

BISNIS DIGITAL



Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom



Pusat Karir dan Riset
STIE Mulia Pratama

BISNIS DIGITAL



Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom



Pusat Karir dan Riset
STIE Mulia Pratama

Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga buku ajar Bisnis Digital ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai salah satu sumber pembelajaran untuk mendukung proses perkuliahan mata kuliah Bisnis Digital pada Program Studi Akuntansi maupun program studi lain yang relevan dengan bidang ekonomi, bisnis, dan teknologi informasi.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Era transformasi digital ditandai dengan semakin luasnya pemanfaatan internet, komputasi awan (cloud computing), big data, kecerdasan buatan (artificial intelligence), Internet of Things (IoT), serta berbagai inovasi teknologi lainnya yang mengubah cara organisasi beroperasi dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Perubahan tersebut menghadirkan berbagai peluang sekaligus tantangan yang perlu dipahami oleh mahasiswa sebagai calon profesional dan pelaku bisnis di masa depan.

Buku ini disusun secara sistematis berdasarkan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan dirancang dalam format pembelajaran mingguan (weekly learning module). Materi disajikan dalam 14 topik pembelajaran yang mencakup konsep dasar hingga penerapan bisnis digital dalam berbagai konteks organisasi. Setiap topik dilengkapi dengan penjelasan teoritis, contoh kasus, diskusi, latihan, serta aktivitas pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis mahasiswa.

Pokok bahasan yang dibahas dalam buku ini meliputi pengantar bisnis digital dan ekonomi digital, model bisnis digital, e-

commerce dan marketplace, transformasi digital organisasi, digital marketing, content marketing, analitik data digital, teknologi finansial (financial technology), startup dan inovasi digital, regulasi dan etika digital, perlindungan data, keamanan siber, hingga penyusunan proyek bisnis digital. Dengan cakupan materi tersebut, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai ekosistem bisnis digital yang berkembang pesat saat ini.

Penulis berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa dalam memahami konsep dan praktik bisnis digital secara lebih mendalam. Selain itu, buku ini diharapkan dapat digunakan oleh dosen, praktisi, peneliti, maupun masyarakat umum yang memiliki minat terhadap perkembangan bisnis dan teknologi digital.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan pada edisi berikutnya.

Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, meningkatkan literasi digital, serta mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era ekonomi digital.

Bekasi, 19 Juni 2026

Penulis

BISNIS DIGITAL

Penulis :

Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom.

ISBN :

-

Desain Sampul dan Tata Letak :

Murdan Sianturi, M.Kom.

Penerbit :

Pusat Karir dan Riset
STIE Mulia Pratama

Redaksi :

Gedung STIE Mulia Pratama
Lantai 1, Jl. H.M. Joyomartono Kav. 5 Kota Bekasi
Bekasi Timur 17113
Telp. 021 88353599, 88354599
Fax 021 88359799

Cetakan Pertama, Juni 2026

Hak cipta dilindungi undang-undang

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

DAFTAR ISI

Pengantar	iv
DAFTAR ISI	vii
Week 1	1
Pengantar Bisnis Digital	1
dan Industri 4.0	1
Tujuan Pembelajaran	1
1. Apa Itu Bisnis Digital?	1
2. Pengantar Revolusi Industri 4.0.....	2
3. Transformasi dari Bisnis Tradisional ke Digital	2
Perbandingan:	3
Contoh Transformasi:	3
4. Manfaat Bisnis Digital	3
5. Tugas Individu.....	3
Week 2	4
Ekonomi Digital dan Disrupsi Teknologi	4
Tujuan Pembelajaran	4
1. Konsep Ekonomi Digital	4
2. Disrupsi Teknologi	5
Pengertian	5
Ciri-ciri Disrupsi:.....	5
3. Studi Kasus Tokopedia	5
Latar Belakang:	5
Disrupsi yang Dibawa:	5
Inovasi Tokopedia:.....	6
4. Studi Kasus Gojek	6
Latar Belakang:	6
Disrupsi yang Dibawa:	6
Inovasi Gojek:	6
5. Diskusi Kelas (Opsional Online/Offline)	6
6. Tugas Individu.....	7

Week 3	8
Model Bisnis Digital (Canvas & Platform)	8
Tujuan Pembelajaran	8
Pengantar Model Bisnis Digital	8
Ciri khas model bisnis digital:	8
2. Business Model Canvas (BMC)	9
3. Model Bisnis Platform Digital	10
Contoh Platform:	10
4. Simulasi Model Bisnis Digital (Kelompok/Individu)	10
5. Tugas Individu	11
Week 4	14
E-Commerce & Marketplace	14
Tujuan Pembelajaran	14
1. Pendahuluan: Apa itu E-Commerce dan Marketplace?	14
E-Commerce	14
2. Perbedaan E-Commerce vs Marketplace	14
3. Jenis-Jenis E-Commerce	15
4. Komponen Penting E-Commerce	15
5. Model Bisnis Marketplace	16
6. Kelebihan & Kekurangan	16
7. Strategi Sukses di E-Commerce & Marketplace	17
8. Contoh Kasus	17
Kasus: Brand Lokal "Erigo"	17
9. Tugas Individu	17
10. Kesimpulan	17
Week 5	19
Transformasi Digital pada Bisnis Konvensional	19
Tujuan Pembelajaran	19
1. Apa Itu Transformasi Digital?	19
2. Mengapa Bisnis Harus Melakukan Transformasi Digital?	19
3. Perbandingan Bisnis Konvensional vs Bisnis Digital	20
4. Langkah-Langkah Transformasi Digital pada Bisnis	20
5. Contoh Transformasi Digital pada Berbagai Sektor	20
6. Tantangan Transformasi Digital	21
7. Studi Kasus: Warung Bakso Pak Darto	21
8. Diskusi Kelas	22
9. Tugas Individu	22
Week 6	23
Digital Marketing: SEO, SEM & Social Media Marketing	23

Tujuan Pembelajaran	23
1. Pengantar Digital Marketing.....	24
2. Tiga Pilar Utama Digital Marketing Minggu Ini	24
A. SEO (Search Engine Optimization)	24
B. SEM (Search Engine Marketing)	24
C. Social Media Marketing.....	25
3. Tools Pemasaran Digital	25
4. Contoh Kasus: Bisnis Kopi Kekinian	26
5. Tugas Mahasiswa.....	26
6. Penutup	26
Week 7	28
Content Marketing & Influencer Strategy	28
Tujuan Pembelajaran	28
A. Konsep Dasar Content Marketing	28
1. Definisi	28
2. Tujuan Utama	28
3. Jenis Konten yang Populer	28
B. Strategi Influencer Marketing	29
1. Definisi	29
2. Tipe Influencer:.....	29
3. Format Kolaborasi:	29
C. Studi Kasus Kampanye Sukses	29
Case Study 1: Scarlett Whitening	29
Case Study 2: Gojek – “#PastiAdaJalan”	30
D. Prinsip Analisis Kampanye Konten	30
E. Tugas Kelompok Minggu Ini	30
Week 9	32
Big Data & Analitik Digital dalam Bisnis.....	32
Tujuan Pembelajaran	32
1. Pengantar Big Data	32
Apa itu Big Data?	32
5V dalam Big Data:	32
2. Jenis-Jenis Data Digital dalam Bisnis	32

3. Teknologi & Tools Big Data	33
4. Analitik Digital (Digital Analytics)	33
5. Contoh Penggunaan Big Data & Analitik dalam Bisnis	33
6. Tools Analitik Digital Populer.....	33
Tools analitik digunakan untuk memvisualisasikan dan memahami perilaku pengguna secara real-time (Chaffey, 2023).	34
Tools:	34
7. Studi Kasus Singkat	34
Contoh: Tokopedia	34
8. Diskusi Kelas	34
9. Tugas Individu.....	34
Week 10	36
Fintech dan Digital Payment	36
Tujuan Pembelajaran	36
1. Pengantar Fintech (Financial Technology).....	36
Apa itu Fintech?.....	36
2. Jenis-Jenis Fintech	36
3. Digital Payment (Pembayaran Digital).....	37
Apa itu Digital Payment?	37
Contoh Ilustrasi Kasus	37
4. Manfaat Fintech & Digital Payment	37
5. Tantangan dan Risiko Fintech.....	38
6. Regulasi & Otoritas Pengawas.....	38
OJK (Otoritas Jasa Keuangan)	38
Bank Indonesia (BI).....	38
Cek legalitas Fintech:.....	38
7. Diskusi Kelas	39
8. Tugas Kelompok	39
Studi Kasus Mini:	39
9. Kesimpulan (Summary)	39
Week 11	41
Startup dan Inovasi Digital	41
Tujuan Pembelajaran	41
1. Pengantar	42
2. Definisi Startup	42
3. Karakteristik Startup.....	42

4. Tahapan Perkembangan Startup	43
Ideation (Ideasi).....	43
Validation (Validasi Pasar)	43
Early Stage	43
Growth Stage	43
Maturity / Exit.....	43
5. Inovasi Digital	43
Pengertian Inovasi Digital.....	44
Jenis-jenis Inovasi Digital	44
6. Hubungan Startup dan Inovasi Digital	44
7. Model Bisnis Startup Digital	44
8. Pendanaan Startup	45
9. Tantangan Startup	45
10. Contoh Kasus Nyata Startup	45
Kasus: Gojek	45
11. Latihan Diskusi Kelas	46
12. Kesimpulan	46
Quotes Inspiratif	46
Week 12	47
Regulasi, Etika, dan Perlindungan Data Digital.....	47
Tujuan Pembelajaran	47
1. Pengantar	48
2. Regulasi dalam Bisnis Digital	48
Tujuan Regulasi:	48
Contoh Regulasi di Indonesia:	48
Peraturan OJK.....	49
3. Etika dalam Bisnis Digital	49
Prinsip Etika Digital:.....	49
Contoh Pelanggaran Etika Digital:	49
4. Perlindungan Data Digital.....	50
Jenis Data yang Dilindungi:.....	50
Prinsip Perlindungan Data (UU PDP):	50

5. Risiko Pelanggaran Data	50
Contoh Kasus Nyata Risiko Pelanggaran Data:.....	51
6. Langkah Perlindungan Data di Bisnis Digital.....	51
7. Hubungan Regulasi, Etika, dan Perlindungan Data	51
8. Latihan Diskusi Kelas	51
9. Kesimpulan	52
Week 13	53
Keamanan Siber dalam Dunia Bisnis	53
Tujuan Pembelajaran	53
1. Pengantar	53
2. Konsep Dasar Keamanan Siber	54
Tujuan Keamanan Siber:.....	54
3. Ancaman Siber dalam Dunia Bisnis	54
Phishing	54
Malware.....	54
DDoS Attack.....	54
SQL Injection.....	55
Man-in-the-Middle Attack.....	55
Insider Threat	55
4. Strategi Keamanan Siber untuk Bisnis	55
A. Langkah Teknis	55
B. Langkah Organisasi.....	55
C. Langkah Hukum & Kepatuhan.....	55
5. Peran Karyawan dalam Keamanan Siber	56
6. Studi Kasus.....	56
7. Tren dan Tantangan Keamanan Siber di Masa Depan.....	56
AI-Driven Cyber Attack:	56
IoT Security:.....	56
Cloud Security:.....	57
8. Ringkasan	57
9. Pertanyaan Diskusi / Tugas.....	57
Week 14	58
Proyek Akhir (Penyusunan Bisnis Digital)	58

Tujuan Pembelajaran	58
1. Pendahuluan.....	58
2. Komponen Proyek Akhir.....	58
A. Profil Bisnis	58
B. Analisis Pasar	59
C. Model Bisnis	59
D. Strategi Pemasaran Digital	59
E. Operasional Bisnis	59
F. Keamanan Siber	60
G. Rencana Keuangan.....	60
3. Alur Pelaksanaan Proyek	60
Week 15	61
Presentasi Proyek Bisnis Digital.....	61
Tujuan Pembelajaran	61
1. Pentingnya Presentasi dalam Bisnis Digital	61
2. Struktur Presentasi Proyek Bisnis Digital.....	61
3. Tips Presentasi yang Efektif.....	62
4. Role Dosen & Mahasiswa	63
Daftar Pustaka	64