



EKONOMI DIGITAL

**STRATEGI BERTAHAN DAN BERKEMBANG
BAGI STARTUP DI INDONESIA**

Penulis:

**Elvira Azis, Zikriatul Ulya, Ardiyanto Dapadeda, Rahmi Yuliana,
Siti Puryandani, Suhra Damayanti, Muhammad Nasyrudin**



EKONOMI DIGITAL

**STRATEGI BERTAHAN DAN BERKEMBANG
BAGI STARTUP DI INDONESIA**

Penulis:

Elvira Azis, Zikriatul Ulya, Ardiyanto Dapadeda, Rahmi Yuliana,
Siti Puryandani, Suhra Damayanti, Muhammad Naszirudin

EKONOMI DIGITAL STRATEGI BERTAHAN DAN BERKEMBANG BAGI STARTUP DI INDONESIA

Penulis:

**Elvira Azis, Zikriatul Ulya, Ardiyanto Dapadeda, Rahmi Yuliana,
Siti Puryandani, Suhra Damayanti, Muhammad Nasyirudin**

Desain Cover:

Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Neneng Sri Wahyuni

ISBN:

978-634-317-264-2

Cetakan Pertama:

September, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah menjalankan aktivitas ekonomi. Transformasi yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi, internet, kecerdasan buatan, komputasi awan, serta berbagai inovasi digital telah menciptakan peluang baru sekaligus menghadirkan tantangan yang semakin kompleks. Di tengah perubahan yang berlangsung sangat cepat, startup menjadi salah satu motor penggerak inovasi yang berperan penting dalam memperkuat daya saing ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong lahirnya berbagai solusi yang menjawab kebutuhan masyarakat modern.

Buku *Ekonomi Digital: Strategi Bertahan dan Berkembang bagi Startup di Indonesia* disusun sebagai referensi yang memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika ekonomi digital dan strategi yang diperlukan agar startup mampu tumbuh secara berkelanjutan. Pembahasan dimulai dari konsep dasar ekonomi digital, perkembangan ekosistem startup di Indonesia, transformasi model bisnis, pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan yang efektif. Selanjutnya, buku ini menguraikan strategi menghadapi persaingan bisnis digital, pengelolaan risiko, berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi startup, hingga perkembangan governance digital yang dipengaruhi oleh teknologi masa depan seperti *Artificial Intelligence* dan *Blockchain*.

Materi dalam buku ini disajikan secara sistematis dengan mengintegrasikan konsep teoritis, perkembangan praktik bisnis digital, serta berbagai isu kontemporer yang relevan dengan kondisi Indonesia. Pendekatan tersebut diharapkan mampu membantu pembaca memahami hubungan antara perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, inovasi bisnis, dan pentingnya membangun organisasi yang adaptif terhadap disrupsi digital. Dengan demikian, buku ini tidak hanya memberikan landasan konseptual, tetapi juga menawarkan wawasan strategis yang dapat diterapkan dalam

pengembangan startup maupun organisasi yang sedang melakukan transformasi digital.

Buku ini ditujukan bagi mahasiswa, dosen, peneliti, pelaku startup, wirausahawan, praktisi bisnis, pengambil kebijakan, serta masyarakat umum yang memiliki perhatian terhadap perkembangan ekonomi digital. Melalui pembahasan yang komprehensif dan kontekstual, buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang mendukung peningkatan literasi digital, penguatan kapasitas kewirausahaan, serta pengembangan inovasi yang berdaya saing di era ekonomi digital yang terus berkembang.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENGANTAR EKONOMI DIGITAL	1
A. Pendahuluan	1
B. Pengertian Ekonomi Digital	3
C. Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia	8
D. Karakteristik Ekonomi Digital	12
E. Peran Startup Dalam Ekonomi Digital	15
BAB 2 EKOSISTEM STARTUP DI INDONESIA	23
A. Pengertian Startup	23
B. Jenis-Jenis Startup Digital	25
C. Ekosistem Bisnis Digital di Indonesia	26
D. Faktor-Faktor Pertumbuhan Startup	27
BAB 3 TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL	29
A. Pendahuluan	29
B. Digitalisasi Model Bisnis	31
C. Perubahan Perilaku Konsumen	34
D. Inovasi Dalam Dunia Usaha	38
E. Adaptasi Teknologi Digital	42
BAB 4 PEMASARAN DIGITAL UNTUK STARTUP	51
A. Konsep Digital Marketing	52
B. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi	56
C. Branding dan Identitas Digital	59
D. Strategi Menjangkau Konsumen Digital	61
BAB 5 MANAJEMEN KEUANGAN STARTUP	67
A. Pendahuluan	67
B. Pengelolaan Keuangan Startup	69
C. Pendanaan dan Investasi Startup	71
D. Strategi Pengendalian Biaya Startup	74
E. Keberlanjutan Keuangan Startup	77

BAB 6 STRATEGI BERTAHAN DALAM PERSAINGAN DIGITAL.....	87
A. Pendahuluan.....	87
B. Persaingan Bisnis Startup	93
C. Strategi Diferensiasi Produk	101
D. Ketahanan Bisnis di Masa Krisis.....	107
E. Pengelolaan Risiko Bisnis Digital.....	108
BAB 7 PELUANG DAN TANTANGAN STARTUP DI INDONESIA	119
A. Pendahuluan.....	119
B. Peluang Pasar Digital	121
C. Tantangan Infrastruktur Teknologi.....	128
D. Hambatan Pengembangan Startup	136
E. Strategi Menghadapi Disrupsi Digital	146
BAB 8 MASA DEPAN GOVERNANCE DIGITAL	157
A. Pendahuluan.....	157
B. Tren Teknologi Masa Depan	157
C. Artificial Intelligence Dalam Pemerintahan.....	162
D. Blockchain Untuk Tata Kelola	167
E. Strategi Penguatan Governance Digital di Indonesia	171
GLOSARIUM	183
PROFIL PENULIS	195



BAB 1

PENGANTAR EKONOMI DIGITAL

Dr. Elvira Azis, S.E., M.T
Telkom University

A. PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah menjadi pilar utama perekonomian global di abad ke-21. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara kita berinteraksi, tetapi juga memengaruhi model bisnis, pasar tenaga kerja, dan dinamika sosial secara keseluruhan. Memahami seluk-beluk ekonomi digital menjadi krusial untuk pelaku bisnis menghadapi tantangan dan peluang di masa depan. Ekonomi digital telah menjelma menjadi salah satu penggerak utama transformasi struktur ekonomi global pada dua dekade terakhir. Integrasi teknologi informasi dan komunikasi ke dalam hampir seluruh aktivitas produksi, distribusi, konsumsi, dan intermediasi pasar telah mengubah cara pelaku

DAFTAR PUSTAKA

- Badrawani, W., Amanda, C., Maryaningsih, N., & Wulandari, C. S. (2025). *The role of digital payments in driving regional economic growth: A panel data analysis with structural break*. arXiv.
- Binus Graduate Program. (2023, 1 September). *Ekonomi digital: Definisi dan manfaat untuk negara*. BINUS University.
- Brenner, W., & Jaekel, B. (2016). *The digital economy: Strategies and challenges*. Springer.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics Working Paper*, (68), 1-24. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3431732>
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell Publishers.
- Christensen, C. M. (2011). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Dini Vientiany. (tanpa tahun). *Ekonomi digital*. Universitas Al Washliyah.
- Emmert-Streib, F. (2020). *From the digital data revolution to digital health and digital economy toward a digital society*. arXiv.
- G20. (2017). *G20 digital economy development and cooperation initiative*. G20.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2025). *e-Conomy SEA Report 2025*.
- Jurnal Kajian Lemhannas RI. (2019). Memanfaatkan era ekonomi digital untuk memperkuat ketahanan nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 38, 7–15.
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition, and compatibility. *American Economic Review*, 75(3), 424–440.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2024). *Management information systems: Managing the digital firm* (18th ed.). Pearson.
- Mesenbourg, T. L. (2001). *Measuring the digital economy*. U.S. Bureau of the Census / U.S. Census Bureau.
- OECD. (2020). *OECD Digital Economy Outlook 2020*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- OECD. (2023). *Handbook on Measuring Digital Platform Employment and Work*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 62-79.
- Shapiro, C., & Varian, H. R. (1998). *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Harvard Business School Press.
- Studi Ekonomi Digital di Indonesia. (tanpa tahun). *Jurnal Simki Pedagogia*, x(x), xx-xx.
- Studi Literatur: Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. (tanpa tahun). *Jurnal Pengembangan dan Manajemen Bisnis*, x(x), xx-xx.
- Tapscott, D. (1995). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill. (Catatan: Referensi tahun 1995 dan 1996 digabung karena merujuk pada buku yang sama)
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. Portfolio Penguin.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2021). *Information technology for management*. Wiley.
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism*. Free Press.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.



BAB 2

EKOSISTEM STARTUP DI INDONESIA

Zikriatul Ulya, S.E., M.Si
IAIN Langsa

A. PENGERTIAN STARTUP

Startup merupakan perusahaan rintisan yang dibangun dengan mengandalkan inovasi, teknologi, serta model bisnis yang mampu berkembang secara cepat (*scalable*). Berbeda dengan usaha konvensional, startup memiliki karakteristik utama berupa kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, penggunaan teknologi digital sebagai inti operasional, serta orientasi pada pertumbuhan yang tinggi. Startup umumnya memulai usaha dengan sumber daya yang terbatas, namun memiliki visi untuk memperluas pasar melalui inovasi produk maupun layanan. Menurut Ries (2011), startup adalah organisasi yang dibentuk untuk menciptakan produk atau jasa baru dalam kondisi yang

DAFTAR PUSTAKA

1. Handoyo, R. D. (2025). Ekonomi Digital, Marketplace, dan Artificial Intelligence. Airlangga University Press. DOI: <https://doi.org/10.20473/aup.1679>. Informasi buku: [Airlangga University Press](#)
2. Bank Indonesia. (2024). Ekonomi dan Keuangan Digital: Konsep dan Implementasi di Indonesia. Informasi buku: [Bank Indonesia](#)
3. Judijanto, L., dkk. (2024). Pengembangan Startup Digital: Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0. PT Green Pustaka Indonesia. Informasi buku: [Google Books](#)
4. Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Business.
5. Ali Akbar. (2018). Digital Ekosistem. Republika Penerbit. Informasi buku: [Bintang Pusnas Edu](#)



BAB 3

TRANSFORMASI BISNIS DI ERA DIGITAL

Ardiyanto Dapadeda, M.Kom
Universitas Stella Maris Sumba

A. PENDAHULUAN

Persepsi bahwa transformasi digital hanyalah tentang penerapan teknologi terbaru adalah sebuah kekeliruan fundamental. Jauh melampaui sekadar adopsi perangkat lunak atau otomatisasi, transformasi digital merupakan perombakan mendasar terhadap cara sebuah organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada para pelanggannya. Ini adalah perubahan budaya, strategis, dan operasional yang menyentuh setiap sendi perusahaan, menuntut para pemimpin untuk berpikir ulang tentang model bisnis yang telah mapan selama puluhan tahun (Rogers, 2016). Perusahaan yang memandang digitalisasi hanya sebagai proyek departemen IT akan tertinggal,

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, K., Mubarak, E., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. (2023). The Impact of Digital Transformation on Business Models and Competitive Advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 85-94. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.55>
- Aldoseri, A., Al-Khalifa, K., & Hamouda, A. (2024). AI-Powered Innovation in Digital Transformation: Key Pillars and Industry Impact. *Sustainability*, 16(5), 1790. <https://doi.org/10.3390/su16051790>
- Bogdanova, S. (2024). Consumer behavior in the digital economy: the influence of the internet and social media. *Competitiveness and Sustainable Development*, 50-59. <https://doi.org/10.52326/csd2024.50>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Farayola, O., Abdul, A., Irabor, B., & Okeleke, E. (2023). INNOVATIVE BUSINESS MODELS DRIVEN BY AI TECHNOLOGIES: A REVIEW. *Computer Science & IT Research Journal*, 4(2), 52-69. <https://doi.org/10.51594/csitrj.v4i2.608>
- Hadi, H., & Zeebaree, S. (2025). Data-Driven Decision Making for E-Business Success: A Review. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 18(4), 54-68. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2025/v18i4616>
- Huy, P., & Phuc, V. (2025). Unveiling how business process management capabilities foster dynamic decision-making for effectiveness of sustainable digital transformation. *Business Process Management Journal*, 31(1), 67-103. <https://doi.org/10.1108/bpmj-06-2024-0467>
- Islam, M., Aziz, M., Manik, M., Bhuiyan, M., Noman, I., Rahaman, M., & Das, K. (2024). Navigating the Digital Landscape: Integrating Advanced IT Solutions with Project Management Best Practices. *ICRRD Quality Index Research Journal*, 5(4), 1-15. <https://doi.org/10.53272/icrrd.v5i4.5>

- Louis, N., & E, E. (2024). Digital transformation as a catalyst for business model innovation: A critical review of impact and implementation strategies. *Open Access Research Journal of Engineering and Technology*, 6(2), 85-95. <https://doi.org/10.53022/oarjet.2024.6.2.0085>
- Oluwamola, K., Longe, A., & Shobukola, O. (2024). Business Transformation through AI Adoption in Agile Enterprises: Design Methodologies, Architectures, Deployment Scenarios, Governance, and Future Directions. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(10), EC14. <https://doi.org/10.18535/ijsrc/v12i10.ec14>
- Pasupuleti, V., Gupta, R., & Rachamalla, D. (2025). Intelligent Cloud-Native Architectures for Secure, Scalable, and AI-Driven Digital Transformation in Retail and Insurance Domains. *Premier Journal of Computer Science*, 1(1). <https://doi.org/10.70389/pjcs.100009>
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How Smart, Connected Products Are Transforming Competition. *Harvard Business Review*, 92(11), 64-88.
- Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Business School Publishing.
- Sahu, G. (2024). Understanding Contemporary Consumer Behaviour in the Digital Age. *International Research Journal on Advanced Engineering and Management (IRJAEM)*. <https://doi.org/10.47392/irjaem.2024.0068>
- Shostak, L., & Begun, S. (2025). BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY: HOW DIGITAL TRANSFORMATION IS CHANGING ELECTRONIC BUSINESS. *Market Infrastructure*, (83), 50. <https://doi.org/10.32782/infrastructure83-50>
- Sudirjo, F., Soesanto, D., & Susilo, A. (2024). The Impact of Social Media Influence and Online Shopping Habits on Consumer Behavior and Social Identity in the Digital Economy in Indonesia. *The Eastasouth Journal of Social Science and Humanities*, 2(01), 344-356. <https://doi.org/10.58812/esssh.v2i01.344>

- Suthar, H., Rabhadia, K., Sharma, P., Bhowmick, S., & Jha, B. (2026). A Study on Decoding the New-Age Consumer: Evolving Behaviors and Market Trends in a Digitally Driven Economy. *International Journal of Drug Delivery Technology*, 16(17s), 24. <https://doi.org/10.25258/ijddt.16.17s.24>
- Syirah, A., Sunarto, A., & Efrianto, E. (2025). Influence of Convenience, Price, and Social Media on Consumer Behavior in the Digital Era. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 6(1), 209-218. <https://doi.org/10.37638/bima.6.1.209-218>
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Volberda, H., Khanagha, S., Baden-Fuller, C., Mihalache, O., & Birkinshaw, J. (2021). Strategizing in a digital world: Overcoming cognitive barriers, reconfiguring routines and introducing new organizational forms. *Long Range Planning*, 54(5), 102110. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102110>
- Yan, Y. (2024). The Impact of E-commerce and Social Media Personalized Recommendations on Consumer Behavior in the Digital Era from the Perspective of Behavioral Economics. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 59-64. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/59/20231136>
- Yoganandham, G., & Kareem, A. (2025). Strategic Digital Transformation for Sustainable Business Growth and Economic Resilience – An Empirical Assessment. *International Journal of Latest Technology in Engineering Management & Applied Science*, 14(7), 54-61. <https://doi.org/10.51583/ijltemas.2025.1407000054>
- Zaman, D., Khotami, W., Kurniawan, M., & Oktoberia, A. (2024). The Impact Of Digitalization On Changes In Public Consumption Behavior In The Digital Economy Era. *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(1), 259-269. <https://doi.org/10.61942/oikonomia.v2i1.259>



BAB 4

PEMASARAN DIGITAL UNTUK STARTUP

Dr. Rahmi Yuliana, S.E., M.M.
Universitas BPD

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong lahirnya ribuan perusahaan rintisan (startup) di berbagai sektor, mulai dari teknologi finansial (fintech), perdagangan elektronik (e-commerce), layanan kesehatan digital (health-tech), hingga pendidikan daring (ed-tech). Di tengah persaingan yang semakin ketat dan keterbatasan sumber daya yang umumnya dihadapi perusahaan rintisan pada fase awal pertumbuhannya, kemampuan untuk menjangkau, menarik, dan mempertahankan konsumen menjadi salah satu faktor penentu keberlangsungan bisnis. Dalam konteks inilah pemasaran digital (digital marketing) menempati posisi strategis sebagai instrumen utama startup untuk tumbuh secara cepat namun tetap efisien dari sisi biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.



BAB 5

MANAJEMEN KEUANGAN *STARTUP*

Dr. E. Siti Puryandani, S.E., M.Si.
Fakultas Ekonomi Hukum dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Semarang

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital menjadi pemicu transformasi ekonomi yang memunculkan adanya perusahaan rintisan. *Startup* merupakan pendorong inovasi yang menjadi jawaban kebutuhan masyarakat melalui pendekatan bisnis yang kreatif dan adaptif berbasis teknologi. Di Indonesia, keberadaan *startup* berlangsung dengan sangat cepat, dimungkinkan karena akses internet, digitalisasi berbagai sektor, juga kepentingan pemerintah dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang kondusif. Kemunculan sejumlah *unicorn* dan *decacorn* menunjukkan besarnya potensi sektor ini dalam menciptakan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2021). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955–980. <https://doi.org/10.1111/etap.12157>
- Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. N. (2021). Are selling, general, and administrative costs sticky? *Journal of Accounting Research*, 41(1), 47–63. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.00095>
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2023). FinTech, RegTech, and the reconceptualization of financial regulation. *Northwestern Journal of International Law & Business*, 37(3), 371–413. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2847806>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2021). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945–2966. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.008>
- Blank, S., & Dorf, B. (2022). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company* (2nd ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119969266>
- Bodnar, G. M., Giambona, E., Graham, J. R., & Harvey, C. R. (2023). A view inside corporate risk management. *Management Science*, 69(9), 5316–5340. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2022.4554>
- Brush, C., Greene, P., Balachandra, L., & Davis, A. (2021). The influence of angel investor networks on startup performance: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 106–121. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106021>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2023). The business impact of process automation in early-stage firms: Evidence from a longitudinal study. *MIT Sloan Management Review*, 64(2), 45–58. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4112034>
- CB Insights. (2023). *The top reasons startups fail: Post-mortem analysis of 110 startup failures*. CB Insights Research Report. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4401892>

- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2020). Funding gaps? Access to bank loans by high-tech start-ups. *Small Business Economics*, 29(1–2), 25–46. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-4067-0>
- Cumming, D., & Groh, A. P. (2018). Entrepreneurial finance: Unifying themes and future directions. *Journal of Corporate Finance*, 50, 538–555. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2017.12.012>
- Damodaran, A. (2023). Valuing young, start-up, and growth companies: Estimation issues and valuation challenges. Stern School of Business Working Paper. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1418687>
- Davila, A., & Foster, G. (2021). Management control systems adoption decisions: Evidence and performance implications from early-stage/startup companies. *The Accounting Review*, 80(4), 1039–1068. <https://doi.org/10.2308/accr.2005.80.4.1039>
- Drury, C. (2021). *Management and cost accounting* (11th ed.). Cengage Learning. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-6828-9>
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2022). Strategies for two-sided markets and platform sustainability. *Harvard Business Review*, 84(10), 92–101. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1177728>
- Hellmann, T., & Puri, M. (2022). Venture capital and the professionalization of start-up firms: Empirical evidence. *The Journal of Finance*, 57(1), 169–197. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00419>
- Higgins, D., Mirza, M., & Drozynska, A. (2023). Power, learning and knowledge creation: Startups in the era of lean management. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(1), 22–40. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2022-0163>
- Kaplan, S. N., & Lerner, J. (2020). It ain't broke: The past, present, and future of venture capital. *Journal of Applied Corporate Finance*, 22(2), 36–47. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6622.2010.00272>
- Kaplan, R. S., & Anderson, S. R. (2022). Time-driven activity-based costing: A simpler and more powerful path to higher profits. *Harvard Business Review Press*. <https://doi.org/10.2308/accr.2007.82.4.1080>

- Kenney, M., & Zysman, J. (2019). Unicorns, Cheshire cats, and the new dilemmas of entrepreneurial finance. *Venture Capital*, 21(1), 35–50. <https://doi.org/10.1080/13691066.2019.1577663>
- Lamba, A. S., & Bhattacharya, S. (2022). Working capital management and financial performance of startups: Empirical evidence from emerging markets. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 312–338. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938896>
- Lerner, J., & Nanda, R. (2020). Venture capital's role in financing innovation: What we know and how much we still need to learn. *Journal of Economic Perspectives*, 34(3), 237–261. <https://doi.org/10.1257/jep.34.3.237>
- Mollick, E. (2021). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
- Nandan, R., & Rao, S. (2022). Cost management practices and financial performance of technology startups: An empirical investigation. *International Journal of Accounting & Information Management*, 30(3), 398–421. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-11-2021-0234>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2023). Value proposition design: How to create products and services customers want. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118968253>
- Ries, E. (2022). The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses (Rev. ed.). Currency Press. <https://doi.org/10.5860/choice.50-0318>
- Robb, A. M., & Robinson, D. T. (2022). The capital structure decisions of new firms. *The Review of Financial Studies*, 27(1), 153–179. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhs072>
- Serafeim, G., & Yoon, A. (2022). Which corporate ESG news does the market react to? *Financial Analysts Journal*, 78(1), 59–78. <https://doi.org/10.1080/0015198X.2021.1973879>
- Shepherd, D. A., & Gruber, M. (2021). The lean startup framework: Closing the academic-practitioner divide. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 967–989. <https://doi.org/10.1177/1042258719899415>

- Sull, D., Sull, C., & Chamberlain, A. (2023). Measuring culture in leading companies: Reframing financial sustainability through organizational values. *MIT Sloan Management Review*, 64(3), 1–10. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3951989>
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2022). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
- Wadhwa, V., & Aggarwal, R. (2021). Financial sustainability and growth trajectories of early-stage startups: Evidence from emerging markets. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 812–835. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0247>
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2021). The business model: Recent developments and future research. *Journal of Management*, 37(4), 1019–1042. <https://doi.org/10.1177/0149206311406265>



BAB 6

STRATEGI BERTAHAN DALAM PERSAINGAN DIGITAL

Suhra Damayanti S.A.B
Universitas Respati Indonesia

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menjadi salah satu kekuatan utama yang mengubah cara organisasi menjalankan aktivitas bisnisnya. Digitalisasi tidak hanya menghadirkan inovasi pada produk dan layanan, tetapi juga mengubah pola interaksi antara perusahaan, pelanggan, pemasok, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Kehadiran internet, teknologi komputasi awan (*cloud computing*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), analitik data, serta berbagai platform digital telah menciptakan lingkungan bisnis yang lebih terbuka,

DAFTAR PUSTAKA

- Blank, S., & Dorf, B. (2020). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company (2nd ed.). Wiley.
- CB Insights. (2022). The complete list of unicorn companies. CB Insights Research.
- Christensen, C. M. (2019). The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.
- Deloitte. (2021). Digital risk in the age of disruption: Global risk management survey. Deloitte Insights.
- IBM Security. (2022). Cost of a data breach report 2022. IBM Corporation.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2019). Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant (expanded ed.). Harvard Business Review Press.
- McKinsey & Company. (2021). How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point. McKinsey Global Institute.
- NIST. (2021). NIST cybersecurity framework version 1.1. National Institute of Standards and Technology.
- Nielsen Norman Group. (2021). UX statistics and benchmarks: User experience research. NNGroup Research Reports.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2021). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.
- Porter, M. E. (2020). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. Free Press.
- Taleb, N. N. (2020). Antifragile: Things that gain from disorder. Random House.



BAB 7

PELUANG DAN TANTANGAN STARTUP DI INDONESIA

Suhra Damayanti S.A.B
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Respati Indonesia

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk cara berbisnis, bertransaksi, belajar, hingga mengakses layanan kesehatan. Perubahan ini mendorong lahirnya berbagai startup yang menawarkan solusi inovatif untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis. Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar dan tingkat adopsi teknologi yang terus meningkat, memiliki peluang yang sangat besar

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet Indonesia 2025*. APJII.
- Badan Siber dan Sandi Negara. (2024). *Laporan keamanan siber Indonesia*. BSSN.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2025). *e-Conomy SEA 2025 report*. Google, Temasek, and Bain & Company.
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2025). *Roadmap pengembangan talenta digital Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia.
- Meltwater, & We Are Social. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal.
- Meltwater, & We Are Social. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. DataReportal.
- Mordor Intelligence. (2026). *Indonesia digital market report*. Mordor Intelligence.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *SME and entrepreneurship outlook 2024*. OECD Publishing.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*.

- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Startup Genome. (2024). *Global startup ecosystem report 2024*. Startup Genome.
- World Bank. (2024). *Digital development overview: Indonesia*. World Bank.



BAB 8

MASA DEPAN GOVERNANCE DIGITAL

Muhammad Nasyirudin, S.Ag., M.M.
Universitas Islam Balitar Blitar Jawa Timur

A. PENDAHULUAN

Transformasi tata kelola digital saat ini telah bergeser dari sekadar otomatisasi mesin menuju integrasi mendalam yang berpusat pada manusia dan psikologi warga negara. Pergeseran paradigma ini menuntut pemerintah untuk bertransformasi menjadi pengelola intelijen strategis yang mampu mengantisipasi krisis melalui analitik prediktif dan pemrosesan data secara real-time. Namun, akselerasi inovasi teknologi yang eksponensial seringkali menciptakan kesenjangan dengan siklus regulasi konvensional, sehingga memaksa negara mengadopsi pendekatan kebijakan yang lebih lincah dan adaptif. Dinamika tersebut mengharuskan pemerintah menciptakan sandboxes

DAFTAR PUSTAKA

- Allessie, D., Sobolewski, M., Vaccari, L., & Pignatelli, F. (Ed.). (2019). *Blockchain for digital government: An assessment of pioneering implementations in public services* (EUR 29677 EN). Publications Office of the European Union.
- Alston, E. (2019). *Constitutions and blockchains: Competitive governance of fundamental rule sets* (Working Paper 2019.003). Center for Growth and Opportunity at Utah State University.
- Andayani, W., Dahlia, D., Putrianti, E., Wisdomingrum, O., Putranto, P., & Yanuarisa, Y. (2026). Penguatan good governance: Pengalaman penerapan electronic government pemerintah daerah di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 116–131.
- Anton, P. S., Silbergliitt, R., & Schneider, J. (2001). *The global technology revolution: Bio/nano/materials trends and their synergies with information technology by 2015*. RAND Corporation.
- Aro, O. E., Nweze, M., & Avickson, E. K. (2024). Blockchain technology as a tool for corporate governance and transparency. *International Journal of Science and Research Archive*, 13(1), 2479–2493.
- Asrul. (2025). Transformasi tata kelola pemerintahan di era digital: Studi tentang implementasi e-government di Indonesia. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 3(4), 376-390.
- Atzori, M. (2017). Blockchain technology and decentralized governance: Is the state still necessary? *Journal of Governance and Regulation*, 6(1), 45-62.
- Compston, H. (2006). *King trends and the future of public policy*. Palgrave Macmillan.
- Dayi, L., & Du, Y. (2008). *Artificial intelligence with uncertainty*. Chapman & Hall/CRC.
- Fernandez, J. V. (2023). Artificial intelligence in government: Risks and challenges of algorithmic governance in the administrative state. *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 30(1), 1-32.

- Goertzel, B., & Pennachin, C. (Eds.). (2007). *Artificial general intelligence*. Springer.
- Hooshidary, S., Canada, C., & Clark, W. (2026). *Artificial intelligence in government: The federal and state landscape*. National Conference of State Legislatures.
- Julianti, D. (2024). Strategi kebijakan penguatan pelayanan publik dan pengawasan perizinan berusaha dengan aplikasi berbasis teknologi informasi. *Kybernology Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 2(2), 324-363.
- Jun, M. S. (2018). Blockchain government - a next form of infrastructure for the twenty-first century. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(7), 1-12.
- Kelompok Kerja PANDI. (2023). *Teknologi blockchain dan potensi pemanfaatannya di Indonesia* [Laporan kajian]. Perkumpulan Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI).
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2025). *Transformasi digital untuk transformasi pemerintahan* [Presentasi]. RAKORNAS BIG – Wilayah Jawa, Bali, Nusa Tenggara, Jakarta, Indonesia.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2026). *Rencana Induk Pemerintah Digital Nasional 2025-2045* (Versi 1.0).
- Kim, T.-h., Lee, Y.-h., Kang, B.-H., & Slezak, D. (Eds.). (2010). *Future Generation Information Technology: Second International Conference, FGIT 2010, Jeju Island, Korea, December 13-15, 2010, Proceedings* (Vol. 6485). Springer.
- Kristanto, K., Nurjamil, Jalianery, J., & Jaya, I. K. N. A. (2024). *Transformasi hukum dalam era revolusi teknologi blockchain*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Medaglia, R., Gil-Garcia, J. R., & Pardo, T. A. (2023). Artificial intelligence in government: Taking stock and moving forward. *Social Science Computer Review*, 41(1), 123-140.
- Moudgalya, K. M. (2007). *Digital control*. John Wiley & Sons Ltd.

- Mozin, S. Y., & Hardiyanto. (2026). Transformasi governansi digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di era digital. *Journal of Publicness Studies (JPS)*, 3(2), 118-133.
- Mozin, S. Y., Hardiyanto, & Suaib, R. N. (2026). Peran governansi digital dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1).
- National Audit Office. (2024). *Use of artificial intelligence in government* (HC 311).
- Newman, D. L., Falco, J., Silverman, S., & Barbanell, P. (Eds.). (2008). *Videoconferencing technology in K-12 instruction: Best practices and trends*. Information Science Reference.
- Norris, M. (1999). *Understanding networking technology: Concepts, terms, and trends* (2nd ed.). Artech House.
- OECD. (2025). *Governing with Artificial Intelligence: The State of Play and Way Forward in Core Government Functions*. OECD Publishing.
- Oktaviani, D. (2024). *Transforming government decision-making by utilizing artificial intelligence (AI) in the future*. National Institute of Public Administration.
- Ougaard, M., & Higgott, R. (Eds.). (2002). *Towards a global polity*. Routledge.
- Polumpally, A. T., Pandey, K. K., Kumar, A., & Samadhija, A. (2024). Blockchain governance and trust: A multi-sector thematic systematic review and exploration of future research directions. *Heliyon*, 10(15), e32975.
- Prasad, R., & Ruggieri, M. (2003). *Technology trends in wireless communications*. Artech House.
- Rahwan, I., & Simari, G. R. (Eds.). (2009). *Argumentation in artificial intelligence*. Springer.
- Rasmussen, N., Goldy, P. S., & Solli, P. O. (2002). *Financial business intelligence: Trends, technology, software selection, and implementation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Renyaan, A. S., & Judijanto, L. (2025). Peran teknologi blockchain dalam meningkatkan transparansi pemerintahan. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(2), 230-239.

- Reviandani, O., Hardjati, S., Harmawan, B. N., & dkk. (2023). *Governance di era digital: Isu-isu kontemporer*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (1995). *Artificial intelligence: A modern approach*. Prentice-Hall.
- Stahl, B. C. (Ed.). (2007). *Issues and trends in technology and human interaction*. IRM Press.
- Standage, T., Booth, T., Carr, G., Edwards, B., Kluth, A., Loder, N., Siegele, L., & Vaitheeswaran, V. (2005). *The future of technology*. Profile Books.
- Straub, V. J., Morgan, D., Bright, J., & Margetts, H. (2026). Artificial intelligence in government: Concepts, standards, and a unified framework. *The Alan Turing Institute*.
- Suriyani, E. (2025). *Governansi Digital*. Deepublish.
- Susanto, T. D. (2025). *Memahami & Mempersiapkan Pemerintah Digital* [PDF]. ITS Surabaya.
- Syarif, A. M., Widjajanto, B., Sari, W. S., & Himawan, H. (2026). *Blockchain: Konsep dan arsitektur*. Ritecs.
- Tan, E., Mahula, S., & Cromptvoets, J. (2022). Blockchain governance in the public sector: A conceptual framework for public management. *Government Information Quarterly*, 39(1), 101625.
- Tazkiya, S. R. I., Muhtadi, Y., & Firdiyani, F. (2025). Implementasi digital governance dalam meningkatkan pelayanan perizinan sarana olahraga (Studi kasus aplikasi Tangerang LIVE). *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 12(2), 502-509.
- Theriana, A., Fitriati, S. W., Haryani, R. P., Rustipa, K., & Edwards, J. (2025). Blockchain governance and teacher empowerment for enhancing digital entrepreneurship in Merdeka Curriculum. *Journal of Blockchain Frontiers*, 5(1), 60-70.
- Wardana, R., Meilya, K. A., & Fatati, K. (2025). Good governance di era digital: Pemerintah Kabupaten Sumedang sebagai model transformasi pelayanan publik. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan*, 7(1), 66-80.

PROFIL PENULIS

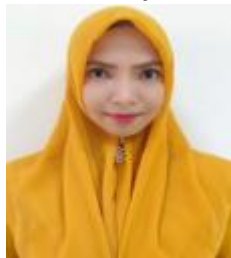
Dr. Elvira Azis, S.E., M.T



Penulis merupakan Dosen Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University dengan fokus pada bidang marketing. Minat penelitiannya mencakup perilaku konsumen, Islamic marketing, dan sustainable marketing. Ia aktif dalam pengembangan ilmu pemasaran serta penulisan karya ilmiah yang relevan dengan dinamika bisnis modern.

E-mail : elvira@telkomuniversity.ac.id

Zikriatul Ulya, S.E., M.Si



Penulis merupakan Dosen Ilmu Manajemen pada Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa sejak tahun 2016. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa

buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Brand Islamic Branding & Rebranding Dan Manajemen Pembiayaan, Lembaga Keuangan Islam, Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Strategis), Ekonomi Manajerial, Statistik Deskriptif Untuk Pendidikan Ekonomi, Penilaian Kinerja Karyawan, Konsep Dan Teori Etika Bisnis, Penganggaran Perusahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia dan lainnya. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional (Zikriatul Ulya - Google Scholar). Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: zikriatululya@gmail.com dan zikriatululya@iainlangsa.ac.id

Ardiyanto Dapadeda, M.Kom



Penulis adalah seorang akademisi yang berfokus pada bidang Teknologi Informasi dengan Keahlian: Sistem Informasi, Konsep Sistem Informasi, Sistem Informasi Korporat, Pemrograman dan Pengembangan Web, Teori Adopsi dan Penerimaan Teknologi, Manajemen Teknologi Informasi dan E-Business. Saat ini, penulis aktif sebagai Dosen tetap pada Progran studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik di

Universitas Stella Maris Sumba. Penulis telah menyelesaikan studi formal jenjang Strata 1 di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Kupang Program Studi Teknik Informatika, lulus tahun 2020 dan jenjang strata 2 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Program Studi Magister Informatika lulus tahun 2024. Dengan konsentrasi pada bidang Teknologi Informasi, sepanjang kariernya, ia telah mempublikasikan berbagai jurnal ilmiah yang terakreditasi Sinta dan Scopus. Buku ini merupakan buah pemikiran dan hasil penelitian mendalam penulis untuk memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Teknologi Informasi.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail:

dapadeda19ardhyanto@gmail.com

Dr. Rahmi Yuliana, S.E., M.M



Penulis merupakan dosen di Universitas BPD. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen di Universitas Wijayakusuma, S2 Magister Manajemen di Universitas Semarang, dan S3 Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Dian Nuswantoro. Bidang keilmuan dan minat penulis meliputi manajemen pemasaran, pemasaran digital, Kewirausahaan, dan pengembangan UMKM.

Dr. E. Siti Puryandani, S.E., M.Si.



Penulis lahir di Blora tanggal 22 Juni 1973. Alumni Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Malang tahun 1995. Magister Sains pada tahun 2002 dari Program Magister Sains Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Gelar Doktor diperoleh pada tahun 2018 dari Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.

Dosen tetap di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Bisnis (FEHBI), Universitas Muhammadiyah Semarang. Tahun 2023 Sebagai periset dalam program Post Doctoral di Pusat Riset Ekonomi Makro dan Keuangan BRIN. Menjadi *reviewer* JASF (Journal of Accounting and Strategic Finance) Universitas Pembangunan Veteran Surabaya dan JMER (Journal of Management and Entrepreneurship Research) Universitas Nahdlatul Ulama Jepara. Dia banyak berpartisipasi dalam berbagai seminar di tingkat nasional maupun internasional. Seminar FMI (Forum Manajemen Indonesia). Sebagai presenter pada forum Society and Interdiscipliner Business Research (SIBR) Hongkong dan Business and Management International Conference (BMIC) Thailand. The ICOBAME (International Conference On Banking, Accounting, Management And Economics) dan INSYMA (International Symposium on Accounting and Management). Penelitian yang dilakukan dipublikasikan pada berbagai jurnal nasional terindeks Sinta dan jurnal internasional bereputasi Scopus.

Suhra Damayanti, S.A.B



Penulis memiliki ketertarikan pada isu kesehatan mental, stres, relasi manusia, pengembangan sumber daya manusia, serta dunia bisnis startup dan entrepreneurship. Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Terbuka dan saat ini menempuh Magister Administrasi Bisnis di Universitas Respati Indonesia. Penulis memiliki pengalaman profesional

di Alfamart, yang memperkaya pemahamannya mengenai bisnis, pelayanan, pengelolaan sumber daya manusia, dan dinamika organisasi. Penulis aktif mengembangkan pengalaman akademik melalui berbagai kegiatan, termasuk mengikuti konferensi internasional dan meraih Best Presentation. Penulis juga pernah mengikuti program pertukaran mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana serta terpilih menjadi delegasi Changemaker Indonesia di Malaysia, sekaligus aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan organisasi. Berbagai pengalaman akademik, profesional, organisasi, dan sosial tersebut memperkaya perspektifnya dalam bidang pengembangan diri, kewirausahaan, bisnis, pengelolaan sumber daya manusia, dan hubungan antarmanusia.

Muhammad Nasyirudin, S.Ag., M.M.



Penulis lahir di Blitar pada 13 Mei 1975, meraih gelar Magister dari STIE Indonesia Malang (2013) dan memperdalam ilmu keagamaan di Pondok Pesantren Mambaul Hikam serta At Turmusi. Keahliannya di bidang pemberdayaan masyarakat terasah melalui pelatihan TOT dan fasilitasi program PNPM Mandiri Perkotaan (2013-2021). Aktif di NU, ia menjadi anggota Lakspesdam dan ISNU Kabupaten Blitar, serta terlibat dalam

Musrenbang di Kecamatan Srengat (2012-2013) dan Kanigoro (2016-2017). Pengalaman ini memperkuat perannya dalam perencanaan pembangunan berbasis komunitas. Dengan integrasi pendidikan, pengalaman lapangan, dan dedikasi sosial, ia menjadi tokoh penting dalam pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat Blitar, melalui kontribusi berkelanjutan di berbagai forum dan lembaga.

EKONOMI DIGITAL

STRATEGI BERTAHAN DAN BERKEMBANG BAGI STARTUP DI INDONESIA

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat menjalankan aktivitas ekonomi dan membangun bisnis. Startup digital menjadi salah satu penggerak utama ekonomi digital di Indonesia melalui inovasi, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah. Namun, di tengah peluang yang semakin luas, startup juga menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan yang ketat, perubahan perilaku konsumen, keterbatasan pendanaan, serta perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat.

Buku *Ekonomi Digital: Strategi Bertahan dan Berkembang bagi Startup di Indonesia* menyajikan pembahasan yang komprehensif mengenai konsep ekonomi digital, ekosistem startup, transformasi model bisnis, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan, pengembangan sumber daya manusia, hingga pemanfaatan teknologi seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Cloud Computing*, *Big Data*, dan *Internet of Things (IoT)*. Selain itu, buku ini juga membahas strategi menghadapi persaingan bisnis digital, manajemen risiko, regulasi, etika bisnis, serta perlindungan konsumen sebagai fondasi dalam membangun startup yang tangguh dan berkelanjutan.

Disusun dengan pendekatan yang sistematis dan aplikatif, buku ini ditujukan bagi mahasiswa, dosen, peneliti, pelaku usaha, pendiri startup, maupun masyarakat umum yang ingin memahami dinamika ekonomi digital di Indonesia. Melalui buku ini, pembaca diharapkan mampu memperoleh wawasan, strategi, dan inspirasi dalam mengembangkan startup yang inovatif, adaptif, serta memiliki daya saing tinggi sehingga mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi digital nasional di masa kini dan masa depan.

 www.penerbitwidina.com

 @penerbitwidina

 penerbit widina

 penerbitwidina@gmail.com

 widina store

 widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
 0815-7000-699



SCANME

Ekonomi

ISBN 978-634-317-264-2



9

786343

172642