

KATA PENGANTAR

Pandemi Covid 19 pada awal tahun 2020 telah menimbulkan terjadinya resesi ekonomi secara global dan menciptakan ketidakpastian dalam dunia bisnis, terlebih untuk memutus mata rantai penyebaran virus, pemerintah telah menganjurkan kerja di rumah (*Work From Home*) yang berdampak terjadinya perubahan iklim bisnis dari bisnis tradisional ke arah bisnis yang berbasis internet dan teknologi digital. Ada ratusan ribu perusahaan tradisional yang telah mengalami kebangkrutan pada era bisnis digital ini. Salah satu penyebabnya adalah karena konsumen menjadi sangat sensitif terhadap harga, karena dapat membandingkan harga di *took online* secara langsung, tanpa harus pindah tempat secara fisik. Persaingan bisnis semakin ketat, pengangguran semakin tinggi, dan ada banyak pesaing baru yang memasuki bisnis digital ini, sehingga untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif menjadi lebih sulit dari sebelumnya. Jejaring sosial dan e-commerce telah mengubah strategi pemasaran perusahaan bisnis digital. Oleh sebab itu buku ini akan mengungkapkan bagaimana melakukan perencanaan strategis yang efektif dalam tatanan dunia baru di era bisnis digital saat ini.

Keunggulan kompetitif yang telah lama dipegang oleh banyak perusahaan tradisional telah terkikis habis pada tatanan baru di era bisnis digital ini. Oleh sebab itu terjadi berbagai gelombang likuidasi, kebangkrutan, divestasi, merger, aliansi, dan kemitraan baru pada perusahaan yang masih bertahan di era bisnis digital ini. Perlunya model etika bisnis digital yang lebih baik dan cara mengungkap transaksi keuangan perusahaan yang lebih transparan, membuat perusahaan bisnis digital perlu merampingkan struktur organisasi, menyesuaikan ukuran perusahaan dan membuat rekayasa ulang lanskap perusahaan agar sesuai dengan tuntutan dan perkembangan jaman. Buku ini mengungkapkan betapa kompleksnya lingkungan bisnis digital saat ini.

Buku ini memberikan pendekatan efektif dan sistematis untuk mengembangkan rencana strategis yang jelas, bahkan di saat-saat terburuk seperti saat ini. Perubahan model yang dibuat dalam buku ini secara langsung akan memberi gambaran langsung terhadap pengaruh konsep dan teknik bisnis baru di era digital ini melalui teori dan praktik manajemen strategis. Buku ini dilengkapi contoh-contoh kasus yang praktis agar tidak terjadi kesalahan dalam merumuskan dan mengimplementasikan rencana strategis dalam bisnis digital.

Salah satu yang menjadi faktor pembeda buku ini dengan buku manajemen strategis lainnya adalah: (1) buku ini dilengkapi dengan studi kasus berdasarkan fakta sebenarnya dari beberapa perusahaan, (2) buku ini dilengkapi dengan pertanyaan, latihan dan tugas serta kesimpulan, sehingga para pembacanya dapat memiliki pemahaman yang jauh lebih baik, (3) daftar pustaka dan bahan bacaan untuk melengkapi keahlian dan pemahaman tersedia di akhir setiap bab dari buku ini. Semoga pembaca, khususnya para mahasiswa mendapat manfaat yang maksimal dari setiap bab yang disajikan dari buku ini. Selamat membaca.

Semarang 28 Agustus 2020

Dr. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM