

MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL

Humaidi, S.AB., M.A.B

Nisrina Ayu Lestari, S.Akun., M.M

Muhammad Fathoni, S.Kom., M.M

Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M

Mohammad Adhiya Riswandha, S.M., M.Mgt., M.B.A

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana paling lama 7 (tahun) dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL

Humaidi, S.AB., M.A.B

Nisrina Ayu Lestari, S.Akun., M.M

Muhammad Fathoni, S.Kom., M.M

Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M

Mohammad Adhiya Riswandha, S.M., M.Mgt., M.B.A



YAYASAN PUTRA ADI DHARMA

MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL

Penulis :

Humaidi, S.AB., M.A.B

Nisrina Ayu Lestari, S.Akun., M.M

Muhammad Fathoni, S.Kom., M.M

Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M

Mohammad Adhiya Riswandha, S.M., M.Mgt., M.B.A

ISBN : 978-634-7261-90-8

IKAPI : No.498/JBA/2024

Editor : Umi Safangati Hidayatun

Penyunting :

Yayasan Putra Adi Dharma

Desain sampul dan Tata letak

Yayasan Putra Adi Dharma

Penerbit :

Yayasan Putra Adi Dharma

Redaksi :

Wahana Pondok Ungu Blok B9 no 1, Bekasi

Office Marketing Jl. Gedongkuning, Banguntapan Bantul, Yogyakarta

Office Yogyakarta : 087777899993

Marketing : 088221740145

Instagram : @ypad_penerbit

Website : <https://ypad.store>

Email : teampenerbit@ypad.store

Cetakan Pertama Juli 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul "Manajemen Bisnis di Era Digital" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai respons atas kebutuhan literatur yang semakin mendesak di era transformasi digital, khususnya dalam ranah manajemen dan pengembangan strategi bisnis yang berbasis teknologi.

Transformasi digital telah mengubah secara mendasar cara organisasi beroperasi, bersaing, dan menciptakan nilai. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep-konsep dasar dalam manajemen bisnis digital menjadi penting bagi mahasiswa, praktisi bisnis, akademisi, serta siapa pun yang terlibat dalam ekosistem digital. Buku ini menyajikan pembahasan sistematis mulai dari pengertian bisnis digital, komponen manajemen, peran teknologi informasi, strategi pemasaran digital, manajemen sumber daya manusia dan keuangan digital, hingga isu-isu etika, keberlanjutan, serta tren masa depan bisnis digital.

Penulis berusaha menyusun buku ini dengan bahasa yang mudah dipahami, disertai dengan pendekatan teoretis dan praktis agar dapat digunakan sebagai sumber referensi akademik maupun panduan aplikatif dalam dunia bisnis. Setiap bab dikembangkan berdasarkan kajian literatur terkini dan relevan dengan dinamika dunia digital yang cepat berubah.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan dan pengembangan edisi berikutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi inspirasi dalam membangun dan mengelola bisnis yang adaptif di era digital.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 KONSEP DASAR MANAJEMEN BISNIS DIGITAL ...	1
A. Pengertian Bisnis Digital.....	2
B. Ciri-ciri Bisnis Digital.....	3
C. Bisnis dari Konvensional ke Digital.....	4
D. Komponen Utama Manajemen Bisnis Digital	5
BAB 2 DIGITALISASI DALAM DUNIA USAHA	Error!
Bookmark not defined.	
A. Transformasi Digital.....	Error! Bookmark not defined.
B. Faktor Pendorong dan Penghambat.....	Error! Bookmark not defined.
C. Strategi Transformasi Bisnis	Error! Bookmark not defined.
D. Studi Kasus Transformasi Digital	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BISNIS DIGITAL.....	Error! Bookmark not defined.
A. Cloud Computing dan Big Data	Error! Bookmark not defined.
B. Internet of Things (IoT) dan Artificial Intelligence (AI)	Error! Bookmark not defined.
C. Keamanan Sistem Informasi	Error! Bookmark not defined.

D. Peran Sistem ERP dan CRM **Error! Bookmark not defined.**

BAB 4 STRATEGI PEMASARAN DIGITAL**Error! Bookmark not defined.**

A. Digital Marketing vs Traditional Marketing **Error! Bookmark not defined.**

B. Strategi SEO dan SEM..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**

D. Analisis Data Konsumen Digital.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB 5 E-COMMERCE DAN BISNIS ONLINE **Error! Bookmark not defined.**

A. Platform E-Commerce Populer**Error! Bookmark not defined.**

B. Model Bisnis E-Commerce .. **Error! Bookmark not defined.**

C. Pengelolaan Toko Online dan Marketplace..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Logistik dan Sistem Pembayaran Digital .. **Error! Bookmark not defined.**

BAB 6 MANAJEMEN OPERASI DI ERA DIGITAL **Error! Bookmark not defined.**

A. Digitalisasi Proses Produksi . **Error! Bookmark not defined.**

B. Otomatisasi dan Efisiensi Operasional**Error! Bookmark not defined.**

C. Supply Chain Management Berbasis Teknologi **Error! Bookmark not defined.**

D. Monitoring dan Evaluasi Operasional Digital..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB 7 INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL **Error! Bookmark not defined.**

A. Karakteristik Wirausaha Digital**Error! Bookmark not defined.**

B. Peran Inovasi dalam Keunggulan Kompetitif..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Inkubator dan Startup di Era Digital ...**Error! Bookmark not defined.**

D. Crowdfunding dan Pendanaan Inovatif..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB 8 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DIGITAL
..... **Error! Bookmark not defined.**

A. Rekrutmen dan Seleksi Berbasis Teknologi **Error! Bookmark not defined.**

B. Pengembangan Kompetensi Digital**Error! Bookmark not defined.**

C. Sistem Evaluasi dan Reward Digital...**Error! Bookmark not defined.**

D. Keseimbangan Kerja dan Kehidupan dalam Era Digital
Error! Bookmark not defined.

BAB 9 MANAJEMEN KEUANGAN DIGITAL.**Error! Bookmark not defined.**

A. Teknologi Finansial (FinTech)**Error! Bookmark not defined.**

B. Sistem Pembayaran Digital dan E-Wallet . **Error! Bookmark not defined.**

C. Analisis Keuangan Berbasis Data**Error! Bookmark not defined.**

D. Perencanaan dan Pengendalian Keuangan Digital **Error! Bookmark not defined.**

BAB 10 ETIKA DAN HUKUM DALAM BISNIS DIGITAL

..... **Error! Bookmark not defined.**

A. Etika Bisnis Digital dan Perlindungan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

B. Keamanan Data dan Privasi . **Error! Bookmark not defined.**

C. Hukum Siber dan E-Commerce**Error! Bookmark not defined.**

D. Kepatuhan terhadap Regulasi Digital..**Error! Bookmark not defined.**

BAB 11 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

(CRM) DIGITAL **Error! Bookmark not defined.**

A. Konsep dan Tujuan CRM Digital.....**Error! Bookmark not defined.**

B. Aplikasi CRM Berbasis Cloud.....**Error! Bookmark not defined.**

C. Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Analisis Perilaku Konsumen Digital ...**Error! Bookmark not defined.**

BAB 12 ANALITIK BISNIS DAN PENGAMBILAN

KEPUTUSAN..... Error! Bookmark not defined.

- A. Business Intelligence dan Data Analytics . **Error! Bookmark not defined.**
- B. Dashboard dan Visualisasi Data**Error! Bookmark not defined.**
- C. Pengambilan Keputusan Berbasis Data..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Tools dan Software Analitik Bisnis**Error! Bookmark not defined.**

BAB 13 MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS DIGITAL

..... Error! Bookmark not defined.

- A. Identifikasi Risiko Digital **Error! Bookmark not defined.**
- B. Strategi Mitigasi Risiko Siber**Error! Bookmark not defined.**
- C. Perencanaan Kontinjensi dan Recovery **Error! Bookmark not defined.**
- D. Studi Kasus Risiko Bisnis Digital**Error! Bookmark not defined.**

BAB 14 PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DIGITAL

..... Error! Bookmark not defined.

- A. Analisis SWOT dan PESTEL Digital..**Error! Bookmark not defined.**
- B. Model Bisnis Digital Canvas **Error! Bookmark not defined.**
- C. Strategi Pertumbuhan dan Ekspansi.....**Error! Bookmark not defined.**

D. Competitive Advantage di Era Digital **Error! Bookmark not defined.**

BAB 15 TEKNOLOGI BISNIS DIGITAL**Error! Bookmark not defined.**

A. Teknologi Bisnis..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Kesiapan SDM dan Organisasi.....**Error! Bookmark not defined.**

C. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial**Error! Bookmark not defined.**

D. Peramalan Model Bisnis..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB 1

KONSEP DASAR MANAJEMEN BISNIS DIGITAL

Dalam era revolusi industri 4.0 dan transformasi digital yang semakin pesat, manajemen bisnis mengalami perubahan fundamental dalam cara perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan bisnis. Bisnis tidak lagi berjalan dalam skema konvensional yang sepenuhnya bergantung pada proses manual, tetapi telah beralih ke pendekatan digital yang mengedepankan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Konsep dasar manajemen bisnis digital mencakup integrasi antara prinsip-prinsip manajemen klasik dengan inovasi berbasis digital, seperti penggunaan sistem enterprise resource planning (ERP), e-commerce, digital marketing, big data, kecerdasan buatan, serta teknologi cloud computing.

Manajemen bisnis digital tidak hanya fokus pada efisiensi operasional melalui otomatisasi, tetapi juga menekankan pentingnya kecepatan adaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis, pengalaman pelanggan berbasis teknologi, serta strategi yang berbasis data. Dalam konteks ini, para pemimpin dan manajer bisnis dituntut untuk memiliki pemahaman tentang teknologi sekaligus kemampuan strategis dalam mengelola perubahan, risiko, dan peluang di era digital. Selain itu, bisnis digital mengharuskan adanya perubahan budaya organisasi yang lebih terbuka terhadap inovasi, kolaborasi lintas fungsi, serta keberanian untuk melakukan eksperimen dan pengambilan keputusan berbasis analisis data.

Dengan memahami konsep dasar manajemen bisnis digital, para pelaku usaha, akademisi, dan profesional dapat merumuskan strategi yang relevan, menciptakan nilai tambah melalui teknologi, dan

mempertahankan daya saing dalam lanskap ekonomi digital yang semakin kompetitif.

A. Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital adalah bentuk kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi digital secara menyeluruh dalam proses penciptaan nilai, pengelolaan operasional, interaksi dengan pelanggan, hingga distribusi produk atau layanan. Berbeda dengan bisnis konvensional, bisnis digital tidak hanya menggunakan teknologi sebagai alat bantu, melainkan menjadikannya sebagai inti dari model bisnis itu sendiri. Teknologi seperti internet, aplikasi mobile, platform e-commerce, cloud computing, kecerdasan buatan, serta analitik data besar (big data analytics) menjadi fondasi utama dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis digital.

Pada dasarnya, bisnis digital mengintegrasikan berbagai elemen teknologi untuk menciptakan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pengalaman pengguna (user experience). Sebagai contoh, perusahaan ritel yang sebelumnya hanya menjual produk secara fisik kini dapat menjangkau konsumen global melalui toko daring dan sistem pembayaran digital. Bahkan, interaksi dengan pelanggan pun dapat dilakukan secara real-time melalui chatbot atau media sosial. Oleh karena itu, bisnis digital bukan hanya soal menjual produk secara online, melainkan tentang bagaimana teknologi dapat mengubah cara berpikir, bekerja, dan berinteraksi dalam keseluruhan ekosistem bisnis.

Transformasi menuju bisnis digital juga menuntut perubahan paradigma manajerial. Pengambilan keputusan harus berbasis data (data-driven decision making), struktur organisasi menjadi

lebih lincah (agile), serta pola kerja kolaboratif yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan kata lain, bisnis digital adalah wujud evolusi bisnis modern yang memanfaatkan kekuatan teknologi untuk menciptakan nilai baru dan merespons perubahan pasar secara lebih adaptif dan inovatif.

B. Ciri-ciri Bisnis Digital

Bisnis digital memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya secara signifikan dari bisnis konvensional. Salah satu ciri utama adalah ketergantungan pada teknologi digital dalam hampir seluruh aktivitas operasional dan strategis. Teknologi menjadi fondasi untuk menjalankan proses bisnis, mulai dari produksi, distribusi, pemasaran, layanan pelanggan, hingga manajemen data dan keuangan. Dengan demikian, kehadiran teknologi tidak lagi sekadar pelengkap, tetapi menjadi bagian tak terpisahkan dari model bisnis itu sendiri.

Ciri lainnya adalah otomatisasi proses dan efisiensi operasional. Bisnis digital umumnya mengandalkan sistem yang dapat bekerja secara otomatis, seperti penggunaan artificial intelligence (AI) untuk analisis perilaku konsumen, chatbot untuk layanan pelanggan, atau sistem enterprise resource planning (ERP) untuk mengintegrasikan berbagai fungsi dalam organisasi. Otomatisasi ini memungkinkan bisnis merespons lebih cepat terhadap kebutuhan pasar, mengurangi kesalahan manusia, dan menekan biaya operasional.

Selain itu, bisnis digital bersifat fleksibel dan skalabel. Artinya, bisnis dapat berkembang dengan cepat tanpa harus menambah aset fisik secara signifikan. Contohnya, sebuah aplikasi digital dapat diakses oleh jutaan pengguna dari berbagai belahan dunia tanpa perlu membuka cabang fisik. Kemampuan untuk

menyesuaikan diri secara cepat terhadap perubahan tren dan permintaan konsumen merupakan ciri penting yang membuat bisnis digital sangat kompetitif.

Ciri lainnya adalah fokus pada pengalaman pengguna (user experience) dan pemanfaatan data sebagai aset utama. Bisnis digital sangat bergantung pada data untuk memahami perilaku konsumen, mempersonalisasi layanan, serta merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran. Data yang dikumpulkan dari berbagai platform digital dianalisis secara mendalam untuk menciptakan pengalaman yang relevan, cepat, dan bernilai bagi pelanggan.

C. Bisnis dari Konvensional ke Digital

Perjalanan transformasi bisnis dari model konvensional menuju model digital merupakan respons atas perubahan besar dalam lanskap ekonomi global, perkembangan teknologi informasi, serta perubahan perilaku konsumen. Bisnis konvensional yang sebelumnya berfokus pada interaksi fisik, transaksi tatap muka, dan distribusi produk melalui saluran tradisional, kini perlahan bermigrasi ke sistem yang berbasis digital. Transformasi ini tidak hanya melibatkan perubahan pada alat atau media yang digunakan, tetapi juga mencakup perubahan mendasar dalam pola pikir, strategi, dan struktur operasional perusahaan.

Peralihan ini biasanya dimulai dari digitalisasi proses internal, seperti penggunaan perangkat lunak akuntansi, sistem informasi manajemen, atau otomatisasi inventaris. Selanjutnya, bisnis mulai beradaptasi dengan platform digital untuk menjangkau pelanggan, seperti membangun situs web, membuat akun media sosial, atau membuka toko daring di marketplace. Di tahap yang lebih maju, perusahaan dapat menciptakan model bisnis baru

berbasis digital seperti layanan berbasis langganan, produk digital, hingga platform kolaboratif.

Transformasi digital bukanlah proses yang instan. Perusahaan perlu menyiapkan infrastruktur teknologi, sumber daya manusia yang kompeten, dan budaya organisasi yang mendukung inovasi. Banyak tantangan yang harus dihadapi, seperti resistensi terhadap perubahan, keterbatasan anggaran, hingga ancaman keamanan data. Namun demikian, manfaat jangka panjang dari digitalisasi bisnis sangat besar, mulai dari peningkatan efisiensi, jangkauan pasar yang lebih luas, hingga kemampuan untuk bersaing di tingkat global.

Transformasi dari bisnis konvensional ke digital juga membuka peluang baru dalam menjalin hubungan yang lebih personal dan berkelanjutan dengan pelanggan. Melalui analitik data, bisnis dapat memahami preferensi pelanggan secara mendalam dan memberikan penawaran yang lebih relevan dan tepat waktu. Oleh karena itu, adaptasi terhadap model bisnis digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan strategis bagi setiap organisasi yang ingin bertahan dan berkembang di era disrupsi digital.

D. Komponen Utama Manajemen Bisnis Digital

Manajemen bisnis digital terdiri dari sejumlah komponen utama yang saling terintegrasi dan menjadi fondasi dalam mengelola operasional serta strategi bisnis berbasis teknologi. Komponen pertama adalah platform digital, yang mencakup situs web, aplikasi mobile, media sosial, dan sistem e-commerce. Platform ini menjadi kanal utama untuk menjalankan proses bisnis, mulai dari pemasaran hingga transaksi dengan pelanggan. Platform

digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan pengalaman pelanggan.

Komponen kedua adalah teknologi dan infrastruktur digital, seperti cloud computing, big data, kecerdasan buatan (AI), dan Internet of Things (IoT). Teknologi ini mendukung pengolahan informasi dalam skala besar, memungkinkan otomatisasi proses bisnis, serta menyediakan fleksibilitas dan kecepatan dalam pengambilan keputusan. Infrastruktur digital yang andal sangat penting agar bisnis tetap berjalan optimal tanpa gangguan teknis yang dapat merugikan operasional.

Selanjutnya, data dan analitik merupakan komponen vital dalam manajemen bisnis digital. Data menjadi bahan bakar utama untuk memahami pasar, mengukur kinerja, mengembangkan produk, dan merancang strategi bisnis yang berbasis fakta. Melalui analitik data, perusahaan dapat menggali wawasan dari perilaku konsumen, tren pasar, hingga performa internal secara real-time dan akurat.

Komponen penting lainnya adalah manajemen sumber daya manusia digital, yakni pengelolaan talenta yang mampu bekerja dalam ekosistem digital. Dibutuhkan SDM yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga adaptif, kreatif, dan memiliki kemampuan kolaboratif dalam tim virtual. Pelatihan dan pengembangan digital mindset menjadi investasi penting dalam menghadapi dinamika bisnis digital yang cepat berubah.

Terakhir, keamanan dan perlindungan data (cybersecurity) juga menjadi komponen krusial. Dalam lingkungan digital, risiko kebocoran data, serangan siber, dan penyalahgunaan informasi menjadi tantangan nyata. Oleh karena itu, manajemen bisnis digital harus membangun sistem keamanan yang kuat dan

memenuhi regulasi perlindungan data agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

MANAJEMEN BISNIS DI ERA DIGITAL



Humaidi, S.AB., M.A.B
Nisrina Ayu Lestari, S.Akun., M.M
Muhammad Fathoni, S.Kom., M.M
Devi Rusvitawati, S.Pd., M.M
Mohammad Adhiya Riswandha, S.M., M.Mgt., M.B.A