

Perencanaan dan Pengembangan Bisnis di Era Digital

Yoghananda Dec'caprio*¹
Tegar Fajar Ramadhan Makatita²
Sonja Andarini³
Indah Respati Kusumasari⁴

^{1,2,3,4} Program Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
*e-mail: 22042010186@student.ac.id¹

Abstrak

Perencanaan dan pengembangan bisnis di era digital adalah kunci untuk mencapai tujuan bisnis yang efektif. Perusahaan perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta menggunakan teknologi inovatif untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Transformasi digital memungkinkan perusahaan meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dan menyelaraskan aktivitas strategis, pemasaran, dan penjualan. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen, perusahaan harus mengembangkan strategi bisnis yang efisien, mengoptimalkan kelebihan, mengatasi kelemahan, dan mengelola ancaman. Dengan perancangan, implementasi, dan strategi yang tepat, perusahaan dapat mencapai tujuan bisnis yang efektif dan efisien di era digital.

Kata kunci: Perencanaan, Pengembangan, Bisnis, Digital

Abstract

Business planning and development in the digital era is the key to achieving effective business goals. Companies need to adapt to developments in information and communication technology, and use innovative technology to gain a competitive advantage. Digital transformation allows companies to increase the value offered to customers and align strategic, marketing and sales activities. In facing changes in consumer behavior, companies must develop efficient business strategies, optimize strengths, overcome weaknesses and manage threats. With the right design, implementation and strategy, companies can achieve effective and efficient business goals in the digital era.

Keywords: Planning, Development, Business, Digital

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, transformasi bisnis telah menjadi keharusan bagi organisasi di seluruh dunia. Perubahan ini tidak hanya melibatkan interaksi dengan teknologi, tetapi juga merambah ke dalam perancangan, pengembangan, dan manajemen bisnis secara menyeluruh. Kemajuan teknologi digital tidak hanya mengubah cara kerja, tetapi juga memengaruhi tuntutan pasar dan perilaku konsumen. Sebagai hasilnya, organisasi harus mengadopsi pendekatan yang inovatif dalam mengembangkan dan merencanakan bisnis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin global dan dinamis. Era digital saat ini membawa banyak peluang baru seiring dengan tantangan yang signifikan bagi pelaku bisnis dan ekonomi. Transformasi ekonomi dan bisnis yang terjadi bukan hanya sekedar mengubah cara interaksi antar individu, tetapi juga memengaruhi struktur dan dinamika bisnis secara keseluruhan. Teknologi telah memudahkan akses ke informasi, memungkinkan komunikasi yang lebih efisien, dan membuka peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Pandemi Covid-19 telah mempercepat perubahan ini dengan membatasi kegiatan di luar rumah, termasuk kegiatan belanja, dan mendorong peningkatan signifikan dalam belanja online. Indonesia, seperti negara lain di seluruh dunia, telah menghadapi berbagai kebijakan pembatasan seperti WFH (Work From Home), Social Distancing, dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang semuanya mempengaruhi dinamika bisnis dan pola konsumsi masyarakat. Dalam konteks ini, artikel ini akan menguraikan bagaimana praktik bisnis tradisional harus beradaptasi dengan kehadiran teknologi digital. Kami akan mengeksplorasi strategi pengembangan bisnis

yang efektif, mempertimbangkan bagaimana organisasi dapat memanfaatkan berbagai alat dan platform digital untuk meningkatkan kinerja mereka, mengoptimalkan efisiensi, dan meraih keunggulan kompetitif di pasar yang berubah dengan cepat. Namun demikian, kita juga akan mengidentifikasi dan memperhatikan tantangan yang mungkin dihadapi oleh organisasi dalam mengadopsi teknologi digital, termasuk masalah privasi, keamanan data, dan perubahan budaya internal. Meskipun demikian, di tengah tantangan tersebut, akan ada peluang yang muncul, seperti akses yang lebih besar ke pasar global, personalisasi layanan pelanggan, dan inovasi produk yang lebih cepat. Melalui analisis mendalam dan diskusi konseptual, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi para pemimpin bisnis, manajer, dan praktisi Administrasi Bisnis guna mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mereka dapat memanfaatkan potensi penuh teknologi digital dalam pengembangan dan perencanaan bisnis di era ini.

Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam dunia bisnis. Revolusi digital ini telah mengubah cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan bertransaksi secara mendasar. Perkembangan teknologi seperti internet, komputasi awan, kecerdasan buatan, dan analitik data telah membuka pintu untuk kemajuan yang tak terbatas dalam berbagai aspek bisnis. Perkembangan internet yang semakin berkembang telah mengubah perilaku konsumen, menciptakan ekspektasi baru terkait kenyamanan, personalisasi, dan kecepatan layanan. Fenomena belanja online, sebagai salah satu contoh, telah menjadi tren tersendiri di masyarakat, menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan aksesibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan perkembangan ini juga datang tantangan baru bagi perusahaan.

Mereka harus dapat menavigasi melalui kompleksitas lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, sambil mempertahankan relevansi dan daya saing mereka di pasar yang semakin global dan dinamis. Perusahaan harus menyesuaikan model bisnis mereka agar dapat memanfaatkan potensi teknologi digital sepenuhnya. Ini termasuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, mengoptimalkan rantai pasokan, dan mengembangkan produk dan layanan yang inovatif. Untuk mencapai hal ini, organisasi harus memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana teknologi digital dapat diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan dan perencanaan bisnis mereka. Mereka juga dihadapkan pada tantangan baru, seperti keamanan data, kebutuhan akan keterampilan baru, dan tekanan untuk terus berinovasi. Dalam konteks ini, pemangku kepentingan bisnis perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi digital dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Maka dari itu, tujuan artikel ini untuk menunjukkan gambaran komprehensif tentang manfaat teknologi digital dalam pengembangan dan perencanaan bisnis di era digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan, peluang, dan strategi yang terlibat, diharapkan artikel ini dapat memberikan panduan berharga bagi praktisi Administrasi Bisnis untuk menghadapi dinamika kompleks yang terjadi dalam lingkungan bisnis saat ini.

Rumusan Masalah

Dalam artikel ini, akan dibahas lebih lanjut tentang peran teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. Terdapat beberapa aspek penting yang akan dibahas secara terperinci, yaitu:

1. Tantangan dan risiko yang dihadapi dalam transformasi digital Peluang dan Tantangan di Era Industri 4.0
2. Apa saja model bisnis baru yang bisa untuk bisa bertahan, berkembang dan memenangkan kompetisi di era digital?
3. Bagaimana perubahan model bisnis dipengaruhi oleh teknologi?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam pengembangan dan perencanaan bisnis di era digital, dengan fokus pada dampaknya terhadap struktur bisnis, model operasi, dan interaksi dengan pelanggan. Kami juga bertujuan untuk mengeksplorasi

praktik terbaik dalam pengembangan bisnis yang berbasis teknologi digital, dengan tujuan meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan kinerja, dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami tantangan utama yang dihadapi oleh organisasi dalam mengadopsi teknologi digital, serta mengidentifikasi peluang yang muncul dari transformasi digital tersebut. Kami berupaya memberikan wawasan strategis kepada pemimpin bisnis, manajer, dan praktisi Administrasi Bisnis tentang bagaimana mereka dapat mengembangkan rencana bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang didorong oleh teknologi digital. Akhirnya, penelitian ini juga bertujuan untuk membangun kerangka konseptual yang kokoh untuk memahami interaksi antara teknologi digital dan pengembangan bisnis, serta menawarkan panduan praktis untuk menerapkannya dalam konteks bisnis yang beragam.

METODE

Perencanaan Bisnis

Menurut George R. Terry dalam (Nurul Huda, 2022) (Saepurohman, 2021), Perencanaan adalah pemilihan suatu fakta dan usaha untuk menggabungkan antar fakta. Kemudian selanjutnya dibuat prediksi dan peramalan mengenai kondisi dan perumusan aktivitas di masa mendatang yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David dalam (Strategic Management: Concepts and Cases: 2019) Perencanaan bisnis adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi tujuan-tujuan bisnis, menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut, serta merancang strategi dan rencana tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan bisnis juga mencakup pengelolaan risiko, alokasi sumber daya, dan pengembangan strategi jangka panjang dan jangka pendek.

Dalam perencanaan bisnis, tujuan dapat beragam, termasuk pertumbuhan bisnis, keuntungan, keberlanjutan, ekspansi pasar, atau penciptaan nilai bagi para pemangku kepentingan (stakeholders) bisnis. Proses perencanaan bisnis juga melibatkan penilaian terhadap lingkungan bisnis eksternal, seperti tren pasar, persaingan, perubahan regulasi, dan faktor-faktor ekonomi, serta evaluasi terhadap faktor-faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Perencanaan bisnis memberikan landasan bagi sebuah organisasi untuk membuat keputusan yang terinformasi dan bergerak maju dengan strategi yang jelas dan terukur. Ini membantu dalam mengidentifikasi peluang baru, mengatasi tantangan, dan merespons perubahan pasar dengan lebih efektif.

Menurut Jackson et al. dalam (Imam Malik, 2020:45) (Solihin, 2007:5) Perencanaan mencakup visi, misi tujuan usaha yang ingin dicapai, strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan, kebijakan usaha yang ditetapkan perusahaan, program, prosedur, dan anggaran.

Menurut Joel G et al. dalam (Imam Malik, 2020:45) (Fahmi, 2013:35) mendefinisikan perencanaan adalah pemilihan tujuan jangka pendek dan jangka panjang serta merencanakan taktik dan strategi untuk mencapai tujuan.

Pengembangan Bisnis

Menurut penelitian gelombang ekonomi digital yang hadir dengan mendatangkan ekualitas peluang yang inklusif menjadi tantangan bagi industri untuk terus menghasilkan inovasi baru. Bukan hanya bagi industri saja, para pelaku startup juga harus mampu bersaing dengan cara melakukan kolaborasi dan sinergi (Vania & Anwar, 2022). Ini konsisten dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa bisnis di segala sektor harus menggunakan kemajuan teknologi tidak hanya untuk tetap bersaing, tetapi juga untuk menjaga kelangsungan hidup mereka. Para peneliti setuju dengan pandangan tersebut karena sekarang banyak perusahaan yang kehilangan pangsa pasar mereka karena gagal mengadopsi strategi digital yang sesuai untuk bisnis mereka. Di era digital saat ini sistem dan proses lama harus dipikirkan ulang, dan teknologi baru harus diterapkan agar bisnis tetap kompetitif dan berkembang (Supriyanto & Hana, 2020).

Bisnis Digital

Menurut Echo Perdana Kusumah dalam (Pengantar Bisnis Digital: Handbook For Students, 2023:1) Bisnis digital adalah suatu bentuk bisnis yang menggunakan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, mempermudah transaksi, dan meningkatkan efisiensi bisnis. Bisnis digital juga mengacu pada bisnis yang beroperasi melalui internet dan media sosial. Sekarang ini, bisnis digital sedang berkembang pesat dan menjadi pilihan bagi banyak pelaku bisnis, terutama karena memudahkan akses pasar dan memperluas jangkauan. Selain itu, bisnis digital juga memungkinkan pelaku bisnis untuk mengukur efektivitas pemasaran dan membuat keputusan yang lebih informatif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini terdiri dari empat tahap utama. Tahap pertama adalah identifikasi masalah, di mana peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ingin dijawab, yaitu bagaimana teknologi berperan dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. Setelah itu, dilakukan studi literatur untuk memahami konsep dan teori terkait peran teknologi tersebut. Sumber literatur yang digunakan mencakup buku, jurnal, artikel, dan website resmi terkait. Tahap berikutnya adalah penentuan metode penelitian. Dalam artikel ini, metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Studi kasus digunakan untuk menganalisis beberapa contoh bisnis yang telah sukses mengadopsi teknologi dalam bisnis mereka, sementara wawancara dilakukan dengan ahli dan praktisi di bidang teknologi dan bisnis untuk mendapatkan pandangan mereka. Langkah terakhir adalah pengumpulan data. Setelah metode penelitian ditentukan, peneliti akan menyatukan data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dari penelitian. Data ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk laporan keuangan, data statistik, serta hasil wawancara dengan para ahli dan praktisi. Dengan demikian, dengan mengikuti empat tahap ini, penelitian akan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang perencanaan dan pengembangan bisnis di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan dan risiko dalam menghadapi transformasi digital di era Industri 4.0.

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam dunia bisnis, membawa sejumlah tantangan dan risiko yang memunculkan peluang serta tantangan di era Industri 4.0. Dalam menghadapi transformasi ini, perusahaan dihadapkan pada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangan utama adalah kompleksitas teknologi yang terus berkembang. Dengan munculnya teknologi seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan analitik data, organisasi harus memahami dan mengintegrasikan berbagai teknologi ini ke dalam strategi bisnis mereka. Namun, pemahaman dan pengelolaan teknologi ini bisa menjadi sulit bagi perusahaan yang belum memiliki kemampuan teknis yang memadai. Transformasi digital membutuhkan investasi besar dalam infrastruktur teknologi, perangkat lunak, dan pelatihan karyawan. Biaya ini bisa menjadi hambatan bagi perusahaan dengan anggaran terbatas, dan banyak organisasi yang perlu mempertimbangkan dengan cermat investasi mereka untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan bisnis mereka.

Survei McKinsey (Maret 2017) terhadap 300 pemimpin perusahaan terkemuka di Asia Tenggara menunjukkan sebanyak 9 dari 10 responden percaya terhadap efektivitas Industri 4.0. dan hampir tidak ada yang meragukannya. Namun, ketika diminta pendapat mengenai kesiapan mereka terhadap perubahan tersebut, hanya 48 persen yang mengakui kesiapan mereka. Sebenarnya, menuju era Industri 4.0 ini akan memberikan keuntungan bagi sektor swasta. Perusahaan besar yang terintegrasi akan dapat mengoptimalkan dan menyederhanakan rantai pasokannya. Di sisi lain, adopsi sistem manufaktur yang didukung oleh teknologi digital juga akan membuka peluang baru bagi UKM penyedia teknologi seperti sensor, robotika, pencetakan 3D, dan teknologi komunikasi antar-mesin.

Transformasi digital juga membawa sejumlah peluang bagi perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi baru, organisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka,

meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka. Misalnya, dengan menerapkan analitik data, perusahaan mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai perilaku konsumen dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Peluang ini diiringi dengan risiko, terutama dalam hal keamanan data. Semakin banyaknya data yang dihasilkan dan digunakan dalam konteks digital meningkatkan risiko terhadap serangan cyber dan pelanggaran privasi. Maka dari itu, perusahaan perlu menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi data mereka dan memastikan keamanan sistem mereka.

Perubahan model bisnis yang dipengaruhi oleh teknologi?

Perubahan model bisnis yang dipengaruhi oleh teknologi telah menjadi fenomena yang tak terhindarkan di era digital. Teknologi tidak hanya memungkinkan inovasi baru, tetapi juga mengubah cara tradisional perusahaan beroperasi dan menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan kesuksesan. Satu perubahan yang signifikan adalah pergeseran dari model bisnis berbasis fisik menjadi model bisnis berbasis digital. Di era digital ini, banyak perusahaan mulai memanfaatkan platform online dan aplikasi mobile untuk menyediakan produk dan layanan mereka kepada pelanggan. Contohnya adalah toko daring yang memungkinkan pelanggan untuk berbelanja secara online tanpa harus pergi ke toko fisik. Pengalaman berbelanja secara daring juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi. Selain itu, berbelanja secara online semakin dipermudah dengan tersedianya berbagai metode pembayaran, termasuk transfer melalui bank, layanan perbankan melalui ponsel, pembayaran di minimarket, dan juga metode pembayaran tunai saat barang diterima (COD/Cash on Delivery). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan.

Teknologi juga mendorong perusahaan untuk mengadopsi model bisnis berlangganan dan berbasis layanan. Dengan model ini, pelanggan membayar biaya langganan bulanan atau tahunan untuk mengakses produk atau layanan tertentu secara terus-menerus. Contoh dari model bisnis ini termasuk layanan streaming video seperti Netflix dan Spotify. Selain perubahan dalam cara produk dan layanan disampaikan kepada pelanggan, teknologi juga telah mengubah model bisnis dalam hal monetisasi data. Perusahaan kini dapat mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data pelanggan untuk menghasilkan pendapatan tambahan melalui berbagai cara, seperti penargetan iklan yang lebih tepat dan penawaran produk yang disesuaikan. Namun, perubahan model bisnis ini juga membawa risiko tersendiri. Misalnya, perusahaan harus mempertimbangkan masalah privasi data dan keamanan informasi saat mengumpulkan dan menggunakan data pelanggan. Selain itu, persaingan yang ketat di pasar digital dapat membuat sulit bagi perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar mereka dan mencapai keunggulan kompetitif.

Berbagai model bisnis baru yang mampu bertahan dan berkembang di era industri 4.0

Era digital telah menciptakan lingkungan bisnis yang sangat dinamis, memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan ulang model bisnis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di era Industri 4.0. Berbagai model bisnis baru telah muncul sebagai respons terhadap tantangan dan peluang yang di timbulkan oleh teknologi digital. Salah satu model bisnis yang semakin populer adalah model bisnis berlangganan (subscription-based). Dalam model ini, pelanggan membayar biaya langganan untuk mendapatkan akses ke produk atau layanan secara terus-menerus. Contoh dari model bisnis ini termasuk layanan streaming musik dan video seperti Spotify dan Netflix. Model bisnis berlangganan ini memberikan stabilitas pendapatan jangka panjang bagi perusahaan sambil membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan.

Model bisnis platform saat ini semakin umum di era digital. Dalam model ini, perusahaan menyediakan platform atau pasar digital di mana pengguna dapat berinteraksi dan melakukan transaksi. Contohnya adalah traveloka yang menyediakan platform bagi pemilik properti untuk menyewakan tempat tinggal mereka kepada pelanggan. Model bisnis platform memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan penjual dan pembeli secara efisien, sambil menghasilkan pendapatan dari biaya transaksi atau iklan.

Teknologi digital sangat memfasilitasi perkembangan model bisnis berbasis layanan (service-based). Dalam model ini, perusahaan fokus pada penyediaan layanan daripada produk fisik. Misalnya, perusahaan teknologi informasi dapat menawarkan layanan manajemen infrastruktur TI daripada menjual perangkat keras. Model bisnis berbasis layanan memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan dan lebih fleksibel dalam menyesuaikan penawaran mereka. Namun, meski berbagai model bisnis baru menawarkan peluang yang menarik, mereka juga menimbulkan tantangan tersendiri. Perusahaan harus mempertimbangkan masalah keamanan data, privasi pelanggan, dan persaingan yang ketat di pasar digital. Selain itu, perusahaan juga perlu memastikan bahwa model bisnis mereka dapat menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Dengan memahami berbagai model bisnis baru yang muncul di era Industri 4.0 dan mengatasi tantangan yang terkait, perusahaan dapat memanfaatkan potensi penuh dari teknologi digital untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang semakin digital ini.

KESIMPULAN

Transformasi digital membawa sejumlah peluang yang menarik bagi perusahaan, namun juga menimbulkan tantangan yang signifikan. Dengan memahami dan mengatasi tantangan ini, organisasi dapat memanfaatkan potensi penuh dari era Industri 4.0 untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam lingkungan bisnis yang semakin digital ini. Perubahan model bisnis yang dipengaruhi oleh teknologi menawarkan peluang besar bagi pertumbuhan dan inovasi, tetapi juga menimbulkan tantangan yang harus diatasi oleh perusahaan. Dengan memahami tren dan mengambil langkah-langkah yang tepat, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi teknologi digital untuk mencapai kesuksesan dalam era bisnis yang semakin digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aang Royyana. (2021). Strategi transformasi digital pada pt. Kimia farma (persero) tbk. *Journal of Information Systems for Public Health*, 5(2), 15–15. <https://doi.org/10.22146/jisph.34179>
- Aisyah, E., Fauji, D., Puspasari, I., Rahadjeng, E., Nurjannah, D., Subhan, E., Mahmud, Saptaria, L., Rahman, F., Arisman, & Utami, B. (2022, May). *Transformasi Bisnis Digital*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Amalia, R. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN DAYA BELI KONSUMEN TERHADAP BELANJA ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>
- Astuti, A., Sayudin, & Muharam, A. (2023, September 9). *PERKEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL*. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*. <https://jml.rivierapublishing.id/index.php/rp>
- David, F. R., & David, F. R. (2019). *Strategic management : concepts and cases : how to gain and sustain competitive advantage*. Prentice Hall.
- Huda, N. (2022). KONSEP PERENCANAAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi (Online)*, 1(2), 341–355. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.79>
- Kusumah, E. P. (2023). Pengantar Bisnis Digital: Handbook For Students. In *Zenodo* (Vol. 1). Rumah Pendidikan. <https://zenodo.org/records/7675819>
- Malik, I. (2020). STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENGHADAPI PERDAGANGAN BEBAS MASYARAKAT EKONOMI ASEAN. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v3i1.3051>
- Novianti Indah Putri, Yudi Herdiana, Yaya Suharya, & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRBIS Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.38204/atrbis.v7i1.600>