

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Dr. (cand). R. Nur Budi Setiawan, S.E., M.Cs.



Praktik MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL



Editor:
Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.



TENTANG PENULIS



Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.I.D.M.

Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Lulus Magister Manajemen (S2) dan Doktor (S3) Program Pasca Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literatur. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta. Email: danang_sunyoto@janabadra.ac.id



Dr. (cand). R. Nur Budi Setiawan, S.E., M.Cs.

Lulus S1 Prodi Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Janabadra Yogyakarta. Saat ini menjadi dosen tetap pada prodi dan universitas yang sama. Lulus S2 (M. Cs) dengan mengambil *Master Computer Science* di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Saat ini sedang menyelesaikan Program Doktor Ilmu Ekonomi (PDIE) di UNS, Surakarta dengan konsentrasi dibidang Marketing khususnya tentang Keperluan (*Behavioral Science*).

Sebelumnya pernah mengajar di STMIK TIME Medan dan Universitas Internasional Batam (UIB) di Batam. Pengalaman memberikan pelatihan pembuatan website untuk Lapas Anak-anak di Batam dan pelatihan memasarkan produk-produk UMKM PONIJO (Pasar Online Bangorejo), juga membuat marketplace untuk anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman dengan alamat Jogjesmart.com. Email: nurbudi@janabadra.ac.id

TENTANG EDITOR



Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.GL.

Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang *Certified Great Leadership* (C.GL).

Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain; *First Winner and Best Presentation Business Plan Competition* Perbanas Institute, *Second Winner* LKTIN Metal Exist Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, Juara Harapan 1 *Essay Compepetition* "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa", Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, *Second Winner Industrial Paper and Action* Universitas Sumatera Utara, *Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion* Universitas Katolik Parahyangan, *Third Winner Eco-money Competition* "Pengelolaan Sampah", Juara Harapan 1 *Competition of Industrial Engineering* Universitas Hassanudin Makassar, *Participant Asean Youth Conference* Kuala Lumpur Malaysia. Email: malfatahkalijaga@gmail.com



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekamediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



**PRAKTIK
MANAJEMEN BISNIS
DI ERA DIGITAL**

**Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.
Dr. (cand). R. Nur Budi Setiawan, S.E., M.Cs.**



**eureka
media aksara**

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

**PRAKTIK
MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL**

Penulis : Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M.,
C.B.L.D.M.
Dr. (cand). R. Nur Budi Setiawan, S.E., M.Cs.

Editor : Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Fitriani Nur Khaliza

ISBN : 978-623-120-729-6

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, MEI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam buku "Praktik Manajemen Bisnis di Era Digital". Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, memperkenalkan tantangan baru sekaligus membuka peluang yang luas bagi perusahaan yang siap beradaptasi. Dalam era di mana teknologi mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan bertransaksi, penting bagi para pemimpin bisnis untuk memahami dan mengimplementasikan praktik manajemen yang relevan dan efektif.

Buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana bisnis dapat berhasil beroperasi dan berkembang dalam konteks digital. Dari pemasaran hingga manajemen sumber daya manusia, kami menjelajahi berbagai aspek manajemen bisnis yang perlu diperbarui dan disesuaikan dengan perubahan zaman.

Melalui rangkaian artikel dan panduan praktis, pembaca akan diperkenalkan pada strategi-strategi inovatif dalam menghadapi transformasi digital, serta disajikan dengan contoh-contoh kasus nyata yang mengilustrasikan penerapan praktik-praktik terbaik dalam bisnis modern.

Buku ini tidak hanya ditujukan bagi para profesional bisnis yang ingin memperdalam pemahaman mereka tentang peran teknologi dalam bisnis, tetapi juga untuk pengusaha dan pemimpin yang ingin memimpin perusahaan mereka menuju kesuksesan di era digital yang terus berkembang.

Kami berharap buku ini memberikan wawasan yang berharga dan membantu pembaca menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada dalam lingkungan bisnis yang semakin digital ini.

Penulis
Danang Sunyoto
R. Nur Budi Setiawan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 TRANSFORMASI DIGITAL DALAM BISNIS	1
A. Pengenalan Era Digital	1
B. Dampak Transformasi Digital terhadap Bisnis	3
C. Tantangan dan Peluang Bisnis di Era Digital	5
D. Strategi Adaptasi Bisnis dalam Menghadapi Era Digital	7
E. Budaya Organisasi yang Mendukung Transformasi Digital	8
F. Studi Kasus: Perusahaan yang Sukses Bertransformasi di Era Digital.....	10
BAB 2 STRATEGI PEMASARAN DIGITAL.....	13
A. Perubahan Paradigma Pemasaran di Era Digital	13
B. Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran	15
C. SEO (Search Engine Optimization) dan Strategi Peringkat Web	16
D. Membangun Kampanye Digital yang Efektif	18
E. Analisis Data dan Pengukuran Kinerja Pemasaran Digital	20
F. Studi Kasus: Keberhasilan Kampanye Pemasaran Digital	22
BAB 3 INOVASI PRODUK DAN LAYANAN	25
A. Konsep Inovasi dalam Bisnis.....	25
B. Desain Berorientasi Pengguna (User-Centric Design)	28
C. Pengembangan Produk dan Layanan Digital.....	31
D. Agile Development dan Iterasi Cepat	34
E. Pengujian dan Peningkatan Produk Digital.....	36
F. Studi Kasus: Proses Inovasi yang Sukses di Era Digital	39
BAB 4 MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DI ERA DIGITAL.....	42
A. Pentingnya Hubungan Pelanggan dalam Bisnis	42

B.	CRM (Customer Relationship Management) di Era Digital.....	47
C.	Personalisasi Layanan dan Komunikasi	50
D.	Membangun Komunitas dan Loyalitas Pelanggan.....	53
E.	Analisis Sentimen dan Responsif terhadap Pelanggan	55
F.	Studi Kasus: Implementasi Strategi CRM yang Sukses.....	58
BAB 5	TRANSFORMASI ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN	65
A.	Peran Kepemimpinan dalam Menggerakkan Transformasi.....	65
B.	Struktur Organisasi yang Fleksibel dan Adaptif.....	68
C.	Budaya Kerja Kolaboratif dan Inovatif	71
D.	Keterlibatan Karyawan dalam Transformasi Digital... ..	74
E.	Manajemen Perubahan dan Kelangsungan Bisnis	77
F.	Studi Kasus: Perusahaan dengan Budaya Organisasi yang Berhasil Bertransformasi.....	80
BAB 6	PENGELOLAAN RISIKO DAN KEAMANAN INFORMASI	88
A.	Ancaman Keamanan Digital dalam Bisnis	88
B.	Strategi Perlindungan Data dan Informasi	92
C.	Kepatuhan Regulasi dan Kebijakan Keamanan	95
D.	Manajemen Risiko dalam Bisnis Digital	98
E.	Pemulihan Bencana dan Kontinuitas Operasional	100
F.	Studi Kasus: Penanganan Keamanan Informasi yang Efektif.....	102
BAB 7	PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL	108
A.	Perubahan Paradigma Pengelolaan SDM.....	108
B.	Rekrutmen dan Seleksi Karyawan di Era Digital.....	110
C.	Pengembangan Karyawan dan Pembelajaran Berkelanjutan.....	112
D.	Kultur Kerja yang Mendorong Inovasi dan Kreativitas.....	115
E.	Fleksibilitas dan Keseimbangan Kerja-Hidup.....	118

F. Studi Kasus: Implementasi Strategi Pengelolaan SDM yang Sukses	120
BAB 8 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR).....	124
A. Tantangan Etika dalam Lingkungan Bisnis Digital....	124
B. Kebijakan Privasi dan Penggunaan Data yang Etis ...	126
C. Transparansi dan Akuntabilitas Perusahaan	129
D. Kontribusi Bisnis terhadap Masyarakat dan Lingkungan.....	131
E. Komunikasi CSR dan Reputasi Perusahaan	134
F. Studi Kasus: Praktik CSR yang Berdampak Positif di Era Digital.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	140
TENTANG PENULIS.....	143
TENTANG EDITOR.....	145

BAB

1

TRANSFORMASI DIGITAL DALAM BISNIS

A. Pengenalan Era Digital

Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Transformasi digital dalam bisnis mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk mengubah cara bisnis beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan menciptakan nilai tambah secara keseluruhan. Pengenalan era digital dalam konteks transformasi digital dalam bisnis membutuhkan pemahaman tentang bagaimana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara orang bekerja, berinteraksi, dan bertransaksi.

Beberapa faktor utama dalam pengenalan era digital dalam transformasi bisnis adalah:

1. Teknologi sebagai Pendorong Utama

Teknologi menjadi pendorong utama dalam transformasi digital bisnis. Perkembangan teknologi seperti komputasi awan, kecerdasan buatan, analitika data, Internet of Things (IoT), dan blockchain telah membuka peluang baru dan mengubah cara bisnis beroperasi.

2. Perubahan Paradigma

Era digital mengubah paradigma bisnis dari yang sebelumnya terpusat pada produk menjadi lebih fokus pada pengalaman pelanggan. Perusahaan harus memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan secara mendalam untuk dapat bersaing secara efektif dalam lingkungan digital.

BAB 2

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

A. Perubahan Paradigma Pemasaran di Era Digital

Perubahan paradigma pemasaran di era digital mencakup pergeseran dari pendekatan tradisional yang bersifat satu arah menjadi pendekatan yang lebih interaktif, personal, dan berbasis data. Berikut adalah beberapa contoh yang mendukung perubahan paradigma ini:

1. Pendekatan Berbasis Konten
 - a. Tradisional: Pemasaran tradisional seringkali menggunakan iklan yang bersifat satu arah, seperti iklan di televisi atau cetak, dengan sedikit interaksi langsung dengan audiens.
 - b. Era Digital: Di era digital, pemasaran cenderung lebih berfokus pada konten yang bermakna dan bernilai bagi audiens. Contohnya adalah strategi pemasaran konten yang melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang relevan, seperti artikel blog, video, infografik, dan podcast, untuk menarik dan mempertahankan minat audiens.
2. Personalisasi dan Targeting yang Lebih Baik
 - a. Tradisional: Pemasaran tradisional seringkali bersifat umum dan tidak terfokus, dengan sedikit kemampuan untuk menargetkan pesan kepada segmen spesifik dari audiens.
 - b. Era Digital: Di era digital, perusahaan dapat menggunakan data pelanggan untuk memahami preferensi, perilaku, dan kebutuhan individu. Contoh

BAB 3

INOVASI PRODUK DAN LAYANAN

A. Konsep Inovasi dalam Bisnis

Konsep inovasi dalam bisnis adalah proses berkelanjutan untuk mengembangkan ide baru, produk, layanan, atau proses yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan atau mengoptimalkan operasi bisnis. Dalam konteks inovasi produk dan layanan, berikut adalah contoh tabel proses untuk memandu pengembangan inovasi dalam bisnis:

Langkah	Deskripsi	Contoh
1. Penelitian dan Pemahaman Pasar	Melakukan penelitian pasar untuk memahami tren, kebutuhan, dan preferensi pelanggan serta menilai potensi pasar untuk inovasi baru.	Melakukan survei pasar, analisis pesaing, wawancara pelanggan, dan tinjauan literatur untuk mendapatkan wawasan tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Generasi Ide Inovatif	Menghasilkan ide-ide baru untuk produk atau layanan yang dapat mengatasi masalah atau memenuhi kebutuhan	Mengadakan sesi brainstorming dengan tim atau pelanggan, menganalisis tren industri, atau mengeksplorasi

BAB 4

MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DI ERA DIGITAL

A. Pentingnya Hubungan Pelanggan dalam Bisnis

Hubungan pelanggan yang kuat sangat penting dalam bisnis di era digital karena dapat membantu perusahaan membangun kepercayaan, loyalitas, dan keterlibatan pelanggan yang berkelanjutan. Dalam era digital, di mana komunikasi antara perusahaan dan pelanggan dapat terjadi secara instan melalui berbagai saluran online, hubungan pelanggan menjadi semakin penting dalam mempengaruhi citra merek dan keberhasilan bisnis secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa contoh pentingnya hubungan pelanggan dalam bisnis di era digital:

1. Membangun Keterlibatan Pelanggan yang Lebih Dekat

Perusahaan dapat menggunakan media sosial, email, atau platform komunikasi digital lainnya untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, merespons pertanyaan mereka, memberikan dukungan, atau mengumpulkan umpan balik. Misalnya, melalui akun media sosial, perusahaan dapat merespons komentar atau pesan dari pelanggan dengan cepat, menciptakan keterlibatan yang lebih dekat dan menghasilkan pengalaman positif.

2. Personalisasi Pengalaman Pelanggan

Dengan memanfaatkan data pelanggan dan teknologi analitik, perusahaan dapat menyajikan konten, penawaran, atau layanan yang disesuaikan dengan preferensi dan perilaku pelanggan. Contohnya, platform e-commerce seperti Amazon menggunakan rekomendasi produk berbasis

BAB 5 | TRANSFORMASI ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN

A. Peran Kepemimpinan dalam Menggerakkan Transformasi

Peran kepemimpinan dalam menggerakkan transformasi organisasi sangat penting dalam memandu perubahan, menginspirasi karyawan, dan memastikan keberhasilan transformasi. Berikut adalah contoh tabel proses yang menggambarkan peran kepemimpinan dalam menggerakkan transformasi organisasi:

Langkah Kepemimpinan	Deskripsi	Contoh Proses
1. Pengenalan Visi dan Arah	Memperkenalkan visi dan arah transformasi kepada seluruh organisasi untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang tujuan transformasi.	Mengadakan pertemuan atau presentasi untuk menjelaskan visi transformasi kepada karyawan, menyiapkan materi komunikasi yang menyoroti manfaat dan tujuan dari transformasi.
2. Komitmen dan Dukungan	Menunjukkan komitmen yang kuat terhadap transformasi dan	Terlibat dalam diskusi dan pertemuan dengan tim transformasi

BAB 6

PENGELOLAAN RISIKO DAN KEAMANAN INFORMASI

A. Ancaman Keamanan Digital dalam Bisnis

Ancaman keamanan digital merupakan risiko-risiko yang terkait dengan keamanan informasi dan teknologi dalam konteks bisnis. Dalam era digital yang semakin maju, bisnis menghadapi berbagai ancaman yang dapat membahayakan operasi mereka, data sensitif, reputasi, dan keberlanjutan bisnis secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa contoh ancaman keamanan digital yang umum terjadi dalam bisnis:

1. Serangan Malware

Malware adalah perangkat lunak berbahaya yang dirancang untuk menyebabkan kerusakan atau mengambil kendali atas sistem komputer. Contohnya termasuk virus, worm, trojan, ransomware, dan spyware. Serangan malware dapat mengakibatkan kerusakan pada data, pencurian informasi sensitif, atau bahkan kehilangan kontrol atas sistem.

2. Serangan Ransomware

Ransomware adalah jenis malware yang mengenkripsi data pada sistem komputer dan meminta tebusan untuk mendapatkan kunci dekripsi. Bisnis yang menjadi korban serangan ransomware dapat mengalami kerugian besar karena pembayaran tebusan, kerugian data, dan gangguan operasional.

BAB 7

PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA DIGITAL

A. Perubahan Paradigma Pengelolaan SDM

Perubahan paradigma pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di era digital melibatkan penyesuaian strategi dan praktik pengelolaan SDM dengan perkembangan teknologi digital yang cepat. Hal ini memengaruhi bagaimana organisasi merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan talenta, serta bagaimana karyawan berinteraksi dan berkolaborasi di tempat kerja yang semakin terhubung secara digital. Berikut adalah penjelasan tentang perubahan paradigma pengelolaan SDM di era digital beserta tabel prosesnya:

1. Perubahan Paradigma Pengelolaan SDM di Era Digital
 - a. Perekrutan Digital: Organisasi menggunakan platform online dan alat digital seperti situs web rekrutmen, media sosial, dan algoritma pencocokan untuk menjangkau dan menarik bakat yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
 - b. Pembelajaran dan Pengembangan Berbasis Teknologi: Penggunaan teknologi digital untuk menyediakan pelatihan dan pengembangan karyawan, seperti platform pembelajaran online, kursus daring, dan aplikasi seluler untuk akses pelatihan di mana saja dan kapan saja.
 - c. Manajemen Kinerja Berbasis Data: Menggunakan analisis data dan platform manajemen kinerja digital untuk memantau kinerja karyawan, memberikan umpan balik yang tepat waktu, dan mengidentifikasi peluang pengembangan.

BAB 8

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)

A. Tantangan Etika dalam Lingkungan Bisnis Digital

Tantangan etika dalam lingkungan bisnis digital mencakup berbagai isu yang berkaitan dengan penggunaan teknologi dan data dalam kegiatan bisnis, serta dampaknya terhadap individu, masyarakat, dan lingkungan. Dalam konteks Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), perusahaan dihadapkan pada tanggung jawab untuk mengatasi tantangan etika ini dan menjalankan operasi mereka secara bertanggung jawab. Berikut adalah penjelasan tentang tantangan etika dalam lingkungan bisnis digital dalam konteks CSR, tabel prosesnya, dan implikasinya:

1. Tantangan Etika dalam Lingkungan Bisnis Digital
 - a. Privasi dan Keamanan Data: Isu privasi dan keamanan data menjadi sangat penting dalam era digital, di mana perusahaan memiliki akses terhadap data pribadi pengguna. Tantangan ini meliputi perlindungan data pribadi, transparansi penggunaan data, dan pencegahan pelanggaran keamanan data.
 - b. Keadilan dan Diskriminasi: Penggunaan algoritma dan kecerdasan buatan dalam pengambilan keputusan bisnis dapat menyebabkan masalah keadilan dan diskriminasi, terutama jika algoritma tersebut didasarkan pada data yang bias atau tidak representatif.
 - c. Ketergantungan Teknologi: Tantangan terkait ketergantungan perusahaan pada teknologi digital, yang dapat menyebabkan masalah ketidakstabilan sistem,

DAFTAR PUSTAKA

- Adobe. "Digital Intelligence Briefing: 2021 Digital Trends." Adobe, 2021.
- Amazon Web Services. "Cloud Adoption in 2021: Accelerating Transformation." Amazon Web Services, 2021.
- Brynjolfsson, Erik, dan McAfee, Andrew. "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies." Norton & Company, 2016.
- Chaffey, Dave, dan Smith, Paul. "Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing." Routledge, 2020.
- Christensen, Clayton M. "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail." Harvard Business Review Press, 2016.
- Davenport, Thomas H., dan Harris, Jeanne G. "Competing on Analytics: The New Science of Winning." Harvard Business Review Press, 2007.
- Deloitte. "Global Human Capital Trends 2021: The social enterprise in a world disrupted." Deloitte Insights, 2021.
- Deloitte. "Global Marketing Trends 2021." Deloitte Insights, 2021.
- Evans, Dave, dan McKee, Jake. "Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement." Wiley, 2020.
- Forrester Research. "Predictions 2021: CX." Forrester Research, 2021.
- Forrester Research. "The Forrester Wave™: Digital Experience Platforms, Q3 2021." Forrester Research, 2021.
- Gartner. "Gartner Predicts 2021: Future of Work Reimagined." Gartner, 2021.
- Gartner. "Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2021." Gartner, 2021.
- Google. "Google Cloud and the Healthcare Industry." Google, 2021.

- Harvard Business Review. "HBR's 10 Must Reads on AI, Analytics, and the New Machine Age." Harvard Business Review Press, 2019.
- Harvard Business Review. "HBR's 10 Must Reads on Strategy." Harvard Business Review Press, 2011.
- HubSpot. "The Ultimate Guide to Digital Marketing." HubSpot, 2021.
- IBM. "Global C-suite Study: The CMO perspective on data-driven marketing." IBM, 2020.
- IBM. "The AI Ladder: Accelerate Your Journey to AI." IBM, 2021.
- IDC. "IDC FutureScape: Worldwide Digital Transformation 2020 Predictions." IDC, 2020.
- IDC. "IDC FutureScape: Worldwide Digital Transformation 2021 Predictions." IDC, 2021.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. "Marketing Management." Pearson, 2020.
- Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon. "Management Information Systems: Managing the Digital Firm." Pearson, 2020.
- Lee, Jay, dan Lee, Sytse. "Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction." Lioncrest Publishing, 2018.
- McKinsey & Company. "Industry 4.0: Reimagining manufacturing operations after COVID-19." McKinsey & Company, 2020.
- McKinsey & Company. "The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World." McKinsey & Company, 2016.
- MIT Sloan Management Review. "Expanding AI's Impact With Organizational Learning." MIT Sloan Management Review, 2020.
- MIT Sloan Management Review. "Leading Digital Transformation: Why Culture Is Key." MIT Sloan Management Review, 2021.

- Nielsen. "The Future of Grocery E-commerce." Nielsen, 2021.
- Osterwalder, Alexander, dan Pigneur, Yves. "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers." Wiley, 2010.
- Porter, Michael E. "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors." Free Press, 2008.
- PwC. "Industry 4.0: Building the Digital Enterprise." PwC, 2019.
- PwC. "The Future of Work, A journey to 2022." PwC, 2018.
- Rifkin, Jeremy. "The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism." St. Martin's Griffin, 2015.
- Salesforce. "State of Marketing." Salesforce, 2021.
- Tapscott, Don, dan Tapscott, Alex. "Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies is Changing the World." Portfolio, 2018.
- Turban, Efraim, Rainer, R. Kelly, dan Potter, Richard E. "Introduction to Information Technology." Wiley, 2020.
- Westerman, George, Bonnet, Didier, dan McAfee, Andrew. "Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation." Harvard Business Review Press, 2014.
- World Economic Forum. "The Global Competitiveness Report 2020." World Economic Forum, 2020.
- World Economic Forum. "The Global Risks Report 2021." World Economic Forum, 2021.

TENTANG PENULIS

Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C.B.L.D.M.



Dosen Tetap Prodi Manajemen (S1) dan Magister Manajemen (S2), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra. Anggota IKABADRA. Lulus Magister Manajemen (S2) dan Doktor (S3) Program Pasca Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Pernah mengajar di Lembaga Pendidikan Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY), Universitas Mercu Buana (UMB), Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa (UST), AKPER Karya Husada Yogyakarta. Aktif Penelitian Jurnal Nasional dan Internasional, Pengabdian kepada Masyarakat dan menulis buku literature. Saat ini menjabat Ketua Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (2021-2025) Universitas Janabadra, Yogyakarta.

Email: danang_sunyoto@janabadra.ac.id

Dr. (cand). R. Nur Budi Setiawan, S.E., M.Cs.



Lulus S1 Prodi Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Janabadra Yogyakarta. Saat ini menjadi dosen tetap pada prodi dan universitas yang sama. Lulus S2 (M. Cs) dengan mengambil *Master Computer Science* di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Saat ini sedang menyelesaikan Program Doktor Ilmu Ekonomi (PDIE) di UNS, Surakarta dengan konsentrasi dibidang Marketing khususnya tentang Keperilakuan (*Behavioral Science*).

Sebelumnya pernah mengajar di STMIK TIME Medan dan Universitas Internasional Batam (UIB) di Batam. Pengalaman memberikan pelatihan pembuatan website untuk Lapas Anak-anak di Batam dan pelatihan memasarkan produk-produk UMKM

PONIJO (Pasar Online Bangirejo), juga membuat *marketplace* untuk anggota Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman dengan alamat Jogjesmart.com.

Email: nurbudi@janabadra.ac.id

TENTANG EDITOR

Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.GL.



Lulus Sarjana Teknik Industri (S.T.) tahun 2021 dan Magister Teknik Industri (M.T.) Program Pasca Sarjana (PS) tahun 2022, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta. Pengajar di Laboratorium Pemodelan dan Simulasi Industri, Prodi. Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia. Pemegang *Certified Great Leadership* (C.GL).

Pengalaman prestasi yang telah dicapai, antara lain; *First Winner and Best Presentation Business Plan Competition* Perbanas Institute, *Second Winner* LKTIN Metal Exist Universitas Sultan Agung Tirtayasa, Juara Harapan 2 LKTI AUC Bali Universitas Pendidikan Ganesaha Bali, Juara Harapan 1 *Essay Compepetition* “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Jasa” Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, *Second Winner Industrial Paper and Action* Universitas Sumatera Utara, *Third Winner Business Plan Upcycle Product Fashion* Universitas Katolik Parahyangan, *Third Winner Eco-money Competition* “Pengelolaan Sampah”, Juara Harapan 1 *Competition of Industrial Engineering* Universitas Hassanudin Makassar, *Participant Asean Youth Conference* Kuala Lumpur Malaysia. Email: malfatahkalijaga@gmail.com