



PENGUKUHAN GURU BESAR TETAP

**Prof. Dr. Ir. Sevenpri Candra,
S.Kom., S.E., M.M., ASEAN Eng.**

Orasi Ilmiah:

*“ Bisnis Digital: Perkembangan,
Tantangan dan Kunci Sukses ”*

28 November 2023

Orasi Ilmiah

Pengukuhan Guru Besar Tetap Ilmu Manajemen – BINUS University

Prof. Dr. Ir. Sevenpri Candra, S.Kom., S.E., M.M., ASEAN Eng.

28 Februari 2024

Bisnis Digital: Perkembangan, Tantangan dan Kunci Sukses

Selamat Siang, Salam Sejahtera Bagi Kita Semua...

Yang Saya Hormati,

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah III Bapak Prof. Dr. Toni Taharudin, S.Si, M.Sc beserta segenap jajarannya.

Chief Executive Officer Yayasan Bina Nusantara Bapak Ir. Bernard Gunawan

Chief Strategic Officer Yayasan Bina Nusantara Bapak Ir. Carmelus Susilo

President of BINUS Higher Education Bapak Stephen Wahyudi Santoso, BSE, MSIST, CBDMP dan segenap jajarannya.

Ketua Dewan Guru Besar Universitas Bina Nusantara Bapak Prof. Dr. Ir. Harjanto Prabowo, M.M.

Rektor dan Ketua Senat Universitas Bina Nusantara Ibu Dr. Nelly, S.Kom., M.M., CSCA

Para Guru Besar Tamu yang hadir secara onsite ataupun online

Para Guru Besar Universitas Bina Nusantara dan Dewan Pelantik Guru Besar

Para Wakil Rektor, Dekan, Direktur, HoD, HoP Universitas Bina Nusantara

Seluruh teman sejawat dan mahasiswa yang saya banggakan

Seluruh tamu undangan yang hadir secara onsite ataupun online

Seluruh teman-teman dan keluarga saya

Perkenankan saya menyampaikan pidato pengukuhan saya sebagai Guru Besar Tetap Universitas Bina Nusantara di bidang ilmu manajemen.

Ibu/Bapak, Hadirin yang saya hormati,



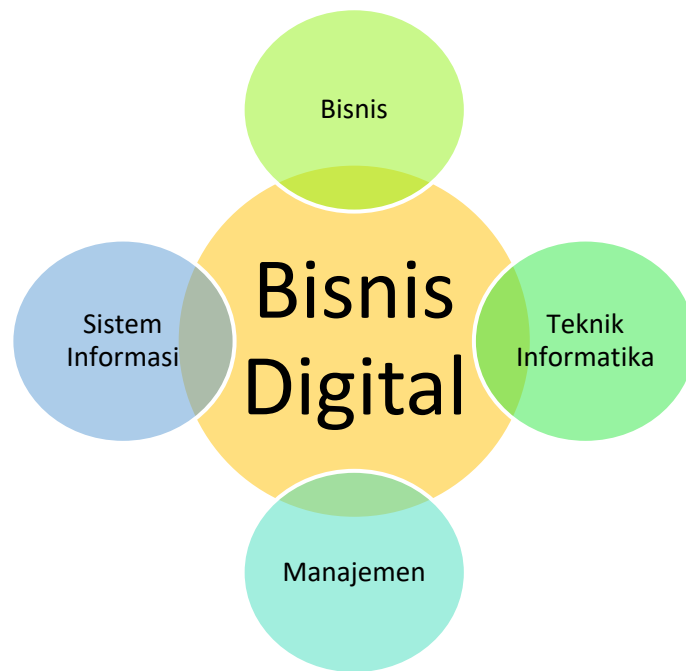
Bisnis Digital: Latar Belakang dan Perkembangan

080989 empat kali....itulah satu nomor yang sangat familiar bagi mereka di awal tahun 2000an. Tahun dimana layanan internet sudah semakin merambah Indonesia. Kecepatan yang dapat dicapai hingga 56 kbps, dan standar modem v9.1 atau v9.2 yang menuju jalur RS-232 pada komputer. Namun kemunculan e-Commerce di Indonesia terjadi ketika Internet Service Provider; Indonet pada tahun 1994 hadir untuk melayani masyarakat Indonesia. Jika dihitung dari tahun 1994, maka internet telah hadir di Indonesia selama 30 tahun. Secara usia, maka sudah dapat dikatakan memasuki masa dewasa. Pertumbuhan bisnis digital akan bertumbuh dan diprediksi akan melampaui pertumbuhan GDP (e-Conomy SEA, 2023).

Perkembangan teknologi informasi tidak terlepas dari tuntutan bisnis akan persaingan yang begitu ketat dalam menguasai pasar. Bisnis Digital (*Digital Business*) menjadi suatu langkah yang membuat setiap organisasi bisnis semakin percaya diri di dalam memenangkan kompetisi yang ada di industri tersebut. Digital berasal dari kata *Digitus*, dalam bahasa Yunani yang berarti jari jemari (etymonline.com, 2021; Stucky, 2017). Apabila kita hitung jari jemari manusia, maka berjumlah sepuluh (10). Nilai sepuluh tersebut terdiri dari 2 radix, yaitu 1 dan 0, sehingga digital merupakan suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 (bilangan biner). Sistem komputer semua berbasis digital sebagai basis datanya. Meskipun komputer telah ada dalam beberapa dekade, namun konsep transformasi digital relatif masih baru. Kehadiran internet merubah bentuk tradisional media (analog) berubah menjadi digital.

Dalam ilmu manajemen, bisnis dipahami sebagai suatu organisasi yang melakukan aktivitas jual beli atas suatu produk atau jasa kepada pembeli atas dasar mendapatkan laba. Jika ditelaah dari sisi Bahasa, maka bisnis (*business*) berasal dari bahasa Inggris, dari kata dasar *Busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas atau masyarakat (etymonline.com, 2022). Sehingga disimpulkan dalam kondisi mengerjakan aktivitas pekerjaan yang mendatangkan keuntungan bagi aktornya. Secara umum, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan actor yang menjalankan bisnis akan mendapatkan balas jasa sesuai dengan waktu, usaha ataupun modal yang diberikan.

Jika dilihat dari disiplin ilmu, maka bisnis digital merupakan bidang ilmu ekonomi dan ilmu komputer yang saling bersinergi. Dimana empat disiplin utama yang berperan di dalam membentuk bisnis digital yaitu bisnis, manajemen, sistem informasi dan teknik informatika. Empat disiplin ilmu ini akan terus berkembang dan akan semakin menjadi hal yang saling memiliki keterkaitan yang erat satu sama lain, sehingga kebutuhan akan penguasaan multidisiplin ilmu menjadi suatu hal yang wajib saat ini dan masa akan datang. BINUS University sebagai Perguruan Tinggi Indonesia, sudah lama memperkenalkan program yang menyelaraskan dua atau lebih bidang ilmu yang ada. Dan saya menjadi aktor di dalam proses yang ada, yaitu pada saat menjadi Subject Content Coordinator e-Business pada School of Business Management di tahun 2011. E-Business merupakan cikal bakal yang saat ini lebih populer di sebut dengan bisnis digital. Begitupula di tahun 2013, Saya sebagai Head of Management Dual Degree Program. Manajemen dan Sistem Informasi merupakan program ganda yang ditawarkan pada saat itu dan program ini sudah fokus di dalam pengembangan bisnis digital. Bisnis digital saat ini menjadi semakin menarik dengan perkembangan teknologi yang mendukung kecerdasan buatan.



Gambar 1. Empat disiplin utama yang membentuk bisnis digital

Hadirin yang terhormat,

Bisnis digital menjadi model bisnis yang lebih menjanjikan saat ini dan terus berkembang di masa mendatang. Bisnis digital mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk melakukan dan meningkatkan berbagai proses bisnis. Dalam bisnis digital, teknologi bukan hanya sekedar alat namun merupakan bagian integral dari keseluruhan strategi dan operasi. Evolusi bisnis di era digital ditandai dengan transformasi signifikan dalam cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan bersaing di pasar global. Adapun perkembangan bisnis digital dapat dilihat dari pertumbuhan sebagai berikut:

Inisiasi Digitalisasi (1980an-1990an). Tahap awal bisnis digital ditandai dengan penerapan teknologi komputasi dasar. Organisasi bisnis mulai menggunakan komputer untuk menyelesaikan pekerjaan seperti pencatatan transaksi keuangan, kehadiran jam kerja dan proses penggajian, dan pengelolaan persediaan bahan baku ataupun produk jadi. Semua kegiatan pencatatan tersebut digunakan untuk pemrosesan data dasar yang pada akhirnya akan digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Kehadiran internet pada tahun 1990an membuka pemikiran baru dalam komunikasi dan pertukaran informasi. Organisasi bisnis mulai membangun kehadiran online dengan situs web dan pemanfaatan email.

E-commerce Hadir (Akhir 1990an-2000an). Akhir tahun 1990-an menjadi saksi bahwa internet dapat menciptakan model bisnis berbasis elektronik yang di kenal dengan e-commerce. Amazon dan eBay menjadi acuan perusahaan yang berhasil dengan pendekatan berbasis internet ini. Di Indonesia, kemunculan layanan berbasis website juga hadir; Kaskus.com dan Bhineka.com (Verianty, 2022). Transaksi online dan pasar digital menjadi semakin populer, mengubah cara orang berbelanja dan bisnis dalam memperkenalkan dan menjual produk atau jasa (Candra, 2015; Candra et al., 2022c). Namun di satu sisi,

pertumbuhan yang begitu cepat menciptakan “bubble dot-com” yang akhirnya menjadi perhatian dunia akan ekonomi digital.

Perluasan Internet dan Konektivitas (2000an-2010an). Di kondisi ini, Internet broadband tersedia lebih luas, memfasilitasi koneksi online yang lebih cepat dan andal. Hal ini menyebabkan peningkatan interaksi digital, konten multimedia, dan pertumbuhan platform media sosial. Bisnis mulai memanfaatkan internet untuk pemasaran, keterlibatan pelanggan, dan kolaborasi. Platform media sosial menjadi penting untuk membangun merek dan komunikasi pelanggan (Candra et al., 2020c, 2020a). Di Indonesia, awal tahun 2000 menjadi titik pertumbuhan e-commerce. Diawali dari Lippo Group yang hadir dengan Lippo Shop dan pada tahun 2009 hadir e-commerce berbasis marketplace Tokopedia (Verianty, 2022). Pada tahun 2017, Pemerintah melalui Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) diluncurkan. Meluasnya penggunaan ponsel pintar dan perangkat seluler mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan layanan. Aplikasi seluler menjadi bagian terintegrasi dari strategi bisnis, memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen kapan saja, di mana saja (Candra et al., 2022c; Candra and Jeselin, 2022; Kurniawan et al., 2021). Perdagangan seluler (*m-commerce*) memperoleh momentum, memungkinkan bisnis mengoptimalkan pengalaman pengguna seluler dan menawarkan layanan saat bepergian (Candra et al., 2020b, 2021a).

Kehadiran Big Data dan Transformasi Digital (2010an – Sekarang). Perkembangan interaksi digital menghasilkan data dalam jumlah besar. Dunia usaha mulai memanfaatkan kekuatan analisa *big data* untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku pelanggan, tren pasar, dan efisiensi operasional (Candra and Nainggolan, 2022). Kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin menjadi semakin penting untuk analisis data, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih canggih dan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi. Konsep transformasi digital muncul ketika perusahaan berupaya mengintegrasikan teknologi digital di seluruh aspek operasi mereka. Hal ini tidak hanya melibatkan adopsi alat-alat digital namun juga memikirkan kembali proses dan model bisnis secara mendasar. Komputasi awan, *Internet of Things* (IoT), dan otomatisasi menjadi komponen utama transformasi digital, sehingga memungkinkan fleksibilitas, skalabilitas, dan efisiensi yang lebih besar. Teknologi Blockchain mendapat perhatian karena potensinya untuk meningkatkan transparansi, keamanan, dan kepercayaan dalam berbagai proses bisnis, termasuk manajemen rantai pasokan dan transaksi keuangan. *Cryptocurrency*, dipimpin oleh Bitcoin, memperkenalkan bentuk-bentuk baru aset digital dan sistem keuangan alternatif. Kemajuan berkelanjutan dalam teknologi seperti 5G, *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR), dan komputasi kuantum kemungkinan besar akan membentuk masa depan bisnis digital. Pertimbangan keberlanjutan dan etika menjadi lebih menonjol, sehingga memengaruhi cara bisnis melakukan pendekatan terhadap inovasi digital.



Hadirin yang saya hormati,

Dampak Digitalisasi dan Tantangan Bisnis Digital

Digitalisasi telah mengubah bisnis modern secara mendalam dalam berbagai cara, berdampak pada segala hal mulai dari cara perusahaan beroperasi hingga cara mereka berinteraksi dengan pelanggan. Adapun dampak digitalisasi terhadap bisnis modern sebagai berikut:

Efisiensi operasional. Alat dan teknologi digital memungkinkan otomatisasi tugas-tugas rutin dan manual, mengurangi kebutuhan akan intervensi manual dan mempercepat proses. Digitalisasi memungkinkan optimalisasi dan penyederhanaan alur kerja, sehingga meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Teknologi digital memberikan visibilitas yang lebih besar ke dalam proses rantai pasokan, memungkinkan perusahaan melacak dan menelusuri produk mulai dari produksi hingga pengiriman (Sudrajat et al., 2021). Otomatisasi dan alat digital membantu mengoptimalkan manajemen inventaris, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan efisiensi rantai pasokan secara keseluruhan.

Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data. Digitalisasi memberi bisnis akses ke data dalam jumlah besar. Alat analisis dan algoritma membantu organisasi mengekstraksi wawasan yang dapat ditindaklanjuti dari data ini, sehingga dapat menjadi masukan dalam pengambilan keputusan strategis. Pemodelan dan analisis prediktif memungkinkan bisnis memperkirakan tren, mengidentifikasi peluang, dan memitigasi risiko.

E-Commerce dan Transaksi Online. Platform digital memberi bisnis kemampuan untuk menjangkau khalayak global. Platform e-commerce memungkinkan perusahaan untuk menjual produk dan layanan secara online, sehingga memperluas jangkauan pasar. Transaksi online dan platform e-commerce beroperasi 24/7, memungkinkan pelanggan melakukan pembelian sesuai kenyamanan mereka (Candra and Wirakusuma, 2021; Tandiono et al., 2020).

Komunikasi dan Kolaborasi. Digitalisasi memfasilitasi pekerjaan jarak jauh melalui alat kolaborasi, konferensi video, dan platform berbasis cloud, memungkinkan tim untuk bekerja sama dengan lancar di mana pun lokasi fisiknya. Pesan instan, konferensi video, dan alat komunikasi digital lainnya memungkinkan kolaborasi dan pengambilan keputusan secara waktu nyata.

Inovasi dan Kemampuan Beradaptasi. Digitalisasi mendorong budaya inovasi berkelanjutan. Perusahaan dapat dengan cepat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi baru agar tetap kompetitif (Candra et al., 2022d). Alat digital memungkinkan bisnis menjadi lebih tangkas dan responsif terhadap perubahan pasar, memungkinkan adaptasi cepat terhadap tren yang berkembang dan permintaan pelanggan.

Pengalaman, Umpan Balik dan Keterlibatan Pelanggan. Teknologi digital memungkinkan bisnis mempersonalisasi interaksi mereka dengan pelanggan, menyesuaikan produk, layanan, dan upaya pemasaran berdasarkan preferensi dan perilaku pelanggan. Perusahaan dapat berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai saluran digital, termasuk media sosial, email, obrolan, dan aplikasi seluler, sehingga menciptakan pengalaman pelanggan yang lancar dan konsisten (Candra et al., 2021b; Mirdhal et al., 2023). Platform digital memberikan peluang



bagi bisnis untuk mendengarkan masukan pelanggan melalui media sosial dan ulasan online, sehingga memungkinkan mereka merespons kebutuhan dan preferensi pelanggan (Candra et al., 2021c, 2022b).

Upaya Keberlanjutan. Digitalisasi dapat mendukung upaya keberlanjutan dengan mengoptimalkan penggunaan energi, mengurangi konsumsi kertas melalui dokumentasi digital, dan memungkinkan kerja jarak jauh untuk mengurangi dampak lingkungan dari perjalanan pulang pergi (Candra, 2023; Widyatmodjo and Candra, 2022).

Digitalisasi telah menjadi pendorong perubahan mendasar dalam bisnis modern, yang berdampak pada hampir setiap aspek bisnis, keterlibatan pelanggan, dan pengambilan keputusan strategis. Sebagai contoh nyata di dunia hiburan musik, demam K-Pop yang melanda dunia melahirkan virtual K-Pop pada tahun 2021 (Lee and Hemphill, 2022). Kehadiran Virtual K-Pop bukan saja melihat peluang dunia bisnis hiburan hallyu, namun juga ingin memberikan *service experience* yang tak terbatas kepada pengemarnya (Candra et al., 2022a; Lee and Hemphill, 2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis yang sukses saat ini adalah bisnis yang menerapkan transformasi digital untuk meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan lanskap bisnis yang berkembang pesat.

Hadirin yang berbahagia,

Meskipun bisnis digital menawarkan banyak peluang untuk pertumbuhan dan efisiensi, bisnis digital juga memiliki serangkaian tantangan. Adapun tantangan yang akan dihadapi dan solusi yang dapat dijalankan sebagai berikut:

Ancaman Keamanan Siber. Meningkatnya digitalisasi membuat organisasi lebih rentan terhadap ancaman dunia maya, termasuk pelanggaran data, ransomware, dan aktivitas berbahaya lainnya. Berinvestasi dalam langkah-langkah keamanan siber yang kuat, lakukan audit keamanan secara berkala, latih karyawan tentang praktik terbaik keamanan siber, dan ikuti perkembangan teknologi keamanan terkini.

Privasi dan Kepatuhan Data. Mengelola dan melindungi data sensitif pelanggan sambil mematuhi peraturan perlindungan data dapat menjadi tantangan. Menerapkan kebijakan perlindungan data yang kuat, memastikan kepatuhan terhadap peraturan terkait, dan memprioritaskan transparansi dalam praktik penanganan data.

Perubahan Teknologi yang Cepat. Pesatnya kemajuan teknologi mengharuskan organisasi untuk beradaptasi dengan cepat, yang dapat menjadi tantangan bagi mereka yang memiliki sistem lama. Menumbuhkan budaya pembelajaran berkelanjutan, berinvestasi pada teknologi yang fleksibel dan terukur, dan secara berkala menilai kembali dan memperbarui infrastruktur TI agar tetap terkini.

Kesenjangan Keterampilan Digital. Permintaan akan keterampilan digital seringkali melebihi ketersediaan tenaga kerja terampil, sehingga menyebabkan kesenjangan keterampilan digital. Memberikan pelatihan berkelanjutan bagi karyawan, mendorong peningkatan



keterampilan dan keterampilan ulang, dan mempertimbangkan kemitraan dengan lembaga pendidikan untuk mengembangkan saluran talenta digital.

Manajemen Perubahan. Karyawan mungkin menolak perubahan yang terkait dengan transformasi digital, sehingga berpotensi menimbulkan gangguan dan inefisiensi (Candra, 2016, 2014). Komunikasikan manfaat inisiatif digital dengan jelas, libatkan karyawan dalam proses perencanaan, dan berikan pelatihan dan dukungan yang memadai untuk memfasilitasi transisi yang lancar.

Masalah Skalabilitas. Bisnis digital perlu berkembang pesat untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat, yang dapat membebani infrastruktur dan sistem. Rancang sistem dengan mempertimbangkan skalabilitas, manfaatkan sumber daya komputasi awan, dan lakukan penilaian serta peningkatan infrastruktur secara berkala sesuai kebutuhan.

Disrupsi dan Persaingan Digital. Bisnis tradisional menghadapi risiko gangguan dari kompetitor yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital. Merangkul budaya inovasi, memantau tren industri, berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, dan bersedia mengadaptasi model bisnis agar tetap kompetitif.

Kelebihan Data. Melimpahnya data dapat menyebabkan kelebihan informasi, sehingga sulit untuk mengekstraksi wawasan yang bermakna. Menerapkan analitik canggih dan alat AI untuk memproses dan menganalisis data, fokus pada indikator kinerja utama, dan menggunakan data secara strategis untuk menginformasikan pengambilan keputusan.

Keberhasilan mengatasi tantangan ini memerlukan pendekatan holistik dan adaptif. Organisasi yang memprioritaskan keamanan siber, berinvestasi dalam pelatihan karyawan, menumbuhkan budaya inovasi, dan tetap gesit dalam menghadapi perubahan memiliki posisi yang lebih baik untuk berkembang dalam lanskap bisnis digital.

Ibu/Bapak Hadirin yang saya hormati,

Sebuah Pemikiran Strategi Kunci Sukses di Bisnis Digital

Tak terasa Indonesia berada di dalam kondisi *Middle Income Trap* selama 30 tahun (Yanwardhana, 2023). Dibutuhkan suatu pemikiran agar Indonesia dapat keluar dari *Middle Income Trap* dan dapat menuju kepada *high middle income* (cnnindonesia.com, 2022; Islam et al., 2023). Secara umum ada tiga hal yang perlu dilakukan yaitu peningkatan talenta, pembangunan infrastruktur, dan ekonomi berbasis digital (Islam et al., 2023; Pratama, 2021; Tran, 2013). Ekonomi berbasis digital tidak dapat dilepaskan dari pengembangan bisnis digital, sehingga diperlukan pendekatan strategis dan adaptif untuk memanfaatkan daya guna teknologi dan menghadapi tantangan. Secara singkat strategi sukses ini dapat dikelompokkan menjadi tiga fokus yaitu manusia, proses dan teknologi.

Manusia:

Pengembangan Talenta. Berinvestasi dalam pengembangan keterampilan digital tenaga kerja Anda melalui program pelatihan, peningkatan keterampilan, dan perekrutan. Bangun

tim lintas fungsi yang menyatukan beragam keterampilan untuk pemecahan masalah secara holistik.

Budaya Inovasi. Menumbuhkan budaya yang mendorong dan menghargai inovasi. Menyediakan karyawan dengan alat dan lingkungan untuk bereksperimen dan menghasilkan ide-ide baru. Mendorong kolaborasi lintas fungsi untuk menghadirkan beragam perspektif dalam proses inovasi.

Evaluasi Kinerja dan Kepatuhan. Menetapkan dan memantau KPI untuk mengevaluasi kinerja inisiatif digital. Terus mengevaluasi dan mengulangi strategi digital berdasarkan metrik kinerja. Terus mengikuti perubahan peraturan dan memastikan atas kepatuhan terhadap perlindungan data dan peraturan khusus industri. Mengembangkan proses yang secara proaktif memenuhi persyaratan kepatuhan.

Proses :

Pendekatan yang Berpusat pada Pelanggan. Memanfaatkan data untuk mempersonalisasi pengalaman pelanggan, menyesuaikan produk, layanan, dan interaksi dengan preferensi individu. Di lain sisi, secara aktif mencari dan menggabungkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan produk dan layanan. Secara proaktif mendidik pelanggan tentang fitur, layanan, dan manfaat digital baru untuk mendorong adopsi. Tawarkan dukungan pelanggan yang kuat melalui saluran digital untuk membantu pengguna dalam menavigasi penawaran digital Anda.

Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data. Berinvestasi pada alat analisis data untuk mengekstrak wawasan yang dapat ditindaklanjuti dari data, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan strategis. Gunakan analisis prediktif untuk mengantisipasi tren dan perilaku pelanggan.

Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial. Mengintegrasikan teknologi ramah lingkungan dan praktik berkelanjutan ke dalam operasi bisnis. Terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun citra merek yang positif.

Teknologi :

Kehadiran E-Commerce dan Omnichannel. Pengembangan strategi omnichannel yang lancar untuk memberikan pengalaman yang konsisten kepada pelanggan di seluruh saluran online dan offline. Memprioritaskan pengoptimalan seluler untuk memenuhi semakin banyaknya pengguna yang mengakses platform digital melalui perangkat seluler.

Penerapan Transformasi Digital. Melakukan pengembangan atas pemahaman mendalam tentang ranah digital dan penguasaan teknologi baru akan dapat memberikan dampak positif bagi setiap organisasi bisnis. Transformasi yang berkelanjutan dengan membangun budaya atas transformasi ini, maka akan memperbarui proses dan teknologi agar tetap terdepan.



Tindakan Keamanan Siber. Menerapkan langkah-langkah keamanan siber yang kuat untuk melindungi dari pelanggaran data dan ancaman siber. Memberikan pelatihan rutin kepada karyawan tentang praktik terbaik keamanan siber untuk meminimalkan kerentanan.

Dengan mengintegrasikan strategi ini ke dalam inti pendekatan bisnis, maka kita dapat memposisikan organisasi untuk terus sukses dalam ranah bisnis digital yang dinamis dan terus berkembang. Ingatlah bahwa fleksibilitas dan kemauan untuk beradaptasi adalah faktor kunci dalam mempertahankan kesuksesan dalam jangka panjang. Harapan dari ini semua, maka bisnis digital dapat memberikan kontribusi di dalam membawa Indonesia keluar dari *Middle Income Trap* dan mencapai *High Middle Income*.

Hadirin yang terhormat,

BINUS University sebagai Perguruan Tinggi Indonesia terus berkomitmen dalam membina Nusantara sesuai dengan visi *Fostering and Empowering the Society*. Untuk itu saya sebagai seorang BINUSIAN akan terus mendukung visi tersebut, terutama dukungan kepada UMKM dengan kehadiran bisnis digital ini. Langkah awal yang telah dan akan terus dikembangkan adalah mendorong UMKM dapat memanfaatkan bisnis digital agar dapat naik kelas. Adapun kegiatan yang telah dilakukan dengan dukungan dari Proyek Inisiatif yaitu UMKM Siap Go Digital! di Kota Bekasi dan Pemberdayaan UMKM di Pemuteran Bali. Untuk langkah lebih lanjut, maka dapat diperkuat pengembangan Bisnis Digital bagi UMKM bukan saja memberikan pelatihan, namun dibentuknya Pusat Kajian Bisnis Digital UMKM. Diharapkan UMKM akan dapat memiliki pemahaman secara menyeluruh mulai dari konsep, tantangan dan kunci sukses sehingga dalam proses adopsi dan praktik dilapangan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan.

Ucapan Terima Kasih

Hadirin yang saya hormati sebelum saya mengakhiri orasi ilmiah ini, maka ijin saya menyampaikan puji syukur kehadirat Tuhan atas segala berkat dan karuniaNya yang telah diberikan kepada Kita semua, khususnya atas pengangkatan saya sebagai Guru Besar Tetap Universitas Bina Nusantara pada bidang ilmu manajemen. Perkenankan saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung saya mencapai jabatan jenjang akademik tertinggi di Universitas Bina Nusantara:

Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia; Bapak Nadiem Anwar Makarim, B.A., M.B.A.

Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi; Bapak Prof. Ir. Nizam, PhD beserta segenap jajarannya

Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah III Bapak Prof. Dr. Toni Taharudin, S.Si., M.Sc beserta segenap jajarannya

Chief Executive Officer Yayasan Bina Nusantara Bapak Ir. Bernard Gunawan

Chief Strategic Officer Yayasan Bina Nusantara Bapak Ir. Carmelus Susilo



President of BINUS Higher Education Bapak Stephen Wahyudi Santoso, BSE, MSIST, CBDMP dan segenap jajarannya.

Ketua Dewan Guru Besar Universitas Bina Nusantara Bapak Prof. Dr. Ir. Harjanto Prabowo, M.M.

Rektor dan Ketua Senat Universitas Bina Nusantara Ibu Dr. Nelly, S.Kom., M.M., CSCA

Prof. Dr. Engkos Achmad Kuncoro, S.E., M.M., selaku sekretaris Senat dan Wakil Rektor bidang Pengembangan Akademik Universitas Bina Nusantara yang telah memproses pengusulan jabatan akademik saya ini.

Para Guru Besar Universitas Bina Nusantara dan Dewan Pelantik Guru Besar

Prof. Dezie L. Warganegara, PhD. selaku Executive Dean BINUS Business School, Ibu Dr. Rini Setiowati selaku Dean BINUS Business School Master Program, Bapak Dr. Hardijanto Saroso selaku Dean BINUS Business School Undergraduate Program, Ibu Dr. Diena Dwidienawati Tjiptadi selaku Head of Business Management Program; seluruh Faculty Member BINUS Business School

Para Wakil Rektor, Dekan, Direktur, HoD, HoP Universitas Bina Nusantara

Prof. Idris Gautama So yang selalu memberikan nasehat, dukungan dan dorongan atas proses Guru Besar saya ini; Bapak Gatot Soepriyanto, PhD selaku Campus Director BINUS@Bekasi yang telah memberikan semangat, tip dan trik kepada saya di dalam pengajuan Guru Besar ini.

Teristimewa kepada Ibu Dr. Olifia Rombot; Ibu Dr. Tatum Syarifah Adiningrum; Bapak Ari Syahrial, S.Kom., M.M.; Bapak Dedy Suryadi Lukman, S.Sos dan seluruh rekan-rekan di LRC

Seluruh Panitia yang mendukung keseluruhan acara pengukuhan Guru Besar saya ini

Seluruh teman sejawat dan mahasiswa yang saya banggakan

Seluruh tamu undangan yang telah hadir secara onsite ataupun online

Seluruh teman-teman dan keluarga yang saya kasihi

Berkati hidupmu untuk menjadi berbeda mulai saat ini. Raihlah setiap hal yang menyentuh dalam hidup ini. Rangkullah teman-teman tercinta dengan antusias. Biarkanlah kata-kata yang tulus dan airmata bahagia mengalir didalam hati kita.¹

REFERENSI

Candra, S., 2023. Work from home during Covid-19 pandemic: A preliminary finding from corporate in greater Jakarta. Presented at the AIP Conference Proceedings. <https://doi.org/10.1063/5.0109444>

¹ Kutipan dari lagu di Soundtrack Film "Ride On", 2023

- Candra, S., 2016. Knowledge capability and key stakeholders' readiness in ERP implementation success. *Far East Journal of Electronics and Communications* 16, 545–560. <https://doi.org/10.17654/EC016030545>
- Candra, S., 2015. The use of IPA in bricks and clicks service quality (lesson learned from ICT shop). *Far East Journal of Electronics and Communications* 15, 23–34. https://doi.org/10.17654/FJECSep2015_023_034
- Candra, S., 2014. The impact of enterprise resource planning success in Indonesia company. *Advanced Science Letters* 20, 184–187. <https://doi.org/10.1166/asl.2014.5245>
- Candra, S., Ayudina, M., Arashi, M.A., 2021a. The Impact of Online Food Applications during the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Technology* 12, 472–484. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v12i3.4195>
- Candra, S., Cahyono, H., Wibowo, R.A., Sutopo, T., 2020a. Acceptance of the use of social media: Case of linkedin in Indonesian netizen. *International Journal of Scientific and Technology Research* 9, 1451–1461.
- Candra, S., Jeselin, F.S., 2022. Students' perspectives on using e-learning applications and technology during the COVID-19 pandemic in Indonesian higher education. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2021-0185>
- Candra, S., Nainggolan, A., 2022. Understanding Business Intelligence and Analytics System Success from Various Business Sectors in Indonesia. *CommIT Journal* 16, 37–52. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7849>
- Candra, S., Nuruttarwiyah, F., Hapsari, I.H., 2020b. Revisited the Technology Acceptance Model with E-Trust for Peer-to-Peer Lending in Indonesia (Perspective from Fintech Users). *International Journal of Technology* 11, 710–721. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v11i4.4032>
- Candra, S., Pandean, E.T., Harisson, J., Sutanto, S., 2022a. The Impact of Sensory Experience on the Buying Behavior of Coffee Shop Visitors in Indonesia. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* 34, 214–234. <https://doi.org/10.1080/08974438.2022.2043980>
- Candra, S., Pratama, D.A., Rizky Dianti, S., 2021b. Understanding online purchase intention from customer greater jakarta area during covid-19 pandemic. Presented at the Proceedings of 2021 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2021, pp. 380–383. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9534985>
- Candra, S., Prawara, R.W., Sudrajat, D., 2021c. Understanding Customer Behaviour from Greater Jakarta Area in Purchase Intention on Fashion E-Commerce. Presented at the 3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent Systems, ICORIS 2021. <https://doi.org/10.1109/ICORIS52787.2021.9649512>
- Candra, S., Steffani, S., Klaudiya, K., Sutiana, I., 2020c. The actual use of social media in Indonesia: A preliminary finding, in: *Handbook of Research on Innovation and Development of E-Commerce and E-Business in ASEAN*. pp. 640–663. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4984-1.ch031>
- Candra, S., Suherti, R., Sudrajat, D., Salsabillah, N., 2022b. Measuring e-Loyalty in the Greater Jakarta Online Marketplace-Indonesia. Presented at the 2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2022. <https://doi.org/10.1109/CITSM56380.2022.9936033>

- Candra, S., Tulangow, C.E., Winalda, F.T., 2022c. A Preliminary Study of Consumer Behavior From the Online Marketplace in Indonesia. *International Journal of Asian Business and Information Management* 13. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.297846>
- Candra, S., Wirakusuma, K.H.A., 2021. What Are the Driving Factors of Purchase Intention of Mutual Funds Through Digital Wallet Platform in Indonesia?, in: *Handbook of Research on Disruptive Innovation and Digital Transformation in Asia*. IGI Global, pp. 165–186.
- Candra, S., Wiratama, I.N.A.D., Rahmadi, M.A., Cahyadi, V., 2022d. Innovation process of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in greater Jakarta area (perspective from foodpreneurs). *Journal of Science and Technology Policy Management* 13, 542–560. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2020-0153>
- cnnindonesia.com, 2022. Indonesia, Middle Income Trap dan Analisis Profesor Harvard [WWW Document]. CNN Indonesia. URL <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221221213806-532-890507/indonesia-middle-income-trap-dan- analisis-profesor-harvard/1>
- e-Conomy SEA, 2023. Laporan e-Conomy SEA 2023 - Google [WWW Document]. URL https://economysea.withgoogle.com/intl/id_id/report/ (accessed 12.22.23).
- etymonline.com, 2022. business | Etymology of business by etymonline [WWW Document]. URL <https://www.etymonline.com/word/business> (accessed 12.22.23).
- etymonline.com, 2021. digital | Etymology of digital by etymonline [WWW Document]. URL <https://www.etymonline.com/word/digital> (accessed 12.22.23).
- Islam, Md.J.A., Mahmud, I., Islam, A., Sobhani, F.A., Hassan, Md.S., Ahsan, A., 2023. Escaping the middle-income trap: A study on a developing economy. *Cogent Social Sciences* 9, 2286035. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2286035>
- Kurniawan, Y., Candra, S., Tungka, L.Y., 2021. E-learning: MOOC user intention analysis using TAM and TTF with social motivation factor and MOOC features, in: *Digital Literacy and Socio-Cultural Acceptance of ICT in Developing Countries*. pp. 101–117. https://doi.org/10.1007/978-3-030-61089-0_7
- Lee, J.Y., Hemphill, A., 2022. K-pop: The rise of the virtual girl bands. BBC News.
- Mirdhal, E.G., Kurniawan, Y., Candra, S., 2023. The Impact of Information Technology and Social Network in Knowledge Sharing for Organization Performance (A Case Study Approach). Presented at the 2023 8th International Conference on Business and Industrial Research, ICBIR 2023 - Proceedings, pp. 1134–1139. <https://doi.org/10.1109/ICBIR57571.2023.10147520>
- Pratama, A.M., 2021. Apa yang Dimaksud Dengan Middle Income Trap? [WWW Document]. Kompas. URL <https://money.kompas.com/read/2021/08/04/170000126/apa-yang-dimaksud-dengan-middle-income-trap?page=all>
- Stucky, S., 2017. Where did the word ‘digital’ come from, anyway? FutureWork Forum. URL <https://futureworkforum.com/where-did-the-word-digital-come-from-anyway/> (accessed 12.22.23).
- Tandiono, J., Djojo, B.W., Candra, S., Heriyati, P., 2020. Finding the Customer Perception of Peer-to-Peer (P2P) Lending Financial Technology in Pohon Dana. *Binus Business Review* 11, 51–58.
- Tran, V.T., 2013. The Middle-Income Trap: Issues for Members of the Association of Southeast Asian Nations. *SSRN Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2266239>
- Verianty, W.A., 2022. 5 E-Commerce Indonesia Karya Anak Bangsa, Pelajari Sejarah dan Perkembangannya [WWW Document]. liputan6.com. URL

<https://www.liputan6.com/hot/read/5097322/5-e-commerce-indonesia-karya-anak-bangsa-pelajari-sejarah-dan-perkembangannya> (accessed 12.22.23).

Widyatmodjo, L.S., Candra, S., 2022. Understanding environmental concern and purchase intention of green product: Perspectives professional from IT consulting corporation, in: Acceleration of Digital Innovation & Technology towards Society 5.0. Routledge, pp. 45–49.

Yanwardhana, E., 2023. 30 Tahun RI Terjebak Middle Income Trap, Kapan Bisa Lolos? [WWW Document]. CNBC Indonesia. URL

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20230328170931-4-425231/30-tahun-ri-terjebak-middle-income-trap-kapan-bisa-lolos>



CURRICULUM VITAE

Nama Lengkap	Prof. Dr. Ir. Sevenpri Candra, S.Kom., S.E., M.M., ASEAN Eng.
Tempat & Tanggal Lahir	Jakarta, 19 Juli 1978
Jabatan Akademik	Professor / Guru Besar
Perguruan Tinggi	Universitas Bina Nusantara
Nomor Telepon	08159630770
Email	seven@binus.ac.id
Scopus Author ID	55933427100
Sinta Author ID	26066
Google Scholar ID	HHkydyAAAAAJ
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-3604-4748
LinkedIN	https://www.linkedin.com/in/scandra/

PENDIDIKAN FORMAL

- Sekolah Dasar Lembaga Putra Kita, Jakarta
- Sekolah Menengah Pertama Santo Ignatius Loyola, Jakarta
- Sekolah Menengah Atas Santo Agustinus, Jakarta
- Sarjana Komputer, Teknik Informatika, Universitas Bina Nusantara, Jakarta
- Sarjana Ekonomi, Manajemen, Universitas Terbuka, Jakarta
- Insinyur, Program Profesi Insinyur, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Magister Manajemen, General Management, Universitas Bina Nusantara, Jakarta
- Doktor, Business Management, Universitas Bina Nusantara, Jakarta

KARIER DI INDUSTRI

- PT. Mitora Consulting
Information Technology Manager di Mitora Group (2005 - 2010)
Network Engineer di Mitora Group (2001 – 2005)
Team Member - mitora Project (2001 - 2010)
Administration Manager di Mitora New Hope (2010)
Operational Manager di Mitora Pte. Ltd (2009 - 2010)
Corporate Transformation Committee di Mitora Group (2008)
- PT. Cometa Can
Network Administrator (2000 - 2001)
- PT. Seikera
Implementation Application (2000)

KARIER DI PENDIDIKAN (BINUS University)

- Deputy Campus Director - Academic & Student Development, BINUS@Bekasi (2019 - Sekarang)
- Academic & Student Development Manager, BINUS@Bekasi (2016 - 2019)



- Head of Management Dual Degree Program, School of Business Management (2013 - 2016)
- Subject Content Coordinator of e-Business, School of Business Management (2011 - 2013)

JENJANG JABATAN AKADEMIK

- Asisten Ahli (Instructor), 1 Desember 2011, Angka Kredit 171,15
- Lektor (Assistant Professor), 1 April 2015, Angka Kredit 365,12
- Lektor Kepala (Associate Professor), 1 September 2019, Angka Kredit 598
- Guru Besar (Professor), 1 Desember 2023, Angka Kredit 912,60

KARIER MENDIDIK

- BINUS University, Indonesia (2009 – Sekarang)
Program S1 Manajemen: e-Business Strategy & Implementation, Introduction to Management and Business, Service Management Fundamental, Service Marketing Management
Program S2 Magister Manajemen: Strategic Management in Business, Digital Business Management
- Chitkara University, India (2015)
Program S2 Master of Business Administration: e-Business Strategy & Implementation

PELATIHAN/SERTIFIKASI

- 2023, Synergized BINUS, BINUS Corporate Learning & Development
- 2022, Transforming Innovation for Sustainability, ASTRA International
- 2021, Human Resources Management, Badan Nasional Sertifikasi Profesi
- 2021, Certified Digital Marketing Specialist, The Institute of Certified Management Accountants Australia
- 2020, Foundations of Leadership, University of California, USA
- 2019, ASEAN Engineer Register, ASEAN Federation of Engineering Organisations
- 2019, Light the Fire of Excellence in Your Team, BINUS Corporate Learning & Development
- 2018, Workshop “Ecosystem for A Successful Academician”, BINUS University and Universiti Malaysia Sarawak
- 2018, Workshop “How to Write Research Paper and Publish into A Reputable Journal”, BINUS University and Chung-Yuan Christian University
- 2017, Building Service Culture, Program Pengembangan Eksekutif, PPM Manajemen
- 2016, Pelatihan Pencapaian Mutu Perguruan Tinggi Berbasis Pengetahuan, SS Knowledge
- 2013, Sertifikat Pendidik Dosen Professional, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
- 2012, Case Teaching Workshop, BINUS Case Center – BINUS International



HIBAH PENELITIAN

- 2012, Hibah BINUS, Faktor Keberhasilan Pada Implementasi ERP
- 2012, Hibah BINUS, Dampak Resource Based View dan Market Based View terhadap Competitive Advantage UKM di Purwokerto
- 2013, Hibah BINUS, Impact of E-Service Quality Toward E-Customer Satisfaction in Internet Banking
- 2014, Hibah BINUS, Peranan Saluran Distribusi Terhadap Tingkat Kepercayaan Dan Tingkat Intensi Pembelian Pelanggan Pada Asuransi Mikro
- 2014, Hibah BINUS, Comparative Study of Internet Banking Service Quality Between Professionals and Students in DKI Jakarta
- 2015, Hibah BINUS, Intensi Pembelian Terhadap Asuransi Mikro: Berdasarkan Nilai Pelanggan atau Kepercayaan?
- 2015, Hibah BINUS, e-Government Quality pada Layanan Paspur Online di Jakarta
- 2016, Hibah BINUS, Dampak Penerapan Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE)
- 2019, Hibah Terapan BINUS, Peranan Regulasi Pemerintah Dalam Memoderasi Pengaruh Inovasi Kolaboratif terhadap Daya Saing Perusahaan – Perusahaan Jasa Logistik Indonesia
- 2022, Hibah Penelitian Internasional BINUS, Current Issue in Digital Business: User Acceptance and Consumer Behavior
- 2023, Hibah Penelitian Internasional BINUS, Consumer Behavior through Service Experience in Digital Business Era

PUBLIKASI

JURNAL INTERNASIONAL BEREPUTASI

- [1] I. N. Basmantra, A. Kusumaningtyas, M. Firmansyah, and S. Candra, "Job Satisfaction and Work Productivity During the COVID-19 Pandemic: Involuntary Work From Home of Higher Education in Indonesia," in *Changing World Economic Order in the Post- Pandemic Period*, 2023, pp. 39–62. doi: 10.4018/978-1-7998-6896-5.ch003.
- [2] S. Candra, I. N. A. D. Wiratama, M. A. Rahmadi, and V. Cahyadi, "Innovation process of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in greater Jakarta area (perspective from foodpreneurs)," *Journal of Science and Technology Policy Management*, vol. 13, no. 3, pp. 542–560, 2022, doi: 10.1108/JSTPM-10-2020-0153.
- [3] S. Candra, C. E. Tulangow, and F. T. Winalda, "A Preliminary Study of Consumer Behavior From the Online Marketplace in Indonesia," *International Journal of Asian Business and Information Management*, vol. 13, no. 1, 2022, doi: 10.4018/IJABIM.297846.
- [4] S. Candra, E. T. Pandean, J. Harisson, and S. Sutanto, "The Impact of Sensory Experience on the Buying Behavior of Coffee Shop Visitors in Indonesia," *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, vol. 34, no. 2, pp. 214–234, 2022, doi: 10.1080/08974438.2022.2043980.
- [5] S. Candra and A. Nainggolan, "Understanding Business Intelligence and Analytics System Success from Various Business Sectors in Indonesia," *CommIT Journal*, vol. 16, no. 1, pp. 37–52, 2022, doi: 10.21512/commit.v16i1.7849.

- [6] S. Candra and F. S. Jeselin, "Students' perspectives on using e-learning applications and technology during the COVID-19 pandemic in Indonesian higher education," *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2022, doi: 10.1108/JSTPM-12-2021-0185.
- [7] Y. Kurniawan, S. Candra, and L. Y. Tungka, "E-learning: MOOC user intention analysis using TAM and TTF with social motivation factor and MOOC features," in *Digital Literacy and Socio-Cultural Acceptance of ICT in Developing Countries*, 2021, pp. 101–117. doi: 10.1007/978-3-030-61089-0_7.
- [8] S. Candra, M. Ayudina, and M. A. Arashi, "The Impact of Online Food Applications during the Covid-19 Pandemic," *International Journal of Technology*, vol. 12, no. 3, pp. 472–484, 2021, doi: 10.14716/ijtech.v12i3.4195.
- [9] S. Candra, S. Steffani, K. Klaudiya, and I. Sutiana, "The actual use of social media in Indonesia: A preliminary finding," in *Handbook of Research on Innovation and Development of E-Commerce and E-Business in ASEAN*, 2020, pp. 640–663. doi: 10.4018/978-1-7998-4984-1.ch031.
- [10] S. Candra, F. Nuruttarwiyah, and I. H. Hapsari, "Revisited the Technology Acceptance Model with E-Trust for Peer-to-Peer Lending in Indonesia (Perspective from Fintech Users)," *International Journal of Technology*, vol. 11, no. 4, pp. 710–721, 2020, doi: 10.14716/ijtech.v11i4.4032.
- [11] S. Candra, H. Cahyono, R. A. Wibowo, and T. Sutopo, "Acceptance of the use of social media: Case of linkedin in Indonesian netizen," *International Journal of Scientific and Technology Research*, vol. 9, no. 1, pp. 1451–1461, 2020, [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85078740607&partnerID=40&md5=98fe4f188d1126548173254c24ceede0>
- [12] S. Candra and F. Peolana, "The effect of relationship marketing in Indonesian cosmetics market," *Humanities and Social Sciences Reviews*, vol. 7, no. 6, pp. 416–424, 2019, doi: 10.18510/hssr.2019.7667.
- [13] A. M. Sundjaja, S. Candra, and A. Rusadi, "Evaluation of ewom application in museums in Jakarta," *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, vol. 96, no. 12, pp. 3951–3961, 2018, [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85049481906&partnerID=40&md5=0994cee79abd66543dc1ee4491dd3bb0>
- [14] S. Candra and I. K. Putrama, "Applied healthcare knowledge management for hospital in clinical aspect," *Telkomnika (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, vol. 16, no. 4, pp. 1760–1770, 2018, doi: 10.12928/TELKOMNIKA.v16i4.5673.
- [15] H. Ongowarsito, S. Candra, and C. Wirawan, "Knowledge management function design in PT X," *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 24, no. July, pp. 177–190, 2016, [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85013421494&partnerID=40&md5=b9093655cde10fbec0fb9707de1697b6>
- [16] S. Candra, "The evaluation of E-passport quality using E-government quality measurement (Case study of E-passport in DKI Jakarta)," *Advanced Science Letters*, vol. 22, no. 5–6, pp. 1360–1362, 2016, doi: 10.1166/asl.2016.6613.
- [17] S. Candra, "Knowledge capability and key stakeholders' readiness in ERP implementation success," *Far East Journal of Electronics and Communications*, vol. 16, no. 3, pp. 545–560, 2016, doi: 10.17654/EC016030545.

- [18] S. Candra and F. Erika, "The use of enterprise architecture framework for improving service quality (Case study ABC state attorney)," *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, vol. 10, no. 8, pp. 65–72, 2015, doi: 10.14257/ijmue.2015.10.8.07.
- [19] S. Candra, "The use of IPA in bricks and clicks service quality (lesson learned from ICT shop)," *Far East Journal of Electronics and Communications*, vol. 15, no. 1, pp. 23–34, 2015, doi: 10.17654/FJECsep2015_023_034.
- [20] S. Candra, "Using importance-performance analysis for knowledge capability in enterprise resource planning," *International Business Management*, vol. 8, no. 4, pp. 209–213, 2014, doi: 10.3923/ibm.2014.209.213.
- [21] S. Candra, "The service quality of internet banking and impact to customer satisfaction: A preliminary finding," *International Journal of Applied Engineering Research*, vol. 9, no. 22, pp. 17963–17970, 2014, [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84925438551&partnerID=40&md5=85d407eecb50bd1b70dd96e961bb1ec>
- [22] S. Candra, "The impact of enterprise resource planning success in Indonesia company," *Advanced Science Letters*, vol. 20, no. 1, pp. 184–187, 2014, doi: 10.1166/asl.2014.5245.
- [23] S. Candra, "QSPM and 7C's strategy for e-SCM implementation strategy (case study: XYZ plastic corporation)," *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, vol. 9, no. 1, pp. 11–18, 2014, doi: 10.14257/ijmue.2014.9.1.02.
- [24] S. Candra, "Knowledge management and enterprise resource planning implementation: A conceptual model," *Journal of Computer Science*, vol. 10, no. 3, pp. 499–507, 2014, doi: 10.3844/jcssp.2014.499.507.

SEMINAR INTERNASIONAL

- [1] E. G. Mirdhal, Y. Kurniawan, and S. Candra, "The Impact of Information Technology and Social Network in Knowledge Sharing for Organization Performance (A Case Study Approach)," in *2023 8th International Conference on Business and Industrial Research (ICBIR)*, IEEE, 2023, pp. 1134–1139.
- [2] S. Candra, D. Sukmawaty, and R. Y. Bahtiar, "Insights on Online Food Delivery of Mobile Application User Behavior in Indonesia's Large Cities," in *2023 11th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, IEEE, 2023, pp. 63–67.
- [3] S. Candra, H. S. Limantoro, and O. K. Loang, "Students' Attitudes and Behaviors Influence Learning Management System Adoption," in *Proceedings of the 2023 9th International Conference on Frontiers of Educational Technologies*, 2023, pp. 72–77.
- [4] S. Candra and B. L. Handoko, "Factors Affecting Lecturer's Intention to Adopt Online Gamification in Higher Education Teaching Learning," in *Proceedings of the 2023 9th International Conference on Frontiers of Educational Technologies*, 2023, pp. 139–145.
- [5] S. Candra, "Work from home during Covid-19 pandemic: A preliminary finding from corporate in greater Jakarta," in *AIP Conference Proceedings*, AIP Publishing, 2023.
- [6] S. Candra, A. Y. Williar, E. Princes, O. K. Loang, G. Delphin, and I. N. Basmantra, "Using an Extended UTAUT Theory to Examine The Consumer Behavior of M-Health



- Apps: Preliminary Results,” in *2022 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*, IEEE, 2022, pp. 1–4.
- [7] S. Candra, R. Suherti, D. Sudrajat, and N. Salsabillah, “Measuring e-Loyalty in the Greater Jakarta Online Marketplace-Indonesia,” in *2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, IEEE, 2022, pp. 1–4.
- [8] S. Candra, S. Nita, O. K. Loang, I. N. Basmantra, and N. K. Wong, “Consumer Buying Behavior in Online Travel Agent: A Preliminary Finding,” in *2022 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, IEEE, 2022, pp. 24–27.
- [9] D. Sudrajat, A. Larasati, I. Gautama So, S. Candra, and D. Moeke, “Why Agile Information System Matters for Dry Port Firm’s Effectiveness? An Empirical Evidence from Indonesia,” in *The 2021 12th International Conference on E-business, Management and Economics*, 2021, pp. 706–711.
- [10] S. Candra, R. W. Prawara, and D. Sudrajat, “Understanding Customer Behaviour from Greater Jakarta Area in Purchase Intention on Fashion E-Commerce,” in *2021 3rd International Conference on Cybernetics and Intelligent System (ICORIS)*, IEEE, 2021, pp. 1–6.
- [11] S. Candra, D. A. Pratama, and S. R. Dianti, “Understanding Online Purchase Intention from Customer Greater Jakarta Area during Covid-19 Pandemic,” in *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, IEEE, 2021, pp. 380–383.
- [12] S. Candra, M. Natalya, and D. Wulansari, “Empowerment of Smart Human Resources by Enhanced Innovation (Manager’s Perspective at Creative Industry),” in *ICONS 2020: Proceedings of the 1st International Conference on Social Science, Humanities, Education and Society Development, ICONS 2020, 30 November, Tegal, Indonesia, European Alliance for Innovation*, 2021, p. 459.
- [13] S. Candra, G. Junanta, and J. A. Hardani, “What are Driving Factors of Entrepreneurial Intention? Perspectives from Start-Up Founder in Jakarta-Indonesia,” in *ICEBE 2020: Proceedings of the First International Conference of Economics, Business & Entrepreneurship, ICEBE 2020, 1st October 2020, Tangerang, Indonesia, European Alliance for Innovation*, 2021, p. 400.
- [14] S. Paramadita, A. H. Sasongko, and S. Candra, “Using PESTEL Framework to Analyze User-Generated Content Usage on Social Media: The Case of Indonesian Tourism and Travelling Business on Instagram,” in *WoMELA-GG 2019: The 1st Workshop on Multimedia Education, Learning, Assessment and its Implementation in Game and Gamification in conjunction with COMDEV 2018, Medan Indonesia, 26th January 2019, WOMELA-GG. European Alliance for Innovation*, 2019, p. 465.
- [15] S. Candra, E. I. Valtin, and R. T. Agustine, “E-service quality of online transportation in indonesia: A preliminary finding,” in *2019 7th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, IEEE, 2019, pp. 1–6.
- [16] J. Suhartono, S. Karya, and S. Candra, “The utilize of NFC technology for campus library services management,” in *2017 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, IEEE, 2017, pp. 60–64.
- [17] F. E. Gunawan, O. Wijaya, B. Soewito, S. Candra, C. E. Suharyanto, and N. Sekishita, “An analysis of concentration region on powerpoint slides using eye tracking,” in *Electrical Engineering, Computer Science and Informatics (EECSI), 2017 4th International Conference on*, IEEE, 2017, pp. 1–5.

- [18] F. E. Gunawan, K. Wanandi, B. Soewito, S. Candra, and N. Sekishita, "Detecting the early drop of attention using EEG signal," in *2017 4th International Conference on Electrical Engineering, Computer Science and Informatics (EECSI)*, IEEE, 2017, pp. 1–6.
- [19] F. E. Gunawan, B. Soewito, S. Candra, and N. Sekishita, "Improving e-book learning experience by learning recommendation," in *2017 4th International Conference on Electrical Engineering, Computer Science and Informatics (EECSI)*, IEEE, 2017, pp. 1–5.
- [20] S. Candra and Z. Soraya, "Storyboarding for Meetro: A smart navigation application system for commuter line in Jabodetabek," in *2017 3rd International Conference on Information Management (ICIM)*, IEEE, 2017, pp. 304–308.
- [21] S. Candra and F. E. Gunawan, "The impact of e-procurement practice in Indonesia government: A preliminary study (The case of electronic procurement service at Bekasi district)," in *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing, 2017, p. 012023.
- [22] S. Setiana, S. Candra, and A. Andika, "Improvement of production system efficiency and production capacity using line balancing method," in *2016 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*, IEEE, 2016, pp. 1–6.
- [23] F. E. Gunawan, M. Pratiwi, S. Candra, and B. Soewito, "Empirical relation between speech signals and heart rate," in *2016 International Seminar on Intelligent Technology and Its Applications (ISITIA)*, IEEE, 2016, pp. 207–210.
- [24] F. E. Gunawan, A. Maryanto, Y. Udjaja, S. Candra, and B. Soewito, "Improvement of E-learning quality by means of a recommendation system," in *2016 11th International Conference on Knowledge, Information and Creativity Support Systems (KICSS)*, IEEE, 2016, pp. 1–4.
- [25] F. E. Gunawan, K. Idananta, S. Candra, and B. Soewito, "Relation between emotional state and speech signal," in *2016 11th International Conference on Knowledge, Information and Creativity Support Systems (KICSS)*, IEEE, 2016, pp. 1–3.
- [26] F. E. Gunawan, I. A. Hapsari, B. Soewito, and S. Candra, "A study of comparison of feature extraction methods for handwriting recognition," in *2016 International Seminar on Intelligent Technology and Its Applications (ISITIA)*, IEEE, 2016, pp. 73–78.
- [27] F. E. Gunawan, L. Ashianti, S. Candra, and B. Soewito, "Detecting online child grooming conversation," in *2016 11th International Conference on Knowledge, Information and Creativity Support Systems (KICSS)*, IEEE, 2016, pp. 1–6.
- [28] H. Sarjono, S. Candra, and N. J. Setiadi, "From traditional learning into e-learning: Comparing students response to promote e-learning in college education," in *Proceedings of 2013 IEEE international conference on teaching, assessment and learning for engineering (TALE)*, IEEE, 2013, pp. 7–11.
- [29] S. Candra, "Revisit technology acceptance model for Internet banking (Case study: Public banking in Indonesia)," in *International Conference on Computer, Networks and Communication Engineering (ICCNCE 2013)*, Atlantis Press, 2013.
- [30] S. Candra, "Combination Strategy By Market And Resource Base View (Case Study: Soho Group-A New Giant In Pharmaceutical Industrial)," in *Forum Ilmiah*, 2011.

PENYUNTING/EDITOR/RESENSI PADA PUBLIKASI JURNAL

- Binus Business Review (2017 – Sekarang)
- British Food Journal (2021 – Sekarang)



- Cogent Business & Management (2022 – Sekarang)
- Cogent Economics & Finance (2022 – Sekarang)
- Cogent Social Sciences (2023 – Sekarang)
- CommIT (Communication and Information Technology) Journal (2022 – Sekarang)
- Consumer Behavior in Tourism and Hospitality (2023 – Sekarang)
- Emerald Emerging Markets Case Studies (2023 – Sekarang)
- Frontiers in Psychology (2022 – Sekarang)
- Gajah Mada International Journal of Business (2021 – Sekarang)
- Information Resources Management Journal (2019 – Sekarang)
- International Journal of Asian Business and Information Management (2020 – Sekarang)
- International Journal of e-Business Research (2020 – Sekarang)
- International Journal of Emerging Markets (2021 – Sekarang)
- International Journal of Human-Computer Interaction (2023 – Sekarang)
- Journal of Hospitality Marketing & Management (2022 – Sekarang)
- Journal of Science and Technology Policy Management (2020 – Sekarang)
- Open Science Journal (2021 – Sekarang)
- Plos One (2023 – Sekarang)
- Sustainability (2022 – Sekarang)
- The Winners (2018 – Sekarang)

KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

- 2023, Pelatihan “Social Media Marketing Strategy” kepada UMKM – Ecosystem
- 2023, Pelatihan “Social Media Marketing Strategy” kepada Masyarakat Umum
- 2022, Pelatihan “Social Media Marketing Strategy” kepada UMKM Siap Go Digital!
- 2022, Pelatihan “Batik Bekasi dan Strategi Penciptaan Nilai” kepada Partisipan dan Peserta Lomba Desain Batik Bekasi
- 2021, Pelatihan "Industry 5.0 and Society 5.0: a preamble" kepada Anggota Puspen TNI
- 2021, Pelatihan "Pembelajaran Jarak Jauh: Tantangan dan Strategi" kepada Tenaga Pendidik dan Kependidikan Universitas Pendidikan Nasional Denpasar
- 2021, Pelatihan "Peranan Digital Marketing dan UMKM" kepada Jemaat Gereja GKI Bekasi
- 2020, Pelatihan “Digital Marketing/Online Selling” kepada Masyarakat Umum
- 2020, Pelatihan "Leadership in Digital Era” kepada Karyawan Mandiri Tunas Finance
- 2019, Pelatihan "Developing Digital & Social Media Strategies" kepada Komunitas E-Warung (Elektronik Warung Gotong-Royong)
- 2018, Pelatihan “Family Financial Planning” kepada Pengunjung di Summarecon Bekasi Expo
- 2017, Pelatihan “Konsultasi Bisnis untuk UMKM : Social Media Marketing” kepada Komunitas Desa Hijau



- 2016, Pelatihan “Business Advisor and Coaching” kepada UMKM di Banyuwangi, Badan Ekonomi Kreatif
- 2015, Pelatihan “Customer Relationship Management and Marketing” kepada Anggota Koperasi Maju
- 2014, Pelatihan “Entrepreneurship and Business Management” kepada Siswa/I SMK Tri Ratna
- 2013, Pelatihan “Small Business and Medium Entrepreneur” kepada Komunitas Dare to Dream Indonesia
- 2012, Pelatihan “Counselling and Business Consulting” kepada Komunitas Kusta
- 2011, Pelatihan “Workshop Entrepreneurship” kepada Anggota Rumah Belajar Yayasan Cinta Anak Bangsa

