya.

Bab ini membahas strategi inovasi digital secara komprehensif, mulai dari memahami peran inovasi sebagai sumber keunggulan kompetitif, hingga pendekatan-pendekatan praktis yang dapat diterapkan oleh perusahaan dari berbagai skala usaha. Pembahasan akan mencakup konsep *open innovation* yang mendorong kolaborasi lintas batas, metodologi *design thinking* yang menempatkan pelanggan sebagai pusat inovasi, kerangka *agile* dan *lean startup* yang mempercepat siklus pengembangan produk, serta strategi diferensiasi berbasis teknologi yang membantu perusahaan menciptakan posisi unik di pasar. Dengan memahami dan menerapkan strategi-strategi ini secara terpadu, perusahaan dapat membangun fondasi inovasi yang tidak hanya menghasilkan produk atau layanan baru, tetapi juga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di era digital.



PERAN TEKNOLOGI DALAM BISNIS DIGITAL

Teknologi adalah tulang punggung bisnis digital. Tanpa kehadiran teknologi yang tepat, transformasi digital hanya akan berhenti sebagai wacana tanpa pelaksanaan yang nyata. Setiap inovasi dalam model bisnis, setiap perbaikan pengalaman pelanggan, dan setiap efisiensi operasional yang dicapai oleh perusahaan-perusahaan digital terkemuka dunia hampir selalu digerakkan oleh teknologi tertentu sebagai mesin utamanya.

Dalam dua dekade terakhir, kemajuan teknologi berlangsung dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kecerdasan buatan yang dulu hanya ada dalam film fiksi ilmiah kini digunakan oleh jutaan bisnis untuk mengotomasi pekerjaan dan mempersonalisasi layanan. Data yang dahulu hanya bisa diolah dalam jumlah kecil kini dapat diproses dalam skala miliaran rekaman secara *realtime*. Perangkat fisik yang sebelumnya berdiri sendiri kini saling terhubung dan saling berkomunikasi membentuk ekosistem cerdas. Infrastruktur teknologi informasi yang dulu membutuhkan investasi miliaran rupiah kini dapat diakses dengan biaya terjangkau melalui layanan *cloud*. Dan sistem pencatatan yang rentan manipulasi kini dapat dibuat transparan dan tidak dapat diubah melalui teknologi *blockchain*.

Bab ini membahas lima pilar teknologi yang paling berpengaruh dalam membentuk lanskap bisnis digital saat ini yaitu *Artificial Intelligence* (AI), *Big Data* dan Analitik Bisnis, *Internet of Things* (IoT), *Cloud Computing,* serta

BAB
6

PEMASARAN DIGITAL BERKELANJUTAN

Era transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara pemasaran dipahami dan dipraktikkan, menggeser orientasinya dari sekadar transaksi jangka pendek menuju pendekatan relasional yang berkelanjutan. Pemasaran kini tidak lagi berkutat pada pertukaran nilai sesaat, melainkan telah berkembang menjadi sebuah sistem yang memadukan teknologi, pengalaman pelanggan, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan secara terintegrasi. Dalam konteks inilah, pemasaran digital berkelanjutan hadir sebagai pendekatan strategis yang tidak hanya bertujuan mengoptimalkan kinerja bisnis, tetapi juga menjamin keberlangsungan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dan ekosistem yang melingkupinya.

A. KONSEP *DIGITAL MARKETING MODERN*

Konsep *digital marketing* modern telah mengalami pergeseran makna yang cukup mendasar. Ia tidak lagi sekadar dipahami sebagai penggunaan media digital untuk keperluan promosi, melainkan telah berkembang menjadi suatu sistem strategis yang bertumpu pada teknologi dan data. Dalam literatur terkini, *digital marketing* dipandang sebagai proses penciptaan nilai yang menyatu dengan pengalaman pelanggan, bukan sekadar saluran komunikasi.

Beberapa definisi dari perspektif internasional menegaskan kompleksitas konsep ini. Pertama, *"digital marketing can be simply defined as the application of digital technologies and media to achieve marketing objectives"* (Chaffey *et al*., 2025).



MANAJEMEN OPERASIONAL DIGITAL

Manajemen operasional digital merupakan pendekatan pengelolaan proses organisasi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas layanan. Perkembangan teknologi informasi, kecerdasan buatan, *big data*, *cloud computing*, serta otomatisasi telah mengubah cara organisasi menjalankan kegiatan operasionalnya, baik di sektor bisnis, pemerintahan, maupun pendidikan. Transformasi digital mendorong organisasi untuk mampu beradaptasi secara cepat terhadap perubahan lingkungan yang dinamis dan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks.

Menurut Heizer *et al.* manajemen operasional merupakan serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui proses transformasi *input* menjadi *output* (Heizer *et al.*, 2020). Dalam konteks digital, proses tersebut semakin didukung oleh integrasi teknologi yang memungkinkan pengelolaan operasional dilakukan secara lebih efektif, cepat, dan akurat. Sementara itu, Laudon dan Laudon (2022) menjelaskan bahwa transformasi digital menjadi faktor utama dalam menciptakan organisasi modern yang adaptif dan berbasis data.

Dalam era ekonomi digital, manajemen operasional tidak lagi hanya berfokus pada pengendalian proses produksi dan distribusi, tetapi juga pada integrasi sistem digital yang mampu mendukung pengambilan keputusan secara *real time*. Penggunaan teknologi digital memungkinkan organisasi



KEUANGAN DAN INVESTASI DIGITAL

Perkembangan ekonomi global dalam dua dekade terakhir menunjukkan bahwa digitalisasi telah bertransformasi dari sekadar instrumen pendukung bisnis menjadi kekuatan utama yang membentuk struktur ekonomi baru. Jika pada era sebelumnya pertumbuhan ekonomi lebih banyak ditopang oleh industrialisasi, ekspansi manufaktur, dan perdagangan konvensional, maka pada era saat ini pertumbuhan semakin digerakkan oleh data, konektivitas digital, inovasi teknologi, serta integrasi *platform* ekonomi. Kondisi ini melahirkan apa yang dikenal sebagai ekonomi digital, yaitu sistem ekonomi yang aktivitas produksi, distribusi, konsumsi, dan penciptaan nilainya ditopang oleh teknologi informasi dan komunikasi (Tapscott, 2024).

Ekonomi digital berkembang seiring pesatnya penggunaan internet, penetrasi telepon pintar (*smartphone*), komputasi awan (*cloud computing*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), *Internet of Things* (IoT), *blockchain*, dan *big data analytics*. Teknologi tersebut memungkinkan perusahaan menjalankan model bisnis yang lebih cepat, efisien, fleksibel, serta mampu menjangkau pasar global tanpa batas geografis. Dalam konteks ini, keunggulan kompetitif perusahaan tidak lagi hanya ditentukan oleh kepemilikan aset fisik, tetapi juga oleh kemampuan mengelola data, inovasi layanan, pengalaman pelanggan, dan kelincahan organisasi dalam merespons perubahan pasar (Laudon & Traver, 2024).

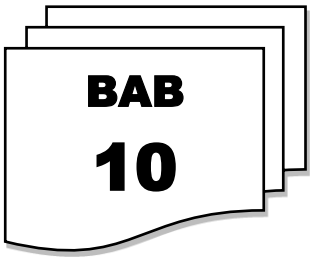


SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL

Sumber daya manusia di era digital merupakan aset utama organisasi yang berperan penting dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transformasi digital yang semakin pesat. Perubahan lingkungan kerja akibat kemajuan teknologi informasi, *artificial intelligence* (AI), *big data, cloud computing*, dan otomatisasi telah mengubah pola kerja, komunikasi, serta pengelolaan organisasi di berbagai sektor. Dalam kondisi tersebut, sumber daya manusia dituntut memiliki kemampuan adaptasi, kreativitas, literasi digital, dan kompetensi teknologi agar mampu bersaing dan mendukung keberhasilan organisasi di era ekonomi digital.

Menurut Dessler (2020), manajemen sumber daya manusia merupakan proses pengelolaan tenaga kerja untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam era digital, pengelolaan SDM tidak hanya berfokus pada administrasi kepegawaian, tetapi juga pada pengembangan kompetensi digital, inovasi kerja, dan peningkatan produktivitas berbasis teknologi. Organisasi modern memerlukan sumber daya manusia yang mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengambilan keputusan, pelayanan, dan pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Transformasi digital memberikan peluang besar dalam meningkatkan kualitas kerja dan efisiensi organisasi, namun juga menghadirkan tantangan seperti perubahan budaya kerja, kebutuhan keterampilan baru, serta



TATA KELOLA DAN ETIKA BISNIS DIGITAL

Tata kelola dan etika bisnis digital merupakan aspek penting dalam pengelolaan organisasi modern yang memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya. Perkembangan teknologi informasi, internet, *artificial intelligence* (AI), *big data*, dan *platform digital* telah mengubah cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengelola data dan informasi. Dalam kondisi tersebut, organisasi dituntut tidak hanya mampu menjalankan bisnis secara efektif dan inovatif, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip tata kelola yang baik dan etika dalam penggunaan teknologi digital.

Menurut Laudon dan Laudon (2022), tata kelola teknologi informasi merupakan sistem pengendalian dan pengelolaan teknologi digital yang bertujuan memastikan penggunaan teknologi berjalan efektif, aman, transparan, dan sesuai dengan tujuan organisasi. Sementara itu, etika bisnis digital berkaitan dengan nilai, norma, dan tanggung jawab moral dalam penggunaan teknologi, pengelolaan data, perlindungan privasi, keamanan informasi, serta hubungan organisasi dengan masyarakat dan pelanggan di ruang digital.

Dalam era transformasi digital, berbagai tantangan muncul seperti penyalahgunaan data pribadi, kejahatan siber, pelanggaran privasi, penyebaran informasi palsu, dan ketidakadilan dalam penggunaan teknologi. Oleh karena itu, penerapan tata kelola yang baik dan etika bisnis digital

BAB
11

KEAMANAN SIBER DAN MANAJEMEN RISIKO

Keamanan siber dan manajemen risiko menjadi aspek yang sangat penting di era transformasi digital. Perkembangan teknologi informasi, penggunaan *cloud computing*, *Internet of Things* (IoT), serta meningkatnya aktivitas digital menyebabkan ancaman siber semakin kompleks dan sulit diprediksi. Oleh karena itu, organisasi perlu menerapkan sistem keamanan siber yang efektif disertai manajemen risiko yang terstruktur guna melindungi data, sistem, dan aset digital dari berbagai ancaman seperti *malware, phishing, ransomware*, maupun kebocoran data. Keamanan siber tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan teknis, tetapi juga menjadi bagian strategis dalam menjaga keberlangsungan operasional dan reputasi organisasi.

Salah satu fenomena yang menunjukkan pentingnya keamanan siber di Indonesia adalah serangan *ransomware* terhadap Pusat Data Nasional (PDN) pada tahun 2024 yang mengakibatkan terganggunya berbagai layanan publik, termasuk layanan imigrasi dan administrasi pemerintahan. Kasus ini memperlihatkan bahwa lemahnya pengelolaan risiko siber dapat berdampak besar terhadap pelayanan publik, keamanan data masyarakat, dan kepercayaan publik terhadap sistem digital pemerintah. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital yang semakin cepat juga membuat organisasi harus mampu melakukan identifikasi, mitigasi, dan evaluasi risiko siber secara berkelanjutan



KEBERLANJUTAN DAN DAMPAK LINGKUNGAN

Selama bertahun-tahun, teknologi digital dipandang sebagai kekuatan yang sepenuhnya positif yakni tidak berasap, tidak berdebu, dan tidak menghasilkan limbah yang terlihat. Namun seiring kita memahami lebih dalam cara kerja ekosistem digital, satu kenyataan yang tidak bisa lagi diabaikan mulai mencuat ke permukaan, yaitu bisnis digital juga meninggalkan jejak ekologis yang signifikan. Pusat data yang menjalankan *cloud computing* dan layanan *streaming* global mengonsumsi listrik dalam jumlah yang setara dengan konsumsi energi beberapa negara berkembang. Rantai pasok produk elektronik yang menopang perangkat digital kita kerap meninggalkan dampak sosial dan lingkungan yang tersembunyi jauh dari pandangan konsumen.

Di saat yang sama, tekanan dari berbagai arah terus mendorong dunia bisnis untuk berbenah. Konsumen, terutama generasi milenial dan generasi Z, semakin selektif dalam memilih merek yang mereka dukung dan hanya mau setia kepada perusahaan yang memiliki komitmen nyata terhadap keberlanjutan. Investor global semakin menjadikan indikator ESG (*Environmental, Social, Governance*) sebagai acuan utama dalam keputusan investasi mereka. Regulator di berbagai negara memperketat standar emisi karbon dan mewajibkan pelaporan dampak lingkungan perusahaan. Selain itu, komunitas ilmuwan dunia terus memperingatkan bahwa jendela untuk



STRATEGI PERTUMBUHAN DAN SKALABILITAS

Strategi pertumbuhan dan skalabilitas merupakan bagian penting dalam pengembangan organisasi di era ekonomi digital. Pertumbuhan bisnis tidak hanya ditandai oleh peningkatan pendapatan dan jumlah pelanggan, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam memperluas operasional secara efektif dan berkelanjutan. Di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, perusahaan dituntut mampu menciptakan strategi inovatif agar dapat bertahan, berkembang, dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Menurut Wheelen dan Hunger (2018), strategi pertumbuhan merupakan upaya organisasi dalam meningkatkan kapasitas bisnis melalui pengembangan pasar, inovasi produk, diversifikasi usaha, maupun ekspansi operasional. Sementara itu, skalabilitas menunjukkan kemampuan organisasi untuk meningkatkan kapasitas layanan atau produksi tanpa mengalami peningkatan biaya secara signifikan. Dalam bisnis digital, skalabilitas menjadi faktor penting karena teknologi memungkinkan perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas dengan efisiensi operasional yang lebih tinggi.

Perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi organisasi untuk mempercepat pertumbuhan bisnis dan meningkatkan skalabilitas operasional. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan kualitas layanan, mempercepat

BAB
14

MASA DEPAN BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Masa depan bisnis digital berkelanjutan menunjukkan arah perkembangan dunia usaha yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital sekaligus berorientasi pada keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perkembangan *artificial intelligence* (AI), *internet of things* (IoT), *big data, blockchain*, dan *cloud computing* telah mendorong transformasi besar dalam model bisnis, pola kerja, serta interaksi antara perusahaan dan konsumen. Dalam kondisi tersebut, organisasi tidak hanya dituntut mampu menciptakan inovasi dan keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Schwab (2017), revolusi industri 4.0 telah mengubah cara manusia hidup, bekerja, dan berbisnis melalui integrasi teknologi digital dalam berbagai sektor kehidupan. Perubahan tersebut mendorong organisasi untuk mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif, efisien, dan berkelanjutan. Bisnis digital berkelanjutan menjadi pendekatan yang menggabungkan transformasi digital dengan prinsip keberlanjutan agar perusahaan mampu bertahan dalam jangka panjang sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Di masa depan, bisnis digital diperkirakan akan semakin mengutamakan penggunaan teknologi hijau, efisiensi energi, otomatisasi cerdas, serta pengelolaan sumber daya berbasis data. Organisasi juga akan menghadapi

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R., & Ozdamli, F. (2026). *Securing financial systems: The role of DSS in cybersecurity*. In *Signals and communication technology*. Springer. (In press 2026).

Accenture. (2024). *Embedded finance global outlook*. New York: Accenture.

Adner, R. (2017). Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy. *Journal of Management, 43*(1), 39-58. https://doi.org/10.1177/0149206316678451

Aldossary, A., Algirim, T., Almubarak, I., & Almuhish, K. (2024). Cyber security in data breaches. *Journal of Cyber Security and Risk Auditing, 2024*(1), 14-22. https://doi.org/10.63180/jcsra.thestap.2024.1.3

Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2023). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35*(1), 1-20. https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0500

Alshahrani, H. M., Alotaibi, S. S., Ansari, M. T. J., Asiri, M. M., Agrawal, A., Khan, R. A., Mohsen, H., & Hilal, A. M. (2022). Analysis and ranking of IT risk factors using fuzzy TOPSIS-based approach. *Applied Sciences, 12*(12), 5911. https://doi.org/10.3390/app12125911

Amit, R., & Zott, C. (2021). *Business model innovation strategy: Transformational concepts and tools for entrepreneurial leaders.* Hoboken: John Wiley & Sons.

Arduin, P.-E. (2018). *Information systems and security: Insider threats* (Vol. 10). ISTE Ltd. https://doi.org/10.1002/9781119419785

Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2024). *Fintech and the transformation of financial services*. London: Routledge.

Assauri, S. (2020). *Manajemen operasi produksi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2017). Understanding the Internet of Things: Definition, potentials, and societal role of a fast evolving paradigm. *Ad Hoc Networks, 56,* 122-140. https://doi.org/10.1016/j.adhoc.2016.12.004

Avolio, B. J., Kahai, S., & Dodge, G. E. (2001). *E-leadership: Implications for theory, research, and practice*. The leadership quarterly.

Bank for International Settlements. (2024). *Cross-border payments and CBDC development report*. Basel: BIS.

Bank for International Settlements. (2025). *Decentralized finance and financial stability report*. Basel: BIS.

Bank Indonesia. (2025). *Blueprint sistem pembayaran Indonesia dan project Garuda*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2025). *Digitalisasi UMKM dan ekonomi nasional*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2025). *Laporan perkembangan QRIS dan sistem pembayaran nasional*. Jakarta: Bank Indonesia.

Bazi, S., Filieri, R., & Gorton, M. (2023). Social media content aesthetic quality and customer engagement. *Journal of Business Research, 160,* 113778. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113633

Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly, 37*(2), 471-482. https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3

Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review, 47*(1), 9-24.

BlackRock. (2025). *Global sustainable investing report*. New York: BlackRock.

Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual*. Pescadero: K&S Ranch.

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production, 65,* 42-56. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039

Brandenburger, A., & Nalebuff, B. (2021). The rules of co-opetition. *Harvard Business Review, 99*(1), 48-57.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2024). *Financial management: Theory and practice* (17th ed.). Boston: Cengage Learning.

Brown, T. (2019). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation* (Rev. ed.). New York: HarperBusiness.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age*. New York: W. W. Norton & Company.

Budiarti, E., Pristiana, U., & Rahmiyati, N. (2026). Green marketing management in the digital era: A study of website content and corporate social media in Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *14*(1), 359-370. https://doi.org/10.37641/jimkes.v14i1.4923

Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M., & Willmott, P. (2022). Why digital strategies fail and how to build a winning digital strategy. *McKinsey Quarterly, 18*(2), 45-62.

Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. Development Informatics Working Paper No. 68. Centre for Development Informatics, University of Manchester. https://doi.org/10.2139/ssrn.3431732

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons, 34*(4), 39-48.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Malden: Wiley-Blackwell.

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Abed-Rabbo, M. (2025). *Digital marketing* (9th ed.). Harlow: Pearson Education Ltd.

Chakkaravarthy, A. P., Jaganathan, D., Mohan, A., & Rajesh, S. (2025). *Information security management in IT service environments*. In *Cases on information systems service management*. IGI Global. (In press 2025).

Chauhan, R., Kapoor, A. D., Kapoor, S., & Sijoria, C. (2025). Fostering a resilient organisational culture through digital transformation. In *Digital transformation of business world: A managerial perspective* (pp. 83–95). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/978-1-83662-046-420251006

Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2023). Big data: A survey of opportunities and challenges for business intelligence and analytics. *IEEE Access, 11,* 45320–45339. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3270591

Chesbrough, H. (2020). To recover faster from Covid-19, open up: Managerial implications from an open innovation perspective. *Industrial Marketing Management, 88*, 410-413. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.010

Cholifah, F. (2025). Bridging sustainability and digitalization in green marketing: A systematic review. *International Conference Proceedings.*

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review, 93*(12), 44-53.

Chui, M., Hall, B., Mayhew, H., & Singla, A. (2022). *The state of AI in 2022 and a half decade in review.* McKinsey Global Institute. https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2022

Codara, L., & Sgobbi, F. (2023). Resilience, complexity and digital transformation: Three case studies in the valves industry. *Journal of Manufacturing Technology Management, 34*(9), 1-19. https://doi.org/10.1108/JMTM-05-2022-0214

Cohn, M. (2020). *Succeeding with agile: Software development using Scrum* (2nd ed.). Boston: Addison-Wesley Professional.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. (2023). *Internal control integrated framework*. New York: COSO.

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2019). *International marketing* (11th ed.). Boston: Cengage Learning.

Damodaran, A. (2024). *The dark side of valuation* (4th ed.). New York: Wiley.

Dananjoyo, R., Udin, U., & Idris, A. (2024). Mediating roles of customer engagement and satisfaction in the connection between e-retail customer experience and loyalty. *International Journal of Sustainable Development and Planning, 19*(2), 751-759. https://doi.org/10.18280/ijsdp.190232

Das, M., Nayak, R., & Behera, R. (2024). Digital sustainability communication and consumer engagement. *Journal of Business Research.*

Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2017). *Competing on analytics: Updated, with a new introduction: The new science of winning* (2nd ed.). Boston: Harvard Business Review Press.

Davenport, T. H., & Kirby, J. (2016). *Only humans need apply: Winners and losers in the age of smart machines*. New York: Harper Business.

Deloitte. (2024). *Digital payment trends in Southeast Asia*. Singapore: Deloitte Insights.

Deng, H., Lan, Y., Chen, G., Zheng, Y., & Zhang, M. (2025). Sustainable marketing performance in the digital transformation era. *Sustainability, 17*(17), 7995.

Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Boston: Pearson Education.

Dhaigude, R., & Pabalkar, V. (2025). Creative destruction of risk in financial institutions through technology. In *Lecture notes in networks and systems*. Springer. (In press 2025).

Đukić, S. (2025). Cyber security and data protection. *Moderna Arhivistika, 8*(1), 78-85. https://doi.org/10.54356/MA/2025/HAZD7569

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing.

Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Towards a circular economy: Business rationale for an accelerated transition*. Cowes: Ellen MacArthur Foundation Publishing.

Farmani, M., & Scott, M. (2026). Smart grid cybersecurity. In *Handbook of power electronics in smart grids and intelligent energy* (pp. 243-281). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-323-95045-9.00028-7

Feng, X., & Wu, X. (2026). Strategic orientations and organizational resilience: The moderating role of digital technology. *Systems, 14*(2), 159. https://doi.org/10.3390/systems14020159

Firmansyah, B. (2024). Cybersecurity fundamentals. In *Challenges in large language model development and AI ethics* (pp. 280-320). IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3860-5.ch009

Firmansyah, E. A., & Anwar, M. (2023). Digital financial inclusion in Indonesia: The role of *fintech* in bridging the gap. *Journal of Financial Services Marketing, 28*(1), 112-127. https://doi.org/10.1057/s41264-022-00155-2

Freitag, C., Berners-Lee, M., Widdicks, K., Knowles, B., Blair, G. S., & Friday, A. (2021). The real climate and transformative impact of ICT: A critique of estimates, trends, and regulations. *Patterns, 2*(9), 100385. https://doi.org/10.1016/j.patter.2021.100385

Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions, 23*, 3–10. https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003

Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2022). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment, 5*(4), 210-233. https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917

Fukuyama, M. (2018). *Society 5.0: Aiming for a new human-centered society*. Japan: Japan SPOTLIGHT.

Gangwar, H., & Date, H. (2018). Exploring information security governance in cloud computing organisation. In *Cyber security and threats: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 44-61). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5634-3.ch003

Gangwar, H., Date, H., & Ramaswamy, R. (2022). Understanding determinants of cloud computing adoption using an integrated TAM-TOE model. *Journal of Enterprise Information Management, 28*(1), 107-130. https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2014-0096

Gartner. (2026). *Top strategic technology trends for 2026*. Retrieved from Gartner Official Website

Geissdoerfer, M., Pieroni, M. P. P., Pigosso, D. C. A., & Soufani, K. (2021). Circular business models: A review. *Journal of Cleaner Production, 277,* 123741. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123741

Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance, 66,* 101889. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889

Gillis, A. S. (2022). *Cloud computing benefits, types and challenges. TechTarget.* https://www.techtarget.com/searchcloudcomputing/definition/cloud-computing

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2023). *Principles of managerial finance* (15th ed.). Boston: Pearson.

Goel, A., Masurkar, S., & Pathade, G. R. (2024). An overview of digital transformation and environmental sustainability: Threats, opportunities, and solutions. *Sustainability, 16*(24), 11079.

https://doi.org/10.3390/su162411079

Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022: Through the waves, towards a sea of opportunity.* Singapore: Google Asia Pacific Pte. Ltd.

Grewal, D., Hulland, J., Kopalle, P. K., & Karahanna, E. (2023). The future of technology and marketing: A multidisciplinary perspective. *Technological Forecasting and Social Change, 187*, 122199. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122199

Gupta, M., Sharman, R., Walp, J., & Mulgund, P. (Eds.). (2017). *Information technology risk management and compliance in modern organizations*. IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2604-9

Halim, H., & Yusof, M. M. (2019). Framework for digital data access control from internal threat in the public sector. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 10*(9), 123-130. https://doi.org/10.14569/IJACSA.2019.0100809

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2021). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 67*(9), 2047-2059. https://doi.org/10.1002/asi.23552

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). Boston: Pearson Education.

Hill, C. W. L. (2020). *International business: Competing in the global marketplace* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2023). *Cost accounting: A managerial emphasis* (17th ed.). New York: Pearson.

Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2024). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro International Journal of Business, 6*(2), 142-154. https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154

Hull, J. C. (2024). *Risk management and financial institutions* (6th ed.). Hoboken: Wiley.

IBM Security. (2025). *Cost of a data breach report 2025*. Armonk: IBM Corporation.

IBM Think. (2026). *AI and technology predictions 2026*. Retrieved from IBM Official Website

Indrajit, R. E. (2020). *Manajemen sistem informasi dan teknologi digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Indrajit, R. E. (2021). *Transformasi digital dan strategi bisnis modern*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

International Monetary Fund. (2024). *Fintech liquidity and systemic resilience*. Washington: International Monetary Fund.

ISO. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. Geneva: International Organization for Standardization.

Jacobides, M. G., Cennamo, C., & Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal, 39*(8), 2255-2276. https://doi.org/10.1002/smj.2904

Jogiyanto, H. M. (2020). *Sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *Journal of Marketing Research, 54*(1), 22-45. https://doi.org/10.1509/jmr.15.0417

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2024). *The balanced scorecard revisited*. Boston: Harvard Business Review Press.

Kaur, G., & Lashkari, A. H. (2021). Information technology risk management. In K. Daimi & G. Francia III (Eds.), *Advances in cybersecurity management* (pp. 269-287). CRC Press. https://doi.org/10.1007/978-3-030-71381-2_13

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.* Sekretariat Negara Republik Indonesia.

Klaus, P. P., Kuppelwieser, V. G., & Heinonen, K. (2023). Quantifying the influence of customer experience on consumer share of category. *Journal of Retailing and Consumer Services, 73*, 103375. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103375

Koay, K. Y., Ong, D. L. T., Khoo, K. L., & Yeoh, H. J. (2024). Perceived social media marketing activities and consumer-based brand equity: Testing a moderated mediation model. *Journal of Retailing and Consumer Services, 76*, 103548. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103548

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Harlow: Pearson Education.

Krupa, C. R., Kavitha, R. K., Vasundhra, G., & Kavidharshini, I. (2025). Safeguarding digital learning environments in the era of advanced technologies. In *Cyber security and data science innovations for sustainable development of HEICC: Healthcare, education, industry, cities, and communities* (pp. 228-244). CRC Press. https://doi.org/10.1201/9781032711300-16

Kulikovskaja, V., Hubert, M., Grunert, K. G., & Zhao, H. (2023). Driving marketing outcomes through social media based customer engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services, 74*, 103445. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103445

Kumari, A. (2025). Integrating digital technologies for climate action: Driving innovation to achieve SDG 13. In *Examining human rights at the intersection of digitalization and society* (pp. 245-271). IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-3685-5.ch010

Kusumah, R. (2025). *Digital finance literacy and strategic learning*. Jakarta: Nusantara Press.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). New York: Pearson.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-commerce: Business, technology, society*. Boston: Pearson.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2023). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing, 61*, 1-15. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2022.10.001

Liedtka, J. (2023). *Experiencing design: The innovator's journey.* New York: Columbia Business School Publishing.

Lou, C., & Xie, Q. (2023). Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty. *International Journal of Advertising, 42*(3), 376-402. https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2049987

Mahmudi. (2020). *Manajemen kinerja sektor publik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Malmodin, J., & Lundén, D. (2018). The energy and carbon footprint of the global ICT and E&M sectors 2010–2015. *Sustainability, 10*(9), 3027. https://doi.org/10.3390/su10093027

Manyika, J., Chui, M., Miremadi, M., Bughin, J., George, K., Willmott, P., & Dewhurst, M. (2021). *A future that works: Automation, employment, and productivity.* San Francisco: McKinsey Global Institute.

Mavilinda, H. F., Rosa, A. R., & Putri, Y. H. (2024). Ephemeral marketing trends. *Diponegoro International Journal of Business.* https://doi.org/10.14710/dijb.7.2.2024.115-132

McKinsey & Company. (2025). *AI in banking and financial services*. New York: McKinsey Global Institute.

Mell, P., & Grance, T. (2018). *The NIST definition of cloud computing (NIST Special Publication 800-145, updated reprint).* National Institute of Standards and Technology. https://doi.org/10.6028/NIST.SP.800-145

Moazed, A., & Johnson, N. L. (2016). *Modern monopolies: What it takes to dominate the 21st century economy.* New York: St. Martin's Press.

Monks, R. A. G., & Minow, N. (2020). *Corporate governance* (6th ed.). Hoboken: Wiley.

Morgan, P. J. (2022). Assessing the risks associated with green digital finance and policies for coping with them. In F. Taghizadeh-Hesary & S. Hyun (Eds.), *Green digital finance and sustainable development goals* (pp. 51-68). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-19-2662-4_3

Muda, I., Ray, S., & Yadav, R. (2023). Impact of social media marketing activities on customer engagement: A meta analysis. *SSRN.* https://doi.org/10.2139/ssrn.4383121

Naguib, A., Aslan, H. K., & Fouad, K. M. (2025). Effective integration of database security tools into SDLC phases: A structured framework. *Journal of Cybersecurity and Information Management*. (DOI belum tersedia / in press 2025).

Nambiar, P., & Chitty, N. (2014). Meaning making by managers: Corporate discourse on environment and sustainability in India. *Journal of Business Ethics, 123*(3), 385-400. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1845-z

Nandhini, S., Yamini, B., Anurekha, G., *et al*. (2025). The role of risk management in modern business and technology. In *AI methods for environmental protection and resource conservation*. IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-3246-8.ch009

Negi, D., & Bajaj, D. (2025). Risk management strategies in construction project management. In D. Bajaj (Ed.), *Handbook of construction project management*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-96-7631-6_7

Nguyen, M. S. (2024). Bibliometric insights into digital marketing trends. *Innovative Marketing.*

Noe, R. A. (2021). *Employee training and development* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. *Sustainability, 11*(6), 1663. https://doi.org/10.3390/su11061663

Nzimakwe, T. I. (2019). Government's dynamic approach to addressing challenges of cybersecurity in South Africa. In *Cyber law, privacy, and security: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 139-156). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8897-9.ch008

OECD. (2015). *G20/OECD principles of corporate governance*. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2025). *Digital economy outlook 2025*. Paris: OECD Publishing.

Oppermann, D. (2021). Dimensions of cybersecurity in Brazil. In *CyberBRICS: Cybersecurity regulations in the BRICS countries* (pp. 35–65). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56405-6_2

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.* Hoboken: John Wiley & Sons.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Laporan perkembangan fintech lending Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan Indonesia 2025*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Pan, Q., Lan, M., Tan, C. Y., Tao, S., Liang, Q., & Law, N. (2024). Protective factors contributing to adolescents' multifaceted digital resilience for their wellbeing: A socio-ecological perspective. *Computers in Human Behavior, 155*, 108164. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108164

Panangian, J., & Masnita, Y. (2024). The influence of social media marketing activities on consumer brand engagement, willingness to pay a premium price, and purchase intentions. *Enrichment: Journal of Management, 14*(1), 1-9. https://doi.org/10.35335/enrichment.v14i1.1856

Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you.* New York: W. W. Norton & Company.

Porter, M. E. (2015). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* New York: Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review, 89*(1-2), 62-77.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). *Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth.* Boston: Harvard Business Review Press.

Prakesh, V., Khare, S., Talwandi, N. S., *et al*. (2025). Strategic framework for cybersecurity risk management: Enhancing resilience in an evolving threat landscape. In *Lecture notes in networks and systems*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-96-3284-8_13

Prasetyo, P. E., & Trisyanti, U. (2022). Digital economy ecosystem and sustainable development: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business, 9*(6), 215-225. https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no6.0215

Praveenkumar, K., Balasm, Z., Bharathi, P., Premalatha, B., Ataev, S., & Priya, P. (2025). Digital twins driven by artificial intelligence to mitigate, detect, and simulate virtual space cyber threats. *2025 International Conference on Computational Innovations and Engineering Sustainability (ICCIES)*. https://doi.org/10.1109/ICCIES63851.2025.11032312

Prema, V., & Kumar, M. (2023). Internet of Things: Architecture, applications, security, and privacy. *Journal of Network and Computer Applications, 206*, 103-119. https://doi.org/10.1016/j.jnca.2022.103119

Pujawan, I. N. (2021). *Supply chain management* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Pujawan, I. N., & Mahendrawathi. (2022). *Supply chain management* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

PwC. (2025). *AI in finance: Future forecasting and automation report*. New York: PwC.

PwC. (2025). *Global economic crime and fraud survey*. London: PwC.

Radianti, J. (2025). Navigating digital resilience in complex emergency management environments. *Proceedings of the International ISCRAM Conference*.

Rahimi, F., Møller, C., & Hvam, L. (2022). Business process management and IT management: The missing integration. *International Journal of Information Management, 62*, 102-118. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102118

Rangkuti, F. (2021). *Manajemen rantai pasok dan logistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rasenda, R., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *Jurnal Bisnis Digital, 4*(1), 1-18.

Rather, R. A., Hollebeek, L. D., & Rasoolimanesh, S. M. (2022). First-time versus repeat tourism customer engagement, experience, and value co-creation: An empirical investigation. *Journal of Business Research, 139*, 140-152. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.051

Ravikumar, R. N., & Aarthi, S. (2026). Web-based cybersecurity architectures: Safeguarding identity, trust, and resilience in the digital era. In *Impact of web technologies on digital transformation* (pp. 187-216). IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3373-5167-4.ch007

Rawangngam, N., Pongsakornrungsilp, P., Siriwong, C., Ketkaew, K., Tonsakunthaweeteam, S., & Kumar, V. (2025). Social media and consumer engagement: A bibliometric analysis and future research directions. *Innovative Marketing, 21*(3), 197-214. https://doi.org/10.21511/im.21(3).2025.15

Refsdal, A., Solhaug, B., & Stølen, K. (2015). Cybersecurity. In *SpringerBriefs in computer science* (pp. 29-32). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-23570-7_4

Rennings, K. (2023). Redefining innovation: Eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics, 32*(2), 319-332. https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00112-3

Ries, E. (2017). *The lean startup*. New York: Crown Business.

Ries, E. (2017). *The startup way: How modern companies use entrepreneurial management to transform culture and drive long term growth.* New York: Crown Business.

Rizaldi, A., Margareta, F., Simehate, K., Hikmah, S. N., Albar, C. N., & Rafdhi, A. A. (2021). Digital marketing as a marketing communication strategy. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH), 1*(1), 61-69. https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i1.5639

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Harlow: Pearson Education.

Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2023). *Accounting information systems* (15th ed.). New York: Pearson.

Rosário, A. T., Raimundo, R., & Cruz, N. (2025). The role of digital marketing in shaping sustainable consumption. *Sustainability, 17*(17), 7784.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2023). *Fundamentals of corporate finance* (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Hoboken: Pearson.

Saharan, P., & Mishra, U. S. (2025). A systematic review of digital transformation and business sustainability. *European Economic Letters, 15*(1), 233-249.

Salonen, A. (2024). The effect of timely content delivery on customer engagement. *Industrial Marketing Management.* https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.01.022

Sanjaya, M. I., & Setyanoor, E. (2024). The implication of green marketing in the digital era. *Proceedings of Islamic Economics Studies.*

Sankar, R., Alwin Christopher, T., Daden, W. A., & Rajan Kirthy, G. (2024). Cybersecurity enabled improved bigdata privacy management measures to preserve information with privacy concerns. *Proceedings of 9th International Conference on Science, Technology, Engineering and Mathematics (ICONSTEM 2024)*. https://doi.org/10.1109/ICONSTEM60960.2024.10568845

Saranya, G., Bavadharika, P., Bansi, A. J. V., & Ananya, A. (2025). Investigation and enhancement of digital system security against emerging cyber threats. *Proceedings of the 6th International Conference on Inventive Research in Computing Applications (ICIRCA 2025)*, 28-35. https://doi.org/10.1109/ICIRCA65293.2025.11089645

Sarathkumar, D., Raj, R. A., Saravanan, T. P., & Karthikeyan, J. (2025). An extensive critique cybersecurity threats and mitigation strategies in smart grid networks. *2025 IEEE 2nd International Conference on Green Industrial Electronics and Sustainable Technologies (GIEST)*.

Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & Environment, 29*(1), 3-10. https://doi.org/10.1177/1086026615599806

Schein, E. H., & Schein, P. (2021). *Organizational culture and leadership* (6th ed.). Hoboken: Wiley.

Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. New York: Crown Business.

Serafeim, G. (2020). Social-impact efforts that create real value. *Harvard Business Review, 98*(5), 38-48.

Seuring, S., & Müller, M. (2022). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production, 16*(15), 1699-1710. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.1699

Shahzad, M. A., Zhao, X., Zhang, J., Rasheed, M., & Qin, S. (2025). Livelihood resilience and digitalization: Food security strategies for marginalized rural communities affected by floods in Pakistan. *Climate Services, 40*, 100612. https://doi.org/10.1016/j.cliser.2025.100612

Shankar, V., Grewal, D., Sunder, S., Fossen, B., Peters, K., & Agarwal, A. (2021). Marketing in a data-driven digital world: Implications for the role and scope of marketing. *Journal of Business Research, 125*, 772-779. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.062

Shen, Z. (2023). *Platform* or content strategy? Exploring engagement with brand posts on different social media *platform*s. *SAGE Open, 13*(4). https://doi.org/10.1177/21582440231219096

Soedjono, M. R., & Wibawa, B. M. (2025). Transformasi digital dan keberlanjutan operasional usaha mikro dan kecil: Studi literatur. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 6*(3), 1-15.

Sousa, M. J., & Rocha, Á. (2023). Digital transformation and AI-driven business models: Competitive differentiation in the *platform* economy. *Journal of Business Research, 155,* 113-127. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113127

Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism.* Cambridge: Polity Press.

Sumargo, A. S., Angeli, G., Solechan, A., Wahyuningsih, R. D., & Christianti, A. E. (2026). Strategi transformasi digital dan keberlanjutan: Tinjauan literatur manajemen strategik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi, 10*(1), 45-62.

Sutabri, T. (2020). *Konsep sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Swan, M. (2023). *Blockchain: Blueprint for a new economy* (2nd ed.). Sebastopol: O'Reilly Media.

Swetha, T., Kumaran, U., Meena, V. P., & Hameed, I. A. (2025). Leveraging AI for enhanced cybersecurity: A comprehensive review. *Discover Applied Sciences, 7*(6). https://doi.org/10.1007/s42452-025-06773-0

Tapscott, D. (2024). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence* (Updated ed.). New York: McGraw-Hill.

Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world.* New York: Portfolio/Penguin.

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning, 51*(1), 40-49. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007

Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Hoboken: Wiley.

Tien, N. H. (2020). The subscription business model and business performance: A case of Netflix. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales, 2*(1), 72-78.

Tipton, H. F., & Nozaki, M. K. (Eds.). (2016). *Information security management handbook* (6th ed., Vol. 6). CRC Press. https://doi.org/10.1201/9781439893159

Tiwari, M., Tiwari, T., Ticku, A., Dadhwal, H., & Singh, T. (2023). Methodologies and challenges of cybersecurity techniques in cloud computing environment. *ACM International Conference Proceeding Series*. https://doi.org/10.1145/3647444.3652492

Tran, Q. X., Truong, H. T. H., & Vo, T. Q. (2023). The impacts of omnichannel retailing properties on customer experience and brand loyalty: A study in the banking sector. *Cogent Business & Management.* https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2244765

Tsujii, S. (2004). Paradigm of information security as interdisciplinary comprehensive science. *Proceedings-2004 International Conference on Cyberworlds (CW 2004)*, 388-394. https://doi.org/10.1109/CW.2004.42

Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2021). *Information technology for management: Driving digital transformation to increase local and global performance, growth and sustainability* (12th ed.). Hoboken: Wiley.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2023). *Social media marketing* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Tvrdikova, M. (2008). Information system integrated security. *Proceedings 7th Computer Information Systems and Industrial Management Applications (CISIM 2008)*, 153-154. https://doi.org/10.1109/CISIM.2008.41

Ullah, M. W., Alam, M. T., Sultana, T., *et al*. (2024). A systematic review on information security policies in the USA banking system and global banking: Risks, rewards, and future trends. *Edelweiss Applied Science and Technology, 8*(6), 3816. https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.3816

United Nations Environment Programme. (2021). Making peace with nature: A scientific blueprint to tackle the climate, biodiversity and pollution emergencies. UNEP.

United Nations. (2023). *The sustainable development goals report 2023.* New York: United Nations Publications.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research, 122,* 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Villalón-Fonseca, R. (2022). The nature of security: A conceptual framework for integral-comprehensive modeling of IT security and cybersecurity. *Computers and Security, 120*. https://doi.org/10.1016/j.cose.2022.102805

Visser, W., & Kymal, C. (2015). Integrated value creation (IVC): Beyond corporate social responsibility (CSR) and creating shared value (CSV). *Journal of International Business Ethics, 8*(1), 29-43.

West, J., & Bogers, M. (2022). Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation. *Journal of Product Innovation Management, 38*(4), 814-831. https://doi.org/10.1111/jpim.12662

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation.* Boston: Harvard Business Review Press.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2021). *Principles of information security* (7th ed.). Boston: Cengage Learning.

World Bank. (2024). *Indonesia digital economy and financial inclusion report*. Washington: World Bank.

World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: World Economic Forum.

Zhao, Y., Pinto Llorente, A. M., & Sánchez Gómez, M. C. (2022). Digital competence in higher education research: A systematic literature review. *Computers & Education, 168*, 104212. https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212

Zighan, S. (2024). Navigating the cyber landscape: A framework for transitioning from business continuity to digital resilience. *2024 2nd International Conference on Cyber Resilience (ICCR)*.

PROFIL PENULIS & EDITOR

Raden Minda Kusumah, S.E., M.M.



Penulis lahir di Subang, Jawa Barat. Penulis menempuh pendidikan tinggi di bidang Manajemen hingga meraih gelar Sarjana (S1) dan Magister (S2). Sejak tahun 2015, penulis mengabdikan diri di dunia pendidikan tinggi sebagai dosen dengan jabatan akademik Lektor, dan saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap di Politeknik Pajajaran ICB Bandung. Pengalaman akademik tersebut membentuk kompetensi penulis dalam bidang manajemen, transformasi digital, kewirausahaan, serta pengembangan sumber daya manusia di era ekonomi digital.

Selain aktif dalam kegiatan akademik, penulis juga berperan dalam kepemimpinan organisasi profesi dosen. Saat ini, penulis menjabat sebagai Ketua Umum DPP Forum Komunikasi Dosen (FKD) Indonesia serta Ketua DPW Perkumpulan Dosen Peneliti Indonesia (PDPI) Jawa Barat. Melalui berbagai peran tersebut, penulis aktif mendorong penguatan kapasitas dosen, peningkatan kualitas penelitian, pengembangan publikasi ilmiah, serta perluasan kolaborasi akademik di tingkat nasional.

Dalam bidang kepenulisan dan penelitian, penulis telah menghasilkan puluhan buku ber-ISBN yang telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HaKI). Karya-karya ilmiahnya dipublikasikan pada berbagai jurnal nasional terakreditasi SINTA serta jurnal internasional bereputasi yang terindeks Scopus. Penulis juga aktif berkontribusi sebagai *reviewer* dan editor jurnal ilmiah di berbagai perguruan tinggi sebagai bentuk komitmen dalam menjaga mutu publikasi akademik dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis berupaya menghadirkan pemahaman komprehensif mengenai transformasi bisnis di era digital, mulai dari inovasi teknologi, model bisnis berkelanjutan, strategi adaptasi organisasi, hingga tantangan dan peluang ekonomi digital global. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dan praktis bagi mahasiswa, dosen, peneliti,

pelaku usaha, maupun masyarakat umum yang tertarik pada perkembangan bisnis digital berkelanjutan di era modern

Desta Sulaesih Mursyidah, S.E., M.M.



Penulis lahir di Jakarta. Penulis menempuh pendidikan tinggi di bidang Manajemen dengan menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2) di Universitas Kristen Maranatha. Saat ini, penulis berkiprah sebagai Dosen Tetap pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Nurtanio Bandung.

Dalam pengembangan kompetensi profesional, penulis telah memperoleh sertifikasi *Certified Digital Marketing Strategy* (CDMS), yang semakin memperkuat keahliannya di bidang pemasaran digital dan strategi bisnis berbasis teknologi. Selain menjalankan tugas akademik sebagai pendidik, penulis juga aktif dalam berbagai organisasi profesi, di antaranya Forum Komunikasi Dosen (FKD) Indonesia serta Perkumpulan Dosen Peneliti Indonesia (PDPI) Jawa Barat. Penulis juga dipercaya sebagai *reviewer* dan editor pada sejumlah jurnal ilmiah di lingkungan perguruan tinggi sebagai bagian dari kontribusinya dalam menjaga kualitas publikasi akademik.

Sebagai akademisi dan peneliti, fokus kajian penulis meliputi strategi pemasaran digital, perilaku konsumen, *green business*, serta pengembangan bisnis berbasis inovasi dan teknologi. Berbekal latar belakang pendidikan di bidang manajemen, penulis aktif berkontribusi dalam berbagai kegiatan akademik, seperti publikasi ilmiah, pengabdian kepada masyarakat, seminar nasional, *workshop*, serta pelatihan di bidang pemasaran dan bisnis digital.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis berupaya menghadirkan wawasan mengenai pentingnya inovasi, adaptasi teknologi, dan strategi bisnis berkelanjutan dalam menghadapi perubahan ekonomi global yang semakin dinamis. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, serta masyarakat luas dalam memahami perkembangan dan tantangan bisnis digital di era modern.

Nina Septina, S.P., M.M., M.Phil.



Penulis merupakan seorang akademisi yang menempuh pendidikan di Institut Pertanian Bogor, Universitas Katolik Parahyangan, serta *Maastricht School of Management*. Sejak tahun 2000, penulis mengabdikan diri sebagai dosen di Universitas Katolik Parahyangan. Bagi penulis, belajar merupakan kebutuhan sepanjang hayat yang memungkinkan seseorang untuk terus bertumbuh, memberi manfaat, serta menghadirkan dampak positif bagi sesama.

Kontribusi penulis di dunia pendidikan tidak hanya diwujudkan melalui kegiatan mengajar, tetapi juga melalui berbagai aktivitas pengembangan kapasitas masyarakat. Penulis aktif sebagai *trainer* dalam program *Financial Life Skills* (FLS), yang komitmennya mendapat pengakuan internasional. Pada tahun 2020, penulis bersama tim memperoleh penghargaan dari *United States Agency for International Development* (USAID) melalui program YEP USAID sebagai *"Best Team of FLS Trainers for Class Management and Performance Category of Financial Life Skills Online Training Pilot Program"* serta *"The Most Educative of FLS Proposal and Video Category of Creative Distance Learning Competition."*

Sebagai bagian dari pengembangan diri yang berkelanjutan, penulis juga memperoleh apresiasi sebagai dosen terdedikatif dalam program *Inspiring Lecturer Paragon* pada tahun 2021. Penghargaan tersebut memberikan kesempatan dan dukungan dari *Paragon Technology and Innovation* untuk mengikuti program Mini MBA di Institut Teknologi Bandung.

Dalam perannya sebagai dosen tetap pada Fakultas Vokasi Universitas Katolik Parahyangan, penulis aktif melaksanakan tridarma perguruan tinggi melalui kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu kontribusi nyata diwujudkan melalui berbagai program pendampingan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dedikasi tersebut mengantarkannya meraih penghargaan internasional dari *Association of Collegiate Schools of Business* (ACSB) berupa *Business Excellence in Lady Led Agri enterprises (BELLA) Award* pada bidang pendidikan tahun 2024.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis berupaya menghadirkan perspektif mengenai pentingnya pendidikan, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat dalam mendukung transformasi bisnis digital yang berkelanjutan.

Ria Estiana, S.Pt., M.M.



Penulis merupakan akademisi di bidang manajemen yang telah aktif sebagai dosen sejak tahun 2010 dan saat ini mengajar di Politeknik LP3I Jakarta. Selain itu, penulis juga berperan sebagai tenaga pengajar di LP3I Karawang serta tutor *online* di Universitas Terbuka dengan fokus pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), kewirausahaan, dan pengembangan diri. Latar belakang pendidikan penulis meliputi Sarjana Nutrisi dan Makanan Ternak dari Institut Pertanian Bogor serta Magister Manajemen dengan konsentrasi SDM dari Universitas Budi Luhur.

Di samping aktivitas akademiknya, penulis memiliki berbagai sertifikasi kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), di antaranya sebagai asesor kompetensi, pendamping UMKM, praktisi *digital marketing*, serta instruktur pelatihan. Penulis juga aktif sebagai narasumber dalam berbagai kegiatan pelatihan, *workshop*, dan seminar yang berfokus pada pengembangan SDM, kewirausahaan, serta transformasi digital UMKM. Keterlibatan ini mencerminkan komitmen penulis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sekaligus memperkuat daya saing pelaku usaha di era ekonomi digital.

Dalam bidang akademik, penulis produktif menghasilkan berbagai karya ilmiah berupa buku referensi, *book chapter*, dan modul pembelajaran yang telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Selain itu, penulis juga berperan sebagai *reviewer* pada Jurnal Lentera Bisnis Politeknik LP3I Jakarta, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, *Entrepreneur* (JEBDEKER) STIE Surakarta, serta Jurnal Kegiatan Positif yang memuat hasil karya pengabdian kepada masyarakat.

Karya-karya penulis banyak berfokus pada manajemen SDM dan pengembangan UMKM, di antaranya bertema UMKM Digital, Pengantar Manajemen, dan Manajemen SDM. Dengan perpaduan pengalaman akademik dan praktis yang luas, penulis secara konsisten berkontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen usaha kecil serta pemberdayaan UMKM berbasis teknologi dan inovasi.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis ingin berbagi wawasan mengenai pentingnya pengembangan SDM, adaptasi teknologi digital, serta penguatan kapasitas UMKM dalam menghadapi dinamika bisnis modern.

Octaviani R. Santoso, S.Psi., M.B.A.



Penulis merupakan seorang *Practitioner Lecturer* dan *Research Assistant* di Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) sejak tahun 2019. Selain itu, sejak tahun 2021 penulis juga tercatat sebagai dosen tetap pada Program Studi Administrasi Perkantoran di Politeknik Pajajaran ICB Bandung.

Penulis menempuh pendidikan Sarjana Psikologi (S.Psi.) di Universitas Kristen Maranatha, kemudian melanjutkan studi Magister Administrasi Bisnis (MBA) di Institut Teknologi Bandung. Latar belakang keilmuan yang memadukan psikologi dan bisnis memberikan perspektif yang kuat dalam memahami perilaku konsumen, dinamika organisasi, serta strategi pengembangan usaha di era modern dan digital.

Dalam aktivitas akademiknya, penulis aktif mengajar, terlibat dalam berbagai proyek penelitian, serta mengelola kolaborasi antara perguruan tinggi dengan sektor swasta maupun pemerintah. Pengalaman tersebut memperkaya pemahaman penulis terhadap implementasi strategi bisnis, inovasi organisasi, dan pengembangan ekosistem kewirausahaan berbasis kolaborasi.

Di samping kegiatan akademik, penulis juga memiliki pengalaman sebagai praktisi wirausaha dengan mengelola usaha di bidang percetakan dan kuliner. Keterlibatan langsung dalam dunia usaha memberikan pengalaman praktis

yang mendukung pengembangan materi pembelajaran dan penelitian, khususnya terkait pengelolaan bisnis, pemasaran, serta adaptasi teknologi digital dalam sektor UMKM.

Bidang kajian dan minat penelitian penulis meliputi strategi bisnis, pemasaran digital, pengembangan UMKM berkelanjutan, serta sistem pembayaran digital. Penulis meyakini bahwa pendidikan, kolaborasi, dan kreativitas merupakan kekuatan penting dalam mendorong inovasi serta menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis berupaya menghadirkan wawasan mengenai transformasi bisnis di era digital, pentingnya inovasi berbasis teknologi, serta strategi pengembangan usaha yang adaptif dan berkelanjutan. Buku ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, maupun masyarakat umum dalam memahami dinamika dan peluang ekonomi digital modern.

Neneng Sayidah, S.E., M.Si., M.M., CAPM., CFP.



Penulis merupakan akademisi dan praktisi di bidang akuntansi, manajemen, serta perencanaan keuangan yang memiliki pengalaman luas dalam dunia pendidikan dan profesional. Lahir di Garut, Jawa Barat, penulis menempuh pendidikan Magister Ilmu Akuntansi di Universitas Padjadjaran serta Magister Manajemen, yang semakin memperkuat kompetensinya dalam pengelolaan keuangan modern, pengambilan keputusan strategis, dan pengembangan bisnis di era digital.

Sejak tahun 2012, penulis aktif sebagai dosen di berbagai perguruan tinggi swasta, di antaranya Universitas Kristen Maranatha, Universitas Indonesia Membangun, dan Universitas Nasional PASIM. Selain berkiprah di dunia akademik, penulis juga memiliki pengalaman profesional sebagai praktisi di bidang audit internal, pengadaan barang dan jasa, kewirausahaan, serta perencanaan keuangan. Kemampuan kepemimpinannya tercermin dari berbagai tanggung jawab yang dijalankan, termasuk sebagai kepala auditor akademik dan non-akademik.

Didukung oleh berbagai sertifikasi profesional seperti *Certified Financial Planner* (CFP), *Certified Associate in Project Management* (CAPM), serta sertifikasi dasar pengadaan barang dan jasa pemerintah, penulis juga aktif dalam berbagai organisasi dan asosiasi profesi. Kombinasi pengalaman akademik dan praktis tersebut menjadikan penulis memiliki perspektif yang komprehensif dalam memahami tantangan pengelolaan keuangan, transformasi bisnis, dan strategi pengembangan organisasi di era ekonomi digital.

Dalam kegiatan akademik dan profesionalnya, penulis aktif dalam pengembangan literasi keuangan, manajemen risiko, kewirausahaan, serta penguatan tata kelola organisasi. Penulis juga terlibat dalam berbagai pelatihan, seminar, dan pendampingan yang bertujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia serta kesiapan organisasi menghadapi perubahan teknologi dan dinamika bisnis modern.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis menghadirkan perspektif yang memadukan teori, praktik, dan pengalaman profesional dalam memahami transformasi ekonomi digital. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang aplikatif dan relevan bagi mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, maupun praktisi dalam menghadapi tantangan dan peluang bisnis digital yang terus berkembang secara berkelanjutan.

Dr. H. Son Haji, S.Ag., M.M.



Penulis adalah akademisi, praktisi manajemen, dan penggerak sosial yang telah berkiprah di berbagai bidang strategis, meliputi pendidikan, konstruksi, media, dan organisasi profesi. Lahir di Tegal pada 10 Februari 1977, penulis dikenal sebagai sosok yang menjadikan ilmu, pengabdian, dan kepemimpinan sebagai fondasi dalam setiap peran yang dijalankannya.

Penulis meraih gelar Doktor Ilmu Manajemen dari Universitas Negeri Jakarta, Magister Manajemen dari Universitas Singaperbangsa Karawang, serta Sarjana Pendidikan Agama Islam dari Universitas Islam 45 Bekasi. Saat

ini, penulis merupakan Dosen Tetap di Universitas Panca Sakti Bekasi, sekaligus Direktur PT. Manunggal Sinar Pratama dan PT. Sukses Harmoni Media dengan fokus pada pengembangan manajemen, kepemimpinan, dan kewirausahaan.

Di bidang organisasi, penulis aktif memegang berbagai posisi strategis, di antaranya sebagai Wakil Ketua Umum DPP Forum Komunikasi Dosen (FKD) Indonesia, Penasehat DPP Wiranusa Bangkit Nasional, Pengurus Pusat Badan Buruh dan Pekerja Pemuda Pancasila, Pengurus Pusat Ikatan Doktor Ilmu Manajemen (IKADIM), Sekretaris PW Jam'iyyah HADIYU Jabodetabekapur, Ketua BPD Himpunan Pengusaha KAHMI (HIPKA) Bekasi, Presidium IKA Universitas Islam 45 Bekasi, Sekretaris IKA Universitas Singaperbangsa Karawang, Ketua BPC Gabungan Rekanan Konstruksi Indonesia (GARANSI) Kabupaten Bekasi, Ketua PDK KOSGORO 1957 Kabupaten Bekasi, serta pengurus Majma Masjid dan Musholla Graha Asri.

Sebagai intelektual aktif, penulis juga produktif menulis dan berkontribusi dalam dunia akademik. Penulis buku Pengambilan Keputusan dalam Kepemimpinan serta kontributor dalam berbagai karya ilmiah dan buku manajemen, di antaranya Bunga Rampai Pemikiran Filsafat, Isu-Isu Kritis MSDM, Ekonomi Regional, Manajemen Risiko, Manajemen Proyek, Manajemen Kompensasi, Manajemen Bisnis, Ekonomi Syariah, Menembus Pasar, Kepemimpinan LKD, Pendidikan Budaya Anti Korupsi (PBAK), Perilaku Konsumen, Manajemen Perubahan, dan Manajemen Inovasi.

Dengan latar belakang akademik yang kuat, pengalaman profesional yang luas, serta komitmen tinggi terhadap pengabdian sosial, penulis terus memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan, industri, dan masyarakat. Semangatnya dalam membangun kolaborasi, mengembangkan sumber daya manusia, serta menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan kewirausahaan menjadikannya sosok inspiratif dalam menghadapi tantangan transformasi ekonomi digital.

Bisma Indrawan, S.E., M.M., MOS.



Penulis merupakan akademisi dan praktisi di bidang manajemen keuangan dan akuntansi yang memiliki pengalaman luas dalam dunia pendidikan tinggi serta pengelolaan institusi. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Islam Bandung (UNISBA) dan Magister (S2) di STIMA IMMI Jakarta. Saat ini, penulis berkiprah sebagai dosen di Politeknik Pajajaran ICB Bandung dengan jabatan fungsional Lektor, serta aktif mengembangkan keilmuan di bidang manajemen keuangan modern dan tata kelola organisasi.

Selain aktif dalam kegiatan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (PKM), penulis juga memiliki pengalaman dalam berbagai posisi strategis di lingkungan perguruan tinggi. Penulis pernah menjabat sebagai Direktur dan Wakil Direktur di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Pengalaman tersebut memperkuat kapasitas penulis dalam bidang kepemimpinan, manajemen organisasi, pengelolaan sumber daya, serta pengambilan keputusan strategis dalam dunia pendidikan tinggi.

Di luar aktivitas akademik, penulis juga aktif dalam kegiatan sosial dan kelembagaan, di antaranya sebagai Wakil Sekretaris Yayasan Hazanah serta Ketua RW di lingkungan masyarakat. Keterlibatan tersebut mencerminkan komitmen penulis dalam membangun kolaborasi sosial, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan kepemimpinan berbasis nilai-nilai kebersamaan dan pengabdian.

Sebagai akademisi dan praktisi, penulis memiliki perhatian besar terhadap perkembangan manajemen keuangan, transformasi digital, serta penguatan tata kelola organisasi yang adaptif terhadap perubahan zaman. Kombinasi pengalaman akademik, manajerial, dan sosial menjadikan penulis memiliki perspektif yang komprehensif dalam memahami tantangan dan peluang bisnis di era ekonomi digital.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis menghadirkan pemikiran yang memadukan teori dan praktik mengenai pentingnya inovasi, pengelolaan keuangan modern, serta strategi bisnis berkelanjutan di tengah

perkembangan teknologi digital. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang relevan dan aplikatif bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, maupun pelaku usaha dalam memahami dinamika transformasi ekonomi digital secara lebih luas.

Dr. Triyani, S.E., M.Ak., CHRP., CHCM., CODP., CIRP., CMTP., CCP., CHRM., CHRBP., CToT.



Penulis merupakan akademisi dan praktisi di bidang ekonomi, akuntansi, sumber daya manusia, serta pengembangan bisnis modern yang aktif berkontribusi dalam dunia pendidikan tinggi dan praktik industri di Indonesia. Saat ini, penulis menjabat sebagai Dosen Tetap Program Studi Administrasi Bisnis di International Women University dengan jabatan fungsional Lektor.

Memiliki pengalaman profesional yang luas sebagai Direktur SDM dan Keuangan, penulis menggabungkan pengalaman praktis industri dengan pendekatan akademik dalam pengajaran dan penelitian. Keahlian penulis mencakup pengembangan sumber daya manusia, administrasi bisnis, akuntansi, manajemen keuangan, strategi bisnis digital, pengembangan kurikulum, desain pembelajaran, serta pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kualitas proses belajar mengajar.

Sebagai akademisi, penulis aktif melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Fokus kajian dan penelitiannya meliputi bisnis digital, tata kelola organisasi, literasi keuangan, transformasi digital, inovasi berkelanjutan, serta penguatan daya saing organisasi di era ekonomi digital.

Selain aktif menghasilkan karya ilmiah, penulis juga memiliki kemampuan dalam penulisan akademik, analisis kritis, komunikasi profesional, serta pengembangan strategi organisasi. Penulis berkomitmen untuk menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendorong pemikiran kritis, inovasi, dan eksplorasi mendalam terhadap berbagai isu penting dalam bidang ekonomi, bisnis, dan sumber daya manusia.

Evi Sofiati, S.Ag., M.M.



Penulis lahir di Tasikmalaya pada tanggal 9 April 1974. Saat ini, penulis menjabat sebagai Dosen Tetap di International Women University. Penulis memiliki latar belakang pendidikan yang beragam dan kuat dalam bidang pendidikan serta manajemen sumber daya manusia. Pendidikan dasar ditempuh di SDN 1 Rancaekek Kabupaten Bandung pada tahun 1986, kemudian melanjutkan pendidikan di MTsN Sukamanah Singaparna Tasikmalaya dan SMA KHZ Musthafa Sukamanah Singaparna Tasikmalaya hingga tahun 1992.

Penulis merupakan lulusan Fakultas Tarbiyah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab IAIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 1997. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan pascasarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Winaya Mukti pada Program Studi Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2019. Saat ini, penulis juga tengah melanjutkan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.

Dalam perjalanan profesionalnya, penulis aktif dalam berbagai organisasi dan kegiatan sosial kemasyarakatan. Salah satu pengalaman organisasinya adalah menjadi pengurus SATRIA Gerindra Kabupaten Bandung pada tahun 2018. Di bidang akademik, penulis pernah mengajar sebagai Dosen Luar Biasa di STIA Bandung dan STIA Bagasasi pada tahun 2019, sebelum akhirnya bergabung sebagai Dosen Tetap di International Women University sejak tahun 2020 hingga sekarang.

Selain aktif di dunia akademik dan organisasi, penulis juga dikenal sebagai sosok yang menjunjung tinggi nilai keluarga dan keseimbangan kehidupan. Sebagai ibu dari empat orang anak, penulis terus berupaya menginspirasi lingkungan sekitarnya melalui semangat belajar sepanjang hayat, pengabdian, dan kontribusi positif bagi masyarakat.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis ingin berbagi wawasan mengenai pentingnya adaptasi, inovasi, dan pengembangan sumber daya manusia

dalam menghadapi perubahan dunia bisnis modern. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, serta masyarakat luas dalam memahami strategi bisnis digital yang berkelanjutan dan relevan dengan perkembangan zaman.

Yoki Oktorian Sukardi, S.Kom., M.A.B.



Penulis adalah dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis di International Women University dengan konsentrasi *Digital Business*. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Teknik Informatika di Universitas Komputer Indonesia dan Magister Administrasi Bisnis di Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB). Dengan latar belakang yang memadukan teknologi dan bisnis, penulis memiliki keahlian di bidang transformasi digital UMKM, analisis perilaku konsumen digital, serta pemasaran berbasis teknologi.

Fokus penelitian penulis meliputi pengambilan keputusan konsumen pada produk UMKM di *marketplace*, pembangunan *brand awareness* di kalangan Generasi Z, implementasi *digital culture*, serta pemanfaatan teknologi analitik dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya bagi pengusaha UMKM perempuan. Komitmen penulis dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibuktikan melalui dukungan hibah Penelitian Dosen Pemula dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia pada tahun 2024-2025.

Selain aktif mengajar mata kuliah seperti *Digital Business Model*, *Digital Marketing*, dan *Startup Business*, penulis juga terlibat dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis berperan dalam pelatihan vokasional *e-commerce* dan *digital marketing* bagi ribuan pengusaha perempuan di Jawa Barat melalui program SEKOPER CINTA serta *Official Development Assistance (ODA) Project*. Kegiatan tersebut menjadi bentuk nyata kontribusi penulis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital.

Sebagai akademisi dan praktisi, penulis memiliki perhatian besar terhadap pengembangan UMKM berbasis inovasi digital, peningkatan daya saing usaha kecil, serta penciptaan ekosistem bisnis yang inklusif dan berkelanjutan. Penulis meyakini bahwa teknologi, kreativitas, dan literasi digital merupakan kunci penting dalam menghadapi perubahan ekonomi global yang semakin dinamis.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis berupaya menghadirkan wawasan mengenai strategi adaptasi bisnis di era digital, penguatan transformasi UMKM, serta pentingnya inovasi dalam membangun usaha yang modern dan berkelanjutan.

Agistya Maharani Joner, S.E., M.B.A.



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 14 Agustus, merupakan seorang akademisi dan praktisi yang memiliki latar belakang di bidang akuntansi, audit, manajemen bisnis, dan pengembangan sumber daya manusia. Penulis menyelesaikan pendidikan Diploma Akuntansi Teknologi Informasi di Universitas Indonesia dengan predikat *Cum Laude*, kemudian melanjutkan Program Ekstensi Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. Selanjutnya, penulis meraih gelar *Master of Business Administration* (MBA) dari Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung dengan predikat *Cum Laude*.

Penulis memiliki pengalaman profesional di berbagai perusahaan ternama, di antaranya sebagai Auditor di KPMG Indonesia pada divisi *Audit and Assurance Services,* serta sebagai *Transfer Pricing Tax Consultant* di BDO Indonesia. Dalam perjalanan kariernya, penulis terlibat dalam berbagai proses audit, analisis risiko bisnis, pengendalian internal, analisis laporan keuangan, serta penyusunan dokumentasi sesuai standar profesional dan regulasi perpajakan.

Selain berkarier di dunia profesional, penulis juga aktif di bidang pendidikan. Penulis pernah menjadi *Assistant Lecturer* dan *Laboratory Mentor* di Universitas Indonesia, serta saat ini aktif sebagai dosen tetap di Universitas

Cakrawala. Dalam peran ini, penulis mengajar berbagai mata kuliah seperti *Auditing, Financial Management*, *Financial Accounting, Human Resource Management, dan Sustainability Finance* and ESG *Investing*, serta berkontribusi dalam pengembangan materi pembelajaran untuk mendukung pengalaman belajar yang inovatif dan relevan.

Dalam bidang akademik, penulis memiliki ketertarikan pada pengembangan sumber daya manusia. Penelitian yang telah dipublikasikannya antara lain mengenai *Service Quality Training Design* serta *literature review* terkait penerapan *machine learning* dalam prediksi *employee turnover* dan *employee performance.*

Dr. H. Ahmad Kamaludin, Drs., M.M.



Penulis merupakan akademisi di bidang manajemen yang memiliki dedikasi tinggi dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia di Indonesia. Saat ini, penulis menjabat sebagai Dosen Tetap pada Program Studi Manajemen di Institut Budi Utomo Nasional dengan jabatan fungsional Lektor, sekaligus Wakil Rektor 1 Bidang Akademik di Institut Budi Utomo Nasional.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana (Drs.) di Universitas Pendidikan Indonesia pada tahun 1992. Selanjutnya, penulis melanjutkan studi Magister Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon dan berhasil meraih gelar Magister Manajemen pada tahun 2009. Komitmennya terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terus diwujudkan melalui pendidikan doktoral di Universitas Pasundan hingga memperoleh gelar Doktor pada tahun 2023.

Sebagai akademisi, penulis aktif melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Fokus perhatian penulis meliputi pengembangan manajemen modern, kepemimpinan, kewirausahaan, serta strategi organisasi dalam menghadapi dinamika perubahan ekonomi dan perkembangan teknologi digital.

Dalam perjalanan akademiknya, penulis juga aktif mendorong peningkatan kualitas pendidikan tinggi dan pengembangan kompetensi mahasiswa agar mampu bersaing di era globalisasi dan transformasi digital. Penulis meyakini bahwa inovasi, adaptasi teknologi, dan penguatan karakter kepemimpinan merupakan faktor penting dalam membangun organisasi dan bisnis yang berkelanjutan.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis menghadirkan perspektif akademik dan praktis mengenai pentingnya transformasi digital dalam dunia bisnis modern. Buku ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan inspirasi bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, serta pelaku usaha dalam memahami strategi bisnis yang inovatif, adaptif, dan berkelanjutan di tengah perkembangan ekonomi digital yang terus berubah.

Limbert Hutahaean, S.T., M.A.



Penulis merupakan akademisi yang aktif berkontribusi dalam pengembangan pendidikan tinggi, khususnya di bidang teknologi dan transformasi digital. Saat ini, penulis menjabat sebagai Dosen Tetap pada Program Studi Teknologi Komputer di Politeknik Pajajaran Insan Cinta Bangsa Bandung.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Teknik di Universitas Jenderal Achmad Yani. Selanjutnya, penulis melanjutkan studi Magister jurusan Media *Production* (Film *and* TV) dari *The University of Sunderland*.

Perpaduan latar belakang keilmuan teknik dan administrasi memberikan perspektif yang luas dalam memahami perkembangan teknologi, tata kelola organisasi, serta implementasi inovasi digital di era modern.

Sebagai dosen, penulis aktif dalam kegiatan pengajaran, pengembangan kurikulum, serta penguatan kompetensi mahasiswa di bidang teknologi komputer dan digitalisasi. Penulis memiliki perhatian terhadap perkembangan teknologi informasi, transformasi digital, serta pemanfaatan teknologi dalam mendukung efektivitas organisasi dan peningkatan daya saing di era ekonomi digital.

Melalui berbagai aktivitas akademik, penulis berupaya mendorong pengembangan sumber daya manusia yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan mampu menghadapi tantangan industri masa depan. Penulis juga meyakini bahwa integrasi teknologi dan manajemen merupakan fondasi penting dalam menciptakan inovasi bisnis yang berkelanjutan.

Melalui buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, penulis menghadirkan pemikiran mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai penggerak inovasi dan transformasi bisnis. Buku ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, serta masyarakat luas dalam memahami dinamika perkembangan bisnis digital yang terus berkembang secara berkelanjutan.

Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H.



Editor merupakan dosen, peneliti, dan pengabdi masyarakat di Politeknik Negeri Jakarta sejak tahun 1990 hingga sekarang. Dalam kegiatan akademiknya, editor mengampu berbagai mata kuliah di bidang hukum, antara lain Hukum Bisnis, Hukum Asuransi, dan Hukum Ketenagakerjaan. Selain menjalankan tugas pengajaran, editor juga aktif dalam kegiatan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, serta pengembangan berbagai kebijakan publik.

Dalam perjalanan kariernya, editor memiliki pengalaman kepemimpinan dan profesional di berbagai lembaga. Beberapa posisi strategis yang pernah diemban antara lain sebagai Komisaris PT Indonesia Kreatif Nusantara periode 2020-2021, Anggota Bidang Hukum dan HAM Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat periode 2021-2025, Sekretaris Senat Politeknik Negeri Jakarta, Kepala Sentra Hak Kekayaan Intelektual (HKI) PNJ, serta Koordinator Penelitian pada Asosiasi Doktor Hukum Indonesia.

Editor juga aktif dalam berbagai organisasi dan lembaga kemasyarakatan, di antaranya sebagai Ketua Yayasan IKDU Indonesia Hijau serta Sekretaris Dewan Pembina WPUI Pusat. Keterlibatan tersebut menunjukkan komitmen

editor dalam pengembangan masyarakat, penguatan tata kelola organisasi, serta pemberdayaan berbasis hukum dan kebijakan publik.

Sebagai akademisi yang produktif, editor telah menulis lebih dari 40 buku yang sebagian besar merupakan hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, editor juga menghasilkan berbagai karya ilmiah dan inovasi, seperti penyusunan naskah akademik, model kebijakan publik, serta pengembangan sistem informasi berbasis masyarakat, di antaranya Sistem Informasi Desa Wisata Indonesia (SIDEWINESIA) dan sistem pengelolaan serta pemasaran UMKM. Kontribusi tersebut mencerminkan perhatian editor terhadap pengembangan masyarakat, transformasi digital, serta penguatan ekonomi berbasis teknologi dan inovasi.

Atas dedikasi dan kontribusinya, editor telah menerima berbagai penghargaan, antara lain Dosen Berprestasi Politeknik Negeri Jakarta (2009), Finalis Dosen Berprestasi Nasional *DIKTI* (2009), *The Women Preneur Award* (2009), serta Tanda Kehormatan Satyalencana Karya Satya 10, 20, dan 30 Tahun dari Pemerintah Republik Indonesia.

Arus Reka Prasetia, S.E., M.M.



Editor sejak tahun 2001 aktif sebagai pengajar pada Fakultas Desain Komunikasi Visual serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Widyatama. Dalam perannya sebagai akademisi, editor berupaya mengintegrasikan pendekatan manajerial dengan perspektif kreatif dalam proses pembelajaran, penelitian, dan pengembangan keilmuan.

Pendidikan Sarjana Ekonomi (S.E.) ditempuh di Universitas Terbuka, sedangkan gelar Magister Manajemen (M.M.) diperoleh dari Universitas Padjadjaran. Latar belakang pendidikan tersebut memberikan fondasi yang kuat baginya untuk mengembangkan kajian pada irisan antara manajemen, komunikasi, dan kreativitas dalam konteks organisasi dan bisnis modern.

Dalam aktivitas akademiknya, editor memiliki minat kajian pada berbagai bidang, antara lain *branding*, manajemen pemasaran, *digital marketing*, manajemen strategi, media dan komunikasi, manajemen internasional, hingga desain komunikasi visual. Fokus kajian tersebut mencerminkan pendekatan

lintas disiplin yang menghubungkan aspek manajemen, komunikasi, dan kreativitas untuk mendukung pengembangan organisasi dan bisnis di era digital.

Selain melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, editor juga aktif berkontribusi dalam pengembangan ekosistem ilmiah melalui kegiatan penelaahan naskah sebagai *reviewer* pada beberapa jurnal nasional. Pengalaman tersebut memperkuat perannya dalam menjaga kualitas akademik sekaligus mendorong lahirnya karya ilmiah yang relevan dan aplikatif.

Sebagai editor buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital, berupaya menghadirkan penyuntingan yang tidak hanya memperhatikan ketepatan akademik, tetapi juga kekuatan komunikasi dan penyajian ide secara kreatif. Dengan pengalaman lintas disiplin yang dimilikinya, editor berkomitmen menjadikan buku ini sebagai karya yang mampu memberikan wawasan strategis, inspiratif, dan relevan bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, maupun masyarakat luas dalam memahami dinamika bisnis digital yang terus berkembang.

BISNIS DIGITAL BERKELANJUTAN

Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital

Buku Bisnis Digital Berkelanjutan: Inovasi dan Strategi di Tengah Transformasi Ekonomi Digital membahas perkembangan bisnis digital yang dipengaruhi oleh transformasi teknologi dan ekonomi global. Buku ini menguraikan konsep bisnis digital berkelanjutan, inovasi model bisnis, pemasaran digital, keuangan digital, hingga peran teknologi seperti AI, Big Data, IoT, dan *blockchain* dalam meningkatkan daya saing bisnis modern. Selain itu, buku ini menyoroti pentingnya tata kelola digital, keamanan siber, ESG, serta strategi pertumbuhan bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan ramah lingkungan. Dengan pendekatan teoritis dan praktis, buku ini diharapkan menjadi referensi bagi akademisi, mahasiswa, dan praktisi dalam memahami strategi bisnis digital di era ekonomi modern.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Bisnis & Teknologi

ISBN 978-634-317-031-0 (PDF)