Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan
Volume. 2 Nomor. 1 Maret 2025
e-ISSN : 3046-9414, p-ISSN : 3046-8736, Hal. 214-223
DOI: https://doi.org/10.61132/keat.v2i2.1226
Available online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/KEAT

Peran Media Komunikasi Digital dalam Mendukung Negosiasi Bisnis di Era Hybrid Work

Manda Putra Hutabarat[1*], Suwandi[2]
[1-2] Universitas Pelita Bangsa, Indonesia
Email: mandahutabarat19@gmail.com[1], suwandi@pelitabangsa.ac.id[2]

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi 17530
**Korespondensi penulis: mandahutabarat19@gmail.com*

Abstract. *The hybrid work era, which combines remote work with face-to-face work, has brought about new challenges and opportunities in business communication, particularly in the negotiation process. This study aims to analyze the role of digital communication media in supporting the effectiveness of business negotiations. Using a descriptive qualitative approach, data was collected through in-depth interviews with several professionals from various industrial sectors who are active in online negotiation activities. The results indicate that digital communication media such as Zoom, Microsoft Teams, and WhatsApp play a crucial role in enhancing time efficiency, flexibility, and the speed of information exchange. However, limitations in nonverbal expression and the risk of miscommunication remain significant challenges. This study suggests adopting adaptive digital communication strategies, including virtual communication training and the use of a combination of synchronous and asynchronous media to achieve optimal negotiation outcomes.*

Keywords: *Digital Communication Media, Business Negotiation, Hybrid Work, Virtual Communication, Negotiation Efficiency*

Abstrak. Era kerja hybrid yang menggabungkan antara kerja jarak jauh dengan tatap muka telah memunculkan tantangan dan peluang baru dalam komunikasi bisnis, khususnya dalam proses negosiasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media komunikasi digital dalam mendukung efektivitas negosiasi bisnis. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan beberapa profesional dari berbagai sektor industri yang aktif dalam kegiatan negosiasi secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi digital seperti Zoom, Microsoft Teams, dan WhatsApp memainkan peran penting dalam efisiensi waktu, fleksibilitas, dan kecepatan pertukaran informasi. Namun, keterbatasan dalam berekspresi secara nonverbal serta resiko miskomunikasi menjadi tantangan utama. Penelitian ini menyarankan adopsi strategi komunikasi digital yang adaptif, termasuk pelatihan komunikasi secara virtual serta penggunaan kombinasi media sinkron dan asinkron untuk hasil negosiasi yang optimal

Kata kunci: Media Komunikasi Digital, Negosiasi Bisnis, Kerja Hybrid, Komunikasi Virtual, Efisiensi Negosiasi

1. LATAR BELAKANG

Pandemi global pada saat itu mempercepat transformasi digital menjadi berkembang pesat dan telah memunculkan model kerja hybrid yang kini menjadi praktik umum di berbagai sektor bisnis. Dalam konteks ini, proses negosiasi bisnis yang sebelumnya sebagian besar dilakukan secara tatap muka kini mulai bergeser ke platform digital. Perubahan ini menuntut pemahaman baru mengenai efektivitas komunikasi dalam lingkungan virtual.

Negosiasi bisnis merupakan proses komunikasi dua arah yang kompleks dan memerlukan kejelasan pesan yang disampaikan, ekspresi nonverbal, serta kemampuan membangun kepercayaan. Oleh karena itu, media komunikasi digital menjadi variabel penting yang mempengaruhi keberhasilan negosiasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana media komunikasi digital berperan dalam mendukung proses negosiasi di era hybrid work.

Received: Mei 26, 2025; Revised: Juni 09, 2025; Accepted: Juni 23, 2025; Published: Juni 25, 2025

Pandemi global yang melanda dunia pada awal dekade 2020 telah menjadi katalisator signifikan bagi akselerasi transformasi digital di berbagai sektor, termasuk dalam ranah bisnis. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah munculnya model kerja hybrid, yaitu perpaduan antara kerja jarak jauh dan kerja di kantor yang kini menjadi norma baru di banyak organisasi. Perubahan ini tidak hanya mengubah struktur organisasi dan pola kerja, tetapi juga memengaruhi dinamika interaksi profesional, terutama dalam konteks negosiasi bisnis. Negosiasi yang sebelumnya mengandalkan tatap muka secara langsung, kini semakin banyak dilakukan melalui media komunikasi digital (Yananda, ET AL., 2022).

Negosiasi bisnis merupakan proses komunikasi dua arah yang bersifat kompleks, melibatkan pertukaran informasi, penawaran, dan kompromi untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Dalam proses ini, kejelasan pesan, interpretasi ekspresi nonverbal, serta kemampuan membangun dan memelihara kepercayaan menjadi elemen krusial. Namun, dalam lingkungan hybrid yang mengandalkan teknologi sebagai medium komunikasi, dimensi-dimensi tersebut mengalami pergeseran. Media digital seperti e-mail, konferensi video, dan platform kolaboratif menjadi sarana utama dalam menjalankan proses negosiasi, yang menuntut adaptasi terhadap bentuk komunikasi baru yang lebih singkat, padat, dan visual (Sulianta, 2025).

Media komunikasi digital menawarkan sejumlah keunggulan yang mendukung efektivitas negosiasi dalam lingkungan hybrid. Kecepatan pertukaran informasi, fleksibilitas waktu dan tempat, serta kemudahan dokumentasi menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh komunikasi konvensional. Selain itu, berbagai fitur teknologi seperti rekaman percakapan, berbagi layar, dan penggunaan AI dalam menganalisis data negosiasi memungkinkan proses menjadi lebih efisien dan terukur. Namun, keunggulan ini harus diimbangi dengan keterampilan komunikasi digital yang memadai agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau hilangnya konteks emosional dalam diskusi (Wibowo, 2024).

Kendati demikian, tantangan dalam komunikasi digital juga tidak dapat diabaikan. Keterbatasan dalam menyampaikan isyarat nonverbal secara utuh, potensi gangguan teknis, dan perbedaan tingkat literasi digital antarpihak dapat menghambat jalannya negosiasi. Selain itu, kurangnya keintiman dan koneksi interpersonal yang biasa tercipta dalam komunikasi tatap muka dapat berdampak pada lambatnya proses membangun kepercayaan. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dituntut untuk mengembangkan kompetensi baru, seperti kemampuan berkomunikasi secara empatik melalui media digital, serta strategi untuk menjaga keterlibatan dan transparansi dalam setiap tahap negosiasi (Priyono, 2022).

Media komunikasi digital memiliki peran strategis dalam menunjang keberhasilan negosiasi bisnis di era hybrid work. Keberhasilan dalam memanfaatkan media ini tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh pemahaman mendalam mengenai dinamika komunikasi digital dan kesiapan pelaku bisnis dalam beradaptasi. Oleh sebab itu, penelitian mengenai efektivitas media komunikasi digital dalam konteks negosiasi perlu terus dikembangkan guna menyediakan kerangka kerja yang lebih komprehensif dan aplikatif bagi dunia bisnis masa kini dan masa depan (Hertina, et al., 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Media komunikasi digital mencakup berbagai platform yang memungkinkan pertukaran informasi melalui jaringan internet. Media ini juga terbagi menjadi dua jenis utama yaitu media sinkron yang memungkinkan komunikasi secara waktu nyata (real-time) seperti Zoom, Microsoft Teams, dan Google Meet serta media asinkron seperti email, forum diskusi, dan aplikasi manajemen proyek seperti Trello dan Slack. Menurut (Richard Daft 1986), efektivitas suatu media sangat dipengaruhi oleh media richness atau kekayaan informasi yang mampu disampaikan. Media yang kaya informasi dapat mengurangi ambiguitas dan memungkinkan komunikasi yang lebih efektif, terutama dalam situasi kompleks seperti proses negosiasi bisnis.

Negosiasi bisnis adalah proses interaktif antara dua pihak atau lebih yang memiliki kepentingan berbeda, namun berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Proses ini melibatkan pertukaran informasi, diskusi, dan pencapaian konsensus yang memerlukan keterampilan komunikasi interpersonal yang kuat. (Matkin Q.C 2019) mengemukakan pendekatan principled negotiation, yang menekankan pada komunikasi terbuka, fokus pada kepentingan bukan posisi, serta pencarian solusi win-win yang konstruktif. Dalam konteks bisnis modern, media dan metode komunikasi yang digunakan turut memengaruhi efektivitas hasil negosiasi.

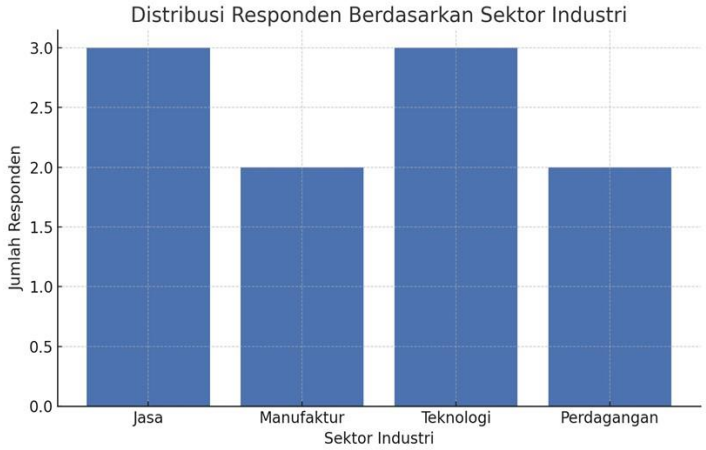
Model kerja hybrid yang menggabungkan kehadiran fisik di kantor dengan kerja jarak jauh telah menjadi norma baru di banyak organisasi pascapandemi. Dalam lingkungan kerja ini, efektivitas komunikasi virtual menjadi sangat penting untuk memastikan kelancaran kolaborasi dan produktivitas tim lintas lokasi. (Purvanova 2014) menegaskan bahwa keberhasilan kerja tim virtual sangat bergantung pada kemampuan tim dalam memanfaatkan teknologi komunikasi secara optimal. Hal ini mencakup pemilihan media yang tepat, kemampuan membangun kepercayaan secara daring, serta menjaga komunikasi yang responsif dan efisien.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendapatkan pemahaman mendalam. Subjek penelitian terdiri dari 10 profesional yang aktif dalam bidang negosiasi dari sektor jasa, manufaktur, teknologi, dan perdagangan. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform Zoom dan Google Meet.

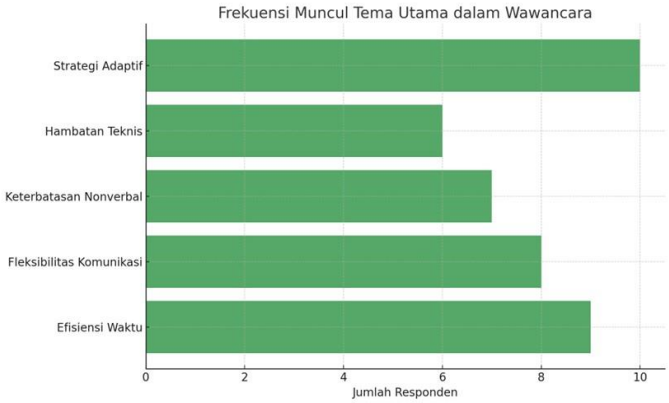
Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi terhadap proses negosiasi digital yang berlangsung, dan analisis dokumen komunikasi digital (email, log rapat virtual). Analisis dilakukan melalui tahapan coding terbuka, kategorisasi tematik, dan interpretasi naratif berdasarkan pendekatan (Ebneyamini and Sadeghi Moghadam 2018).

Tabel berikut merangkum metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, mencakup jenis penelitian, jumlah responden, metode pengumpulan data, media wawancara, serta teknik analisis data.



Gambar 1. Distribusi Responden Berdasarkan Sektor Industri

Berikut ini adalah tema utama yang diidentifikasi dari wawancara dengan 10 responden, termasuk jumlah frekuensi kemunculannya dan kutipan ilustratif dari responden:



Gambar 2. Frekuensi Tema Utama yang Muncul dalam Wawancara Responden.

Tabel berikut menyajikan tema utama yang diidentifikasi dalam wawancara, jumlah kemunculan tema tersebut dari 10 responden, serta contoh kutipan responden yang mendukung masing-masing tema.

Tabel 1. Tema Utama, Frekuensi Muncul dari Responden, dan Cotoh Kutipan Responden

Tema Utama	Frekuensi Muncul (dari 10 Responden)	Contoh Kutipan Responden
Efisiensi Waktu	9	"Rapat daring membuat jadwal negosiasi lebih mudah disesuaikan dengan klien internasional."
Fleksibilitas Komunikasi	8	"Kami bisa negosiasi sambil bekerja dari lokasi mana pun, ini membantu tim lintas negara."
Keterbatasan Nonverbal	7	"Saya merasa ekspresi wajah dan bahasa tubuh sulit terbaca di layar kecil."
Hambatan Teknis	6	"Gangguan suara atau sinyal buruk sering mengganggu proses negosiasi."
Strategi Adaptif	10	"Saya selalu kirim followup tertulis agar tidak ada miskomunikasi."

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Positif Media Komunikasi Digital

Perubahan mendasar dalam menjalankan suatu bisnis akibat pandemi global telah mempercepat adopsi media komunikasi digital dalam hampir seluruh aktivitas koorporat, termasuk dalam negosiasi bisnis (Setiawan, 2020). Dari wawancara dengan para profesional, ditemukan bahwa media komunikasi digital memberikan kontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan keberlangsungan proses negosiasi.

Responden menyatakan bahwa platform seperti Zoom, Microsoft Teams, dan Google Meet mampu memfasilitasi komunikasi dua arah secara cepat dan real-time, bahkan dalam situasi mendesak. Efisiensi waktu adalah nilai utama pertemuan yang biasanya memerlukan persiapan logistik dan perjalanan kini dapat dilakukan hanya dalam hitungan menit.

Fleksibilitas waktu memungkinkan pihak-pihak dengan perbedaan zona geografis dan waktu untuk tetap dapat saling terhubung. Hal ini sangat krusial dalam konteks globalisasi bisnis saat ini, di mana negosiasi tidak hanya terjadi antar individu dari satu negara, tetapi lintas negara, budaya, dan sistem hukum.

Dari sisi produktivitas, responden merasa bahwa keputusan bisnis dapat diambil lebih cepat karena akses informasi berlangsung secara instan. Hal ini memperkuat premis media richness theory (Richard Daft 1986) di mana efektivitas komunikasi bergantung pada kemampuan media dalam menyampaikan isyarat sosial, umpan balik cepat, dan kejelasan pesan.

Namun, ada yang perlu ditekankan bahwa efektivitas media ini sangat bergantung pada kemampuan pengguna dalam mengoperasikan dan memanfaatkan fitur-fitur platform digital secara optimal. Media hanyalah alat keberhasilan komunikasi tetap terletak pada penggunanya (Setiawan, et al., 2024).

Tantangan Negosiasi dalam Lingkungan Virtual

Meskipun manfaatnya signifikan, penggunaan media komunikasi digital juga menghadirkan tantangan, terutama dalam aspek emosional dan sosial dari komunikasi. Beberapa responden menyampaikan bahwa kehilangan unsur nonverbal seperti kontak mata, gestur tangan, postur tubuh, dan intonasi emosional dapat mengurangi empati dan menghambat penciptaan rasa saling percaya (Sembiring, 2021).

Padahal, dalam teori negosiasi klasik (Matkin Q.C 2019), aspek nonverbal dan hubungan interpersonal adalah kunci dalam membangun solusi win-win. Dalam konteks virtual, miskomunikasi menjadi ancaman serius karena kata-kata bisa diinterpretasikan berbeda tanpa dukungan ekspresi visual.

Selain itu, kendala teknis seperti kualitas internet yang buruk, lagging, hingga perangkat yang tidak kompatibel menyebabkan gangguan yang tidak hanya mengganggu alur percakapan, tetapi juga merusak persepsi profesionalisme dari salah satu pihak. Gangguan ini juga memperpanjang proses pengambilan keputusan dan bahkan dapat menyebabkan ketidakpercayaan antar pihak yang bernegosiasi.

Dalam literatur komunikasi bisnis, hambatan ini dapat dikategorikan sebagai channel noise, yang jika tidak dikelola akan menurunkan message fidelity yaitu kesesuaian antara pesan yang dikirim dan diterima. Oleh karena itu, tantangan dalam lingkungan virtual bukan sekadar persoalan teknis, melainkan menyangkut dimensi psikologis dan relasional dalam negosiasi.

Strategi Adaptif yang Digunakan

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, para responden telah mengembangkan berbagai strategi adaptif berbasis pengalaman dan kebutuhan situasional. Salah satu strategi yang paling sering disebut adalah penggunaan kamera aktif sepanjang sesi negosiasi (Wibowo, 2022).

Meskipun terdengar sederhana, tindakan ini memulihkan sebagian komunikasi nonverbal melalui ekspresi wajah dan mimik.

Beberapa responden juga menyebutkan pentingnya membangun struktur komunikasi yang lebih formal ketika bernegosiasi secara daring. Struktur ini mencakup pembukaan formal, klarifikasi agenda di awal, dan penyusunan kesimpulan tertulis di akhir sesi.

Strategi lain yang terbukti efektif adalah pemanfaatan platform kolaboratif, seperti Google Docs atau Microsoft OneNote, untuk menyusun dan menyunting dokumen negosiasi secara bersama (Wahono, et al., 2025).

Hal ini meningkatkan akurasi informasi, memperkuat partisipasi, serta memberikan jejak digital sebagai arsip formal dari kesepakatan. Tidak kalah penting, tindak lanjut dalam bentuk email rekapitulasi, dokumen tertulis, atau notulensi pertemuan dipandang krusial oleh responden. Praktik ini membantu menghindari ambiguitas dan memastikan bahwa setiap pihak memiliki persepsi dan pemahaman yang sama terhadap hasil negosiasi.

Secara keseluruhan, strategi adaptif ini merefleksikan tingginya digital communication literacy para pelaku negosiasi, yakni kemampuan mengelola berbagai saluran komunikasi secara strategis dan fleksibel.

Kombinasi Media Sinkron dan Asinkron

Salah satu temuan paling penting dalam penelitian ini adalah efektivitas penggunaan kombinasi media sinkron dan asinkron dalam proses negosiasi bisnis. Media sinkron seperti video call efektif digunakan untuk diskusi intens, pertukaran ide secara langsung, dan penyelesaian konflik. Sementara itu, media asinkron seperti email, dokumen tertulis, dan aplikasi manajemen proyek digunakan untuk menyampaikan materi kompleks yang membutuhkan waktu pemrosesan lebih panjang.

Responden menyatakan bahwa penggunaan eksklusif salah satu jenis media cenderung tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan negosiasi modern. Sinkronisasi yang buruk dapat menyebabkan ketergesaan atau kehilangan detail penting, sementara asinkronisasi tanpa kontak langsung bisa memperpanjang proses dan mengurangi ikatan emosional.

Kombinasi ini memberikan ruang bagi refleksi kognitif, mengurangi tekanan psikologis, dan memungkinkan pemrosesan informasi yang lebih hati-hati. Hal ini sangat penting dalam negosiasi yang melibatkan angka, kontrak hukum, atau komitmen jangka panjang.

Dalam praktiknya, penggunaan kombinasi media juga menunjukkan kecenderungan komunikasi multimodal, yakni pemanfaatan berbagai mode interaksi untuk memperkuat pesan dan membangun konsensus. Konsep ini sesuai dengan pendekatan channel expansion theory (Carlson & Zmud, 1999), yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna dengan berbagai media memperluas persepsi mereka terhadap kekayaan media tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menggaris bawahi bahwa media komunikasi digital menjadi tulang punggung dalam pelaksanaan negosiasi bisnis di era kerja hybrid yang semakin dominan. Penggunaan platform digital seperti Zoom, Microsoft Teams, dan berbagai aplikasi pesan instan memungkinkan pelaku bisnis untuk melaksanakan negosiasi secara lebih cepat, fleksibel, dan lintas geografis tanpa hambatan waktu atau lokasi.

Hal ini menandai transformasi penting dari model negosiasi tradisional yang bersifat tatap muka menuju interaksi yang sepenuhnya berbasis teknologi. Namun demikian, keberhasilan negosiasi digital tidak hanya bergantung pada keberadaan media itu sendiri, melainkan juga pada kompetensi pengguna dalam menyampaikan pesan secara efektif di ruang virtual. Tantangan seperti keterbatasan komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh, intonasi, dan ekspresi wajah serta gangguan teknis yang bersifat digital seperti koneksi internet yang tidak stabil atau perangkat yang tidak mendukung masih menjadi hambatan yang signifikan.

Oleh karena itu, efektivitas negosiasi sangat ditentukan oleh kemampuan negosiator dalam memilih platform komunikasi yang sesuai dengan tujuan komunikasi, menguasai etika komunikasi digital, dan menerapkan strategi adaptif yang sesuai dengan konteks negosiasi. Negosiator yang mampu mengombinasikan penggunaan media sinkron (real-time) dan asinkron (tertunda) secara strategis, serta menunjukkan empati dan keterbukaan komunikasi, akan lebih mudah membangun kepercayaan dan menghasilkan kesepakatan win-win meskipun berada dalam lingkungan virtual.

Agar organisasi dapat mengoptimalkan pemanfaatan media komunikasi digital dalam negosiasi bisnis, diperlukan pendekatan strategis yang menyeluruh. Salah satu langkah penting adalah memberikan pelatihan komunikasi virtual kepada karyawan, yang mencakup pemahaman etika berkomunikasi secara daring, keterampilan presentasi digital, serta teknik membangun kepercayaan di ruang virtual. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan

kemampuan dalam menyampaikan pesan secara efektif dan menangani konflik yang mungkin timbul selama proses negosiasi. Di samping itu, investasi pada infrastruktur teknologi yang andal juga menjadi aspek krusial. Perusahaan perlu menyediakan platform video conference berkualitas tinggi, sistem kolaborasi berbasis cloud, serta perangkat keras pendukung seperti kamera, mikrofon, dan jaringan internet yang cepat dan stabil agar komunikasi dapat berjalan lancar tanpa hambatan teknis.

Selain pelatihan dan teknologi, perusahaan perlu merancang pedoman penggunaan media komunikasi digital yang efektif. Panduan ini mencakup penggunaan media sinkron seperti Zoom atau Microsoft Teams untuk negosiasi langsung, serta media asinkron seperti email untuk tindak lanjut dan dokumentasi. Kombinasi yang tepat antara keduanya dapat mengurangi tekanan waktu dan meningkatkan kejelasan komunikasi. Lebih lanjut, evaluasi berkala terhadap efektivitas proses negosiasi digital juga sangat penting dilakukan. Melalui audit atau survei internal, perusahaan dapat mengidentifikasi kekurangan dalam praktik komunikasi yang ada dan menyusun strategi perbaikan yang lebih adaptif. Dengan langkah-langkah ini, organisasi dapat membangun budaya kerja digital yang inklusif, responsif, dan kompetitif dalam menghadapi tantangan di era kerja hybrid yang terus berkembang.

DAFTAR REFERENSI

Daft, R., & Lengel, R. (1986). Daft and Lengel.pdf. Management Science, 32(5), 554–571.

Ebneyamini, S., & Sadeghi Moghadam, M. R. (2018). Toward developing a framework for conducting case study research. International Journal of Qualitative Methods, 17(1), 1–11. https://doi.org/10.1177/1609406918817954

Hertina, D., Nurhidaya, M., Gaspersz, V., Nainggolan, E. T. A., Rosmiati, R., Sanulita, H., ... & Ferdinan, F. (2024). Metode pembelajaran inovatif era digital: Teori dan penerapan. PT. Green Pustaka Indonesia.

Matkin, Q. C., & James, G. (2019). Guidance for principled bargaining (Rev. ed., pp. 1–215). http://www.fd.unl.pt/docentes_docs/ma/AGON_MA_2584

Priyono, P. E. (2022). Komunikasi dan komunikasi digital. Guepedia.

Purvanova, R. K. (2014). Face-to-face versus virtual teams: What have we really learned? The Psychologist-Manager Journal, 17(1), 2–29. https://doi.org/10.1037/mgr0000009

Sembiring, H. R. U. (2021). Membangun pribadi prima dalam pelayanan publik. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

Setiawan, H. C. B. (2020). Redesign bisnis pasca pandemi Covid-19: Prespektif UMKM, BUMDes & usaha ekonomi pesantren. Mukmin Publishing.

Setiawan, Z., Hariyono, R. C. S., Fitriyanto, R., Phan, I. K., & Suprayitno, D. (2024). Pengantar sistem informasi: Konsep dasar dan aplikasi praktis. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Sulianta, F. (2025). Dasar dan konsep komunikasi bisnis. Feri Sulianta.

Wahono, P., Usman, O., Arofani, A. B., Leonara, M., Arliuca, L. A., Nugroho, D. Y., ... & Limbong, J. A. (2025). Digital nomad di era jarak jauh: Tren dan strategi. Penerbit Widina.

Wibowo, A. (2022). Dynamic balanced scorecard: Manajemen strategi di era digital (pp. 1–218). Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.

Wibowo, A. (2024). Riset kelanggengan bisnis dalam ekosistem digital: Business sustainability research in digital ecosystems (pp. 1–266). Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.

Yananda, M. R., Rahadian, A., Hastiadi, F. F., Nagara, G., & Firdaus, B. (2022). Skenario masa depan Indonesia 2045: Pemimpin & masyarakat. Cikini Art Stage.