

# BISNIS DIGITAL

Buku \*Bisnis Digital\* menghadirkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana teknologi telah mengubah pola bisnis, strategi pemasaran, pengelolaan pelanggan, serta model ekonomi modern. Disusun secara sistematis dan berbasis riset mutakhir (2019–2025), buku ini membahas berbagai aspek kunci transformasi digital—mulai dari penggunaan Artificial Intelligence (AI), e-commerce, fintech, digital marketing, analitik data, hingga konsep \*green digital business\* yang menekankan keberlanjutan dan etika teknologi.

Dalam era disrupsi digital, keberhasilan bisnis tidak lagi hanya ditentukan oleh produk dan layanan, melainkan oleh kemampuan organisasi dalam \*beradaptasi, mengelola data, membangun ekosistem digital, serta menerapkan inovasi secara strategis\*. Buku ini menguraikan praktik terbaik (best practices), studi kasus perusahaan lokal dan global, serta panduan penerapan teknologi dalam strategi bisnis.

Lebih jauh, buku ini menyoroti evolusi perilaku konsumen digital, implikasi regulasi dan tata kelola teknologi, serta bagaimana model bisnis baru—seperti social commerce, embedded finance, metaverse economy, dan AI-driven enterprise—menciptakan peluang sekaligus tantangan baru.

Diperuntukkan bagi akademisi, mahasiswa bisnis dan teknologi, pelaku usaha, startup founder, konsultan, serta pemangku kebijakan, buku ini tidak hanya menawarkan teori, tetapi juga \*framework aplikatif, metode analisis, dan panduan implementasi digitalisasi bisnis\*. Pada bagian akhir, pembaca diberikan bekal metodologi penelitian bisnis digital dan arah riset masa depan, menjadikan buku ini sebagai referensi utama bagi pengembangan kajian akademik dan strategi bisnis berkelanjutan.



PENERBIT KESATUAN PRESS

Kampus IBI Kesatuan  
Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123  
Email: kesatuanpress@ibik.ac.id

MUMUH MULYANA  
FEBRY LODWYK RIHE RIWOE  
SITI SARAH

BISNIS DIGITAL

MUMUH MULYANA  
FEBRY LODWYK RIHE RIWOE  
SITI SARAH



# BISNIS digital



# **BISNIS DIGITAL**

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **BISNIS DIGITAL**

**Mumuh Mulyana  
Febry Lodwyk Rihe Riwoe  
Siti Sarah**



**BISNIS DIGITAL**

**Mumuh Mulyana  
Febry Lodwyk Rihe Riwoe  
Siti Sarah**

Desain Cover:  
**Mubarak**

Sumber:  
**Chat GPT AI**

Ukuran:  
**x, 228 hlm, Uk: 15,5x23 cm**

ISBN:

Cetakan Pertama:  
**Desember 2025**

Copyright @2025 pada Penulis



**PENERBIT KESATUAN PRESS**

Anggota IKAPI (366/Anggota Luar Biasa/JBA/2020)

**Kampus IBI Kesatuan**

Jalan Ranggagading No. 1 Bogor 16123

Email: [kesatuanpress@ibik.ac.id](mailto:kesatuanpress@ibik.ac.id)

# Kata Pengantar Penerbit

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terbitnya buku berjudul “Bisnis Digital”, yang hadir sebagai kontribusi penting dalam menjawab tantangan dan peluang transformasi ekonomi di era teknologi. Buku ini disusun secara sistematis dan komprehensif, menggabungkan perspektif akademik dan praktik bisnis terkini, sehingga dapat menjadi referensi strategis bagi mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, wirausahawan, serta pemangku kebijakan yang ingin memahami dinamika digitalisasi secara mendalam dan aplikatif.

Perkembangan teknologi seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)*, *Big Data Analytics*, *cloud computing*, dan *blockchain* telah mengubah secara fundamental cara bisnis dikelola, nilai dibangun, dan pelanggan dilayani. Revolusi Industri 4.0 hingga Society 5.0 menuntut adaptasi model bisnis ke arah lebih cerdas, berkelanjutan, dan humanis. Dalam konteks ini, buku “*Bisnis Digital*” memberikan wawasan strategis mengenai bagaimana teknologi dapat menjadi penggerak inovasi, akselerasi produktivitas, sekaligus sarana menciptakan nilai sosial dan lingkungan sesuai prinsip *Triple Bottom Line* dan integrasi terhadap *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

Penerbit menilai bahwa buku ini memiliki keunggulan dalam:

- menyajikan kerangka konseptual yang kuat dan relevan secara akademik;
- menyertakan studi kasus dan praktik terbaik dunia usaha;
- mengintegrasikan perspektif keberlanjutan dan digital ethics;
- serta menawarkan pendekatan masa depan terhadap pengembangan bisnis yang agile dan berbasis data.

Kami berharap buku ini tidak hanya menjadi bahan bacaan, tetapi juga sumber inspirasi dan panduan aplikatif bagi pembaca dalam merancang strategi bisnis digital yang kompetitif dan berdampak

positif. Di tengah percepatan transformasi digital global, literasi teknologi dan adaptasi model bisnis menjadi kunci keunggulan kompetitif nasional, dan buku ini hadir tepat waktu untuk mendukung proses tersebut.

Akhir kata, kami menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada penulis atas kerja keras dan dedikasinya, serta kepada seluruh pihak yang telah mendukung penerbitan buku ini. Semoga kehadiran buku "*Bisnis Digital*" memberikan manfaat luas dan menjadi bagian dari upaya bersama membangun ekosistem bisnis yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan.

Selamat membaca dan semoga menginspirasi.

Hormat Kami,  
**Penerbit Kesatuan Press**

# Prakata

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan, dan kesempatan sehingga buku berjudul "**Bisnis Digital**" ini dapat diselesaikan. Buku ini lahir dari keprihatinan sekaligus optimisme penulis terhadap cepatnya transformasi teknologi yang mengubah tatanan bisnis dunia, serta kebutuhan para pelaku usaha, akademisi, mahasiswa, dan masyarakat luas untuk memahami konsep, strategi, dan implementasi bisnis digital secara komprehensif, terstruktur, dan aplikatif.

Inspirasi penyusunan buku ini muncul dari interaksi penulis dengan beragam pelaku industri, UMKM, mahasiswa, dan mitra kolaborasi yang menghadapi tantangan adaptasi digital. Banyak yang ingin berubah, namun belum mengetahui arah dan strateginya. Sebaliknya, tidak sedikit bisnis digital yang berkembang pesat justru karena mampu memahami perilaku konsumen berbasis teknologi, mendesain model usaha yang agile, dan memanfaatkan data sebagai sumber daya strategis. Kondisi tersebut mendorong penulis untuk meramu pendekatan akademis dan praktik empiris agar buku ini tidak hanya menjadi bahan bacaan, tetapi juga panduan implementasi bagi siapa pun yang ingin berkembang dalam ekosistem digital.

Buku ini tidak hanya mengulas konsep dasar bisnis digital, tetapi juga membahas strategi transformasi, model bisnis inovatif, integrasi teknologi mutakhir, serta bagaimana bisnis digital diarahkan untuk menciptakan nilai keberlanjutan dan kesejahteraan sosial sesuai dengan prinsip *sustainable development* dan *triple bottom line*. Penulis berharap kehadiran buku ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam

literasi digital Indonesia dan menjadi bagian dari akselerasi pembentukan ekosistem bisnis yang inklusif, adaptif, dan kompetitif.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam buku ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat penulis harapkan guna penyempurnaan edisi selanjutnya. Terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga tercinta atas doa dan dukungannya, rekanrekan akademisi dan praktisi atas diskusi dan kolaborasinya, serta para mahasiswa dan pelaku bisnis yang menjadi sumber inspirasi dalam memahami realitas lapangan.

Semoga buku ini memberikan manfaat seluasluasnya dan menjadi pemantik lahirnya inovasi bisnis digital yang berdaya saing tinggi sekaligus berdampak positif bagi masyarakat.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Bogor, 25 November 2025

Penulis

# Daftar Isi

Kata Pengantar Penerbit.....	v
Prakata .....	vii
Daftar Isi .....	ix

## **BAB 1: PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Definisi dan Ruang Lingkup Bisnis Digital .....	2
1.2 Sejarah Transformasi Digital dalam Bisnis .....	6
1.3 Karakteristik Bisnis Digital vs Bisnis Konvensional .....	10
1.4 Tren Global dan Nasional .....	14

## **BAB 2: EKONOMI DIGITAL & LANSKAP INDUSTRI 4.0**

2.1 Konsep Ekonomi Digital .....	20
2.2 Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 .....	21
2.3 Dampak Ekonomi Digital pada UMKM, Startup, dan Korporasi .....	29
2.4 Statistik dan Data Terbaru Ekonomi Digital Indonesia .....	31

## **BAB 3: MODEL BISNIS DIGITAL ..... 35**

3.1 Business Model Canvas dalam Konteks Digital .....	36
3.2 PlatformBased Business (Gojek, Tokopedia, Shopee) .....	39
3.3 Freemium, Subscription, Marketplace, Sharing Economy .....	41
3.4 Studi Kasus: ECommerce dan Fintech .....	44

**BAB 4: TEKNOLOGI KUNCI DALAM BISNIS DIGITAL... 47**

4.1 Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning..... 48  
4.2 Big Data & Business Analytics..... 50  
4.3 Cloud Computing ..... 52  
4.4 Internet of Things (IoT) ..... 54  
4.5 Blockchain dalam Bisnis ..... 57

**BAB 5: PEMASARAN DIGITAL ..... 63**

5.1 Konsep Pemasaran Digital dan Perbedaannya dengan Pemasaran Tradisional ..... 64  
5.2 SEO, SEM, Media Sosial, dan Konten Pemasaran..... 66  
5.3 Influencer Marketing ..... 72  
5.4 Analitik Digital untuk Memahami Konsumen 75

**BAB 6: KEUANGAN DIGITAL (DIGITAL FINANCE) ..... 79**

6.1 Fintech: Payment Gateway, PeertoPeer Lending, Crowdfunding ..... 80  
6.2 Cryptocurrency dan Aset Digital ..... 82  
6.3 Digital Banking dan Mobile Payment..... 85  
6.4 Regulasi Keuangan Digital di Indonesia..... 87

**BAB 7: INOVASI DAN STARTUP DIGITAL ..... 91**

7.1 Ekosistem Startup Digital..... 92  
7.2 Inovasi Disruptif vs Inovasi Inkremental..... 94  
7.3 Inkubator dan Akselerator Bisnis ..... 98  
7.4 Studi Kasus Startup Sukses Indonesia..... 102

**BAB 8: ECOMMERCE DAN MARKETPLACE ..... 107**

8.1 Konsep Dasar Ecommerce..... 108  
8.2 Infrastruktur dan Logistik Ecommerce ..... 111

8.3 Strategi Pengelolaan Marketplace .....	114
8.4 Perlindungan Konsumen Digital .....	117
<b>BAB 9: MANAJEMEN OPERASI BISNIS DIGITAL .....</b>	<b>121</b>
9.1 Transformasi Rantai Pasok Berbasis Digital ..	122
9.2 Sistem ERP dan CRM Digital.....	124
9.3 Automasi dan Robotisasi Proses Bisnis .....	129
9.4 Efisiensi Operasional Berbasis Data .....	133
<b>BAB 10: HUKUM, REGULASI, DAN ETIKA BISNIS DIGITAL .....</b>	<b>137</b>
10.1 Perlindungan Data Pribadi (UU PDP 2022).	138
10.2 Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital .....	141
10.3 Cyber Law & Cybercrime.....	145
10.4 Isu Etika: Privasi, Bias Algoritma, Tanggung Jawab Sosial.....	148
<b>BAB 11: SDM DAN KEPEMIMPINAN DIGITAL.....</b>	<b>153</b>
11.1 Kompetensi Digital untuk Tenaga Kerja .....	154
11.2 Digital Leadership dan Budaya Inovasi .....	156
11.3 Manajemen Tim Virtual.....	160
11.4 Kesehatan Mental dan WorkLife Balance di Era Digital .....	163
<b>BAB 12: KEBERLANJUTAN DAN GREEN DIGITAL BUSINESS .....</b>	<b>165</b>
12.1 Bisnis Digital dan Sustainable Development Goals (SDGs) .....	166
12.2 Konsep Green Economy dan Green IT.....	173
12.3 Dampak Lingkungan dari Ekonomi Digital.	175
12.4 Strategi Keberlanjutan dalam Bisnis Digital	176

**Bab 13 TANTANGAN DAN MASA DEPAN BISNIS DIGITAL ..... 179**

- 13.1 Risiko Dan Tantangan: Cyber Security, Digital Divide, Ketergantungan Teknologi ... 180
- 13.2 Tren Masa Depan: Metaverse, Web 3.0, Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR)..... 182
- 13.3 Persaingan global dan kedaulatan digital .... 185
- 13.4 Prediksi arah perkembangan bisnis digital di Indonesia ..... 187

**BAB 14 PENELITIAN BISNIS DIGITAL ..... 197**

- 14.1 Topik-topik riset mutakhir: AI, e-commerce, fintech, digital marketing, green digital business..... 198
- 14.2 Metodologi penelitian bisnis digital: kuantitatif, kualitatif, dan mixed-methods.....202
- 14.3 Penggunaan big data dan analitik dalam riset .....204
- 14.4 Studi literatur terkini (2019–2024).....206
- 14.5 Panduan menyusun proposal penelitian bisnis digital.....212

**DAFTAR PUSTAKA.....215**

**PROFIL PENULIS.....221**