JURNAL TERAS PENGABDIAN MASYARAKAT
https://jurnal.tdinus.com/index.php/jtpm

Pengembangan Jiwa Wirausaha Siswa melalui Seminar Peluang dan Strategi Bisnis Digital

Developing Students' Entrepreneurial Mindset through a Seminar on Digital Business Opportunities and Strategies

Siti Hawa[1*], Mayangsari[2], Muhammad Akbar[3], Yuniarti[4], Alif Nurahmansyah[5], Indra Raifan[6], M. Fikram[7].

[1,2,3,4,5,6,7] *Universitas Muhammadiyah Bima, Kota Bima,84116, Indonesia*
[*]Koresponding Author: sitihawa51924@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat artikel:
Diterima : 18 Juni 2025
Direvisi : 05 Juni 2026
Disetujui : 06 Juni 2026
Tersedia secara online: 01 Juli 2026

E-ISSN: 3090-0964 (Online)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan yang kompleks bagi calon wirausahawan. Melalui kegiatan seminar kewirausahaan yang dilaksanakan di SMAN 1 Donggo pada tanggal 17 Mei 2025, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bima menyampaikan materi bertema "Menjadi Pebisnis Tangguh di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi". Kegiatan ini bertujuan untuk membekali siswa dengan pemahaman tentang ekosistem bisnis digital, seperti perkembangan e-commerce, pentingnya digital marketing, pemanfaatan teknologi seperti AI dan cloud computing, serta strategi adaptif yang dibutuhkan untuk menghadapi persaingan dan perubahan algoritma digital. Metode kegiatan berupa presentasi interaktif, diskusi kelompok, serta studi kasus dari startup Indonesia seperti Gojek, Tokopedia, dan Ruangguru. Selama seminar berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme tinggi, aktif dalam mengajukan pertanyaan, menyampaikan pendapat, serta menunjukkan daya kritis terhadap materi yang diberikan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa memiliki potensi besar menjadi pelaku usaha yang tangguh, jika diberikan arahan dan motivasi yang sesuai. Seminar ini juga menjadi bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam mendukung penguatan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya di wilayah Kabupaten Bima.

Kata kunci: Kewirausahaan, Era Digital, Strategi Adaptif, Peluang Bisnis, Pengabdian Mahasiswa

ABSTRACT

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

DOI: 10.64479/jtpm.v2i2.74

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed the business landscape, creating new opportunities as well as complex challenges for aspiring entrepreneurs. On May 17, 2025, students from Universitas Muhammadiyah Bima conducted an entrepreneurship seminar at SMAN 1 Donggo entitled "Becoming a Resilient Entrepreneur in the Digital Era: Opportunities, Challenges, and Strategies." The seminar aimed to equip students with knowledge of the digital business ecosystem, including the rise of e-commerce, the power of digital marketing, the use of technologies like AI and cloud computing, and adaptive strategies to stay competitive in a rapidly evolving digital world. The seminar was delivered through interactive presentations, group discussions, and real-world case studies of successful Indonesian startups such as Gojek, Tokopedia, and Ruangguru. The students at SMAN 1 Donggo were highly enthusiastic, actively engaging in Q&A sessions and offering insightful opinions. The results indicate that students possess strong potential to become resilient entrepreneurs when provided with proper guidance and motivation. This seminar also serves as a meaningful contribution by university students in nurturing entrepreneurial spirit among youth, especially in Bima Regency.

Keyword: *Entrepreneurship, Digital Era, Adaptive Strategy, Business Opportunities, Student Community Engagement.*

1. Pendahuluan

Di tengah persaingan bisnis yang semakin sengit dan perubahan yang cepat, para pemimpin perusahaan diwajibkan untuk merumuskan strategi bisnis yang kuat dan adaptif agar bisa bertahan dan sukses di pasar yang dinamis. Era manajemen saat ini ditandai dengan digitalisasi, perubahan dalam tren konsumen, dan pergeseran cara perusahaan beroperasi. Oleh sebab itu, sangat krusial bagi perusahaan untuk mengadopsi pendekatan yang inovatif dan proaktif dalam merumuskan strategi bisnis yang dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Di masa lalu, strategi bisnis biasanya dibuat untuk periode yang lebih panjang, dengan perubahan yang lambat dan dapat diperkirakan. Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan transformasi penting di berbagai sektor industri di seluruh dunia. Transformasi digital tidak hanya merevolusi proses operasional, tetapi juga berdampak pada strategi, model bisnis, serta cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan (Hugnes, 2021).

Peningkatan jiwa kewirausahaan menjadi krusial karena persaingan di dunia bisnis sekarang dan di masa depan akan sangat sengit. Tanpa kreativitas dan inovasi dalam usaha, daya saing UMKM lokal akan lemah, yang tentunya dapat berdampak pada kemunduran dan mengancam keberlangsungan UMKM tersebut (Nursani et al. 2024). Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk menumbuhkan dan mengembangkan semangat kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM. Sementara itu, sasaran dari pelatihan wirausaha ini bukan untuk memfokuskan masyarakat menjadi pelaku usaha, tetapi lebih pada bagaimana masyarakat umumnya dan pelaku UMKM khususnya dapat mengenali peluang usaha dengan memanfaatkan berbagai potensi yang dimiliki diri mereka serta lingkungan di sekitarnya. Di sisi lain juga dapat mengenali masalah yang dialami, seperti yang dihadapi beberapa pengusaha mikro, kecil, dan menengah di desa Ujunge, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo. Membicarakan kesempatan bisnis, maka kesempatan itu mudah direalisasikan karena berasal dari PELUANG: P: Perubahan yang terlihat atau terdengar, pendapatan per kapita, teknologi baru, persepsi masyarakat terhadap nilai, produk baru, gaya hidup, tren, regulasi

pemerintah, pesaing baru. E: Environment, yaitu kesenjangan antara harapan dan kenyataan, masalah yang muncul, kebutuhan besar yang belum terpenuhi, kesulitan yang ada, lingkungan keluarga, rumah tangga, pekerjaan, dan lainnya. Dengan memahami secara mendalam aspek kewirausahaan dan usaha baru di era digital, pembaca diharapkan dapat menemukan peluang, mengatasi kesulitan, dan merancang strategi bisnis yang relevan untuk mengatasi perubahan yang terus-menerus (Rafiuddin et al. 2024).

Perkembangan teknologi digital telah mengakibatkan perubahan besar dalam berbagai sektor usaha di seluruh dunia. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara operasional, tetapi juga berdampak pada strategi, model bisnis, dan cara perusahaan berhubungan dengan konsumen. Inovasi seperti kecerdasan buatan, big data, Internet of Things (IoT), dan komputasi awan memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi, memperluas pangsa pasar, dan menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih personal (Nursani et al. 2024). Transformasi ini menciptakan jajaran besar untuk mendorong inovasi dan perkembangan yang berkelanjutan. Namun, kesempatan tersebut datang dengan tantangan yang rumit. Perubahan pesat dalam selera konsumen dan teknologi memberikan tekanan bagi perusahaan untuk selalu berinovasi. Tantangan lain mencakup ancaman keamanan siber, kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan digital di kalangan pekerja, serta ketahanan internal terhadap perubahan dalam organisasi.

Transformasi digital bisnis membuat pengusaha mengembangkan dan menggunakan teknologi inovatif dan model bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, pada saat yang sama meninjau biaya yang dikeluarkan, manfaat dan ancaman terkait (Banjarnahor et al, 2022). Dengan mendigitalkan proses bisnis di lingkungan online, perusahaan modern berupaya meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dalam konteks peningkatan permintaan untuk produk dan layanan yang lebih baik serta internasionalisasi pasar. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek masyarakat modern yang jauh melampaui literasi dan kompetensi digital, hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan teknologi dan prosedur baru untuk meningkatkan operasi bisnis mereka (Dwita et al. 2025). Seiring dengan transformasi digital perusahaan untuk mencapai keberlanjutan operasi bisnis mereka, peran strategi yang efisien selaras dengan kebutuhan masyarakat kontemporer –dalam agenda global untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan sebagai bagian dari keunggulan kompetitif –semakin berkembang.

Perubahan ini sangat terasa di kalangan pelaku usaha di berbagai sektor, khususnya di Indonesia yang mengalami akselerasi transformasi digital dalam beberapa tahun terakhir. Namun, adaptasi terhadap teknologi seringkali menimbulkan keraguan dan kekhawatiran, terutama bagi pebisnis pemula dan usaha kecil menengah (Indah, 2025). Oleh sebab itu, seminar bertema "Menjadi Pebisnis Tangguh di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi" hadir sebagai salah satu upaya edukasi dan pembekalan bagi siswa, guru, dan praktisi bisnis di wilayah SMAN 1 Donggo.

Melihat fenomena tersebut, kami mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bima dari Program Studi Kewirausahaan mengadakan kegiatan seminar di SMAN 1 Donggo pada tanggal 17 Mei 2025. Seminar ini mengangkat tema “Menjadi Pebisnis Tangguh di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi” yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada siswa tentang bagaimana memanfaatkan peluang bisnis digital, menghadapi tantangan, serta merancang strategi yang tepat untuk berwirausaha.Dalam materi yang disampaikan, kami mengangkat topik-topik penting seperti perkembangan e-commerce, kekuatan content marketing dan influencer, pemanfaatan teknologi seperti AI dan cloud computing, serta pentingnya inovasi dan personalisasi dalam melayani pelanggan. Kami juga menyampaikan contoh nyata dari perusahaan-perusahaan sukses seperti Gojek, Tokopedia, dan Ruangguru yang mampu bertumbuh dengan memanfaatkan potensi digital (Kybernetes.2024).

Melalui kegiatan ini, kami berharap para peserta seminar dapat lebih memahami bahwa era digital tidak hanya membawa tantangan, tetapi juga membuka banyak peluang yang bisa dimanfaatkan untuk memulai usaha. Dengan strategi yang tepat dan kemampuan untuk terus belajar serta beradaptasi, generasi muda dapat menjadi pelaku usaha yang sukses dan tangguh di era digital ini.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah penyampaian materi dalam bentuk seminar yang disertai dengan diskusi tanya jawab. Metode ini dipilih karena efektif untuk memberikan pemahaman langsung kepada siswa mengenai konsep kewirausahaan digital, serta untuk mendorong partisipasi aktif mereka dalam kegiatan.

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan beberapa hari sebelum kegiatan dengan menyusun materi, pembagian tugas antar anggota kelompok, serta koordinasi dengan pihak sekolah (SMAN 1 Donggo). Materi yang disusun berdasarkan topik-topik aktual tentang peluang bisnis digital, tantangan yang sering dihadapi wirausaha muda, serta strategi untuk bertahan dan berkembang di era digital.

b. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan seminar dilaksanakan pada tanggal 17 Mei 2025 di SMAN 1 Donggo, bertempat di salah satu ruang kelas dengan jumlah peserta sebanyak 21 siswa. Acara dimulai pukul 09.00 WITA dan berlangsung kurang lebih selama 2 jam. Berikut tahapan kegiatan seminar:

1.Pembukaan

Kegiatan dibuka dengan sambutan dari perwakilan sekolah dan pengantar dari perwakilan kelompok mahasiswa. Kemudian dilanjutkan dengan perkenalan dan pemaparan tujuan seminar.

2.Penyampaian Materi

Materi disampaikan oleh anggota kelompok secara bergantian, dengan penekanan pada:

1) Peluang bisnis di era digital (e-commerce, konten kreator, digital marketing)
2) Tantangan yang dihadapi generasi muda seperti persaingan, perubahan teknologi, dan kebutuhan akan inovasi
3) Strategi menjadi pebisnis tangguh: fokus pada pelanggan, pemanfaatan teknologi, dan kolaborasi digital
4) Materi disampaikan secara interaktif dengan diselingi diskusi ringan, pertanyaan, dan tanggapan dari siswa.

3.Penutupan dan Dokumentasi

Setelah penyampaian materi selesai, kegiatan ditutup dengan sesi tanya jawab dan sesi foto bersama sebagai dokumentasi kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Seminar kewirausahaan yang kami laksanakan pada tanggal 17 Mei 2025 di SMAN 1 Donggo menjadi momen yang sangat berharga, baik bagi kami sebagai mahasiswa maupun bagi para siswa sebagai peserta. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang dunia bisnis di era digital, dan sejak awal acara dimulai, suasana sudah terasa antusias. Siswa-siswi

menyambut kehadiran kami dengan ramah dan penuh rasa ingin tahu.

Materi yang kami bawakan mengangkat berbagai topik penting dalam dunia wirausaha modern, seperti perkembangan e-commerce, peluang menjadi content creator, serta kekuatan digital marketing yang kini dapat dilakukan siapa saja, bahkan hanya melalui smartphone. Kami menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga merupakan alat pemasaran yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dan efisien. Para siswa terlihat sangat tertarik ketika kami memberikan contoh-contoh nyata dari praktik bisnis digital, seperti dropshipper di marketplace, reseller produk-produk lokal, serta bisnis makanan yang dipasarkan melalui platform seperti GoFood, ShopeeFood, dan lainnya.



Gambar 1.Masuk Lokasi Sekolah



Gambar 2. Penyampaian Materi

Selain memberikan teori, kami juga mengajak siswa untuk berdiskusi dan simulasi sederhana tentang bagaimana memulai bisnis. Salah satu topik yang mendapat respons tinggi adalah tentang bagaimana mengenali tren pasar, memilih produk yang sesuai, serta memahami pentingnya branding dan pelayanan pelanggan di era digital. Kami juga mengangkat studi kasus dari perusahaan besar seperti Gojek, Tokopedia, dan Ruangguru sebagai inspirasi bahwa ide yang sederhana sekalipun bisa menjadi besar jika dikembangkan dengan strategi yang tepat.Kami juga menekankan bahwa tantangan dalam dunia bisnis pasti akan ada, seperti persaingan yang ketat, perubahan teknologi yang cepat, hingga keterbatasan modal dan keahlian. Namun, kami mengajak siswa untuk tidak takut mencoba. Kami sampaikan bahwa menjadi pebisnis tangguh bukan berarti bebas dari kegagalan, melainkan mampu bangkit, belajar dari kesalahan, dan terus berinovasi.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab



Gambar 4. Foto Bersama SMAN 1 Donggo

Sesi diskusi menjadi bagian paling menarik dari kegiatan ini. Para siswa tidak hanya bertanya soal teknis memulai usaha, tetapi juga menyampaikan ide-ide kreatif mereka, mulai dari bisnis online sederhana, menjadi reseller produk lokal, hingga membuat konten edukatif di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan sebenarnya sudah ada dalam diri mereka, hanya perlu diberi ruang, arahan, dan motivasi yang tepat. Selama jalannya seminar, interaksi antara pemateri dan siswa-siswi berlangsung sangat dinamis. Kami tidak hanya menyampaikan materi secara satu arah, tetapi juga mengajak peserta untuk terlibat langsung melalui tanya jawab, studi kasus, dan diskusi kelompok kecil. Antusiasme para siswa sangat terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, baik terkait peluang bisnis digital, strategi pemasaran online, hingga cara membangun personal branding di media sosial. Salah satu pertanyaan menarik datang dari seorang siswa kelas XI yang bertanya, “Bagaimana caranya memulai usaha meskipun belum punya modal banyak?” Pertanyaan ini memunculkan diskusi menarik tentang model bisnis dropship, afiliasi, dan penjualan digital produk jasa yang tidak memerlukan biaya produksi besar.

Di akhir kegiatan, kami juga membagikan kisah-kisah inspiratif dari tokoh dunia bisnis, seperti perjalanan hidup Steve Jobs yang penuh tantangan namun tetap berani mengambil risiko dan konsisten dengan visinya. Kisah-kisah ini diharapkan dapat menanamkan nilai bahwa setiap orang memiliki potensi untuk sukses, asalkan berani mencoba dan tidak mudah menyerah.

Secara keseluruhan, seminar ini memberikan pengalaman yang sangat berarti. Tidak hanya memperkaya pengetahuan siswa, tetapi juga memotivasi mereka untuk melihat dunia bisnis digital sebagai peluang besar yang bisa diraih sejak usia muda. Melalui kegiatan ini, kami menyadari bahwa semangat kewirausahaan di kalangan pelajar sebenarnya sangat besar, dan sudah sepatutnya kami sebagai mahasiswa ikut berkontribusi dalam menumbuhkan semangat itu melalui kegiatan edukatif yang membangun.

Melalui kegiatan ini, kami berharap para siswa di SMAN 1 Donggo memiliki sudut pandang baru terhadap dunia usaha, serta menyadari bahwa mereka juga mampu menjadi pelaku bisnis yang tangguh di era digital. Dengan keberanian untuk mencoba, kemampuan untuk terus belajar, serta dukungan lingkungan yang positif, mereka dapat menjadi generasi muda yang tidak hanya konsumtif terhadap teknologi, tetapi juga produktif dan inovatif dalam menggunakannya untuk membangun masa depan yang lebih baik.

4. Kesimpulan

Seminar kewirausahaan dengan tema "Menjadi Pebisnis Tangguh di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi" yang dilaksanakan di SMAN 1 Donggo pada tanggal 17 Mei 2025 ini bertujuan untuk membekali siswa dengan pemahaman mengenai dunia bisnis digital. Materi yang disampaikan mencakup peluang bisnis di era digital seperti e-commerce, digital marketing, serta pemanfaatan teknologi AI juga disertai tantangan nyata seperti keamanan data, algoritma digital, dan persaingan pasar.

Selama kegiatan, siswa menunjukkan antusiasme tinggi dan aktif dalam sesi diskusi maupun tanya jawab. Banyak dari mereka yang menyampaikan pertanyaan kritis dan ide bisnis yang kreatif. Kegiatan ini tidak hanya menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan siswa, tetapi juga memberikan wawasan praktis agar mereka siap menghadapi tantangan dunia bisnis modern.

Dengan terselenggaranya kegiatan ini, diharapkan mampu memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kepercayaan diri siswa untuk mulai berwirausaha sejak usia muda.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak SMAN 1 Donggo yang telah memberikan izin dan dukungan penuh atas terselenggaranya kegiatan seminar ini. Terima kasih juga kepada seluruh siswa yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias, serta kepada Kepala Sekolah dan para guru yang turut membantu kelancaran acara. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Dosen Pembimbing dan Kaprodi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Bima yang telah memberikan arahan dan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan seminar ini sebagai bagian dari program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Referensi

Akbar, Muhammad, and M Alvin Faiz. 2025. "Potensi Kewirausahaan Dalam Kreativitas Remaja : Menjelajahi Ide-Ide Bisnis Kreatif Yang Dapat Dijalankan Oleh Generasi Z DI SMA NEGERI 4 KOTA BIMA Entrepreneurial Potential in Teen Creativity : Exploring Creative Business Ideas That Can Be Run by Generation Z AT SMA NEGERI 4 BIMA CITY." 1(1).

Angelia Putriana. 2023. "Analisis Strategi Bisnis Di Era Transformasi Digital." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(3): 223–32. doi:10.54259/mukasi.v2i3.2105.

Banjarnahor, Astri, Debby E. Sondakh, Annisa I. Faried, and Deske W. Mandagi. 2023. "Transformasi Bisnis Di Era Digital." *Sonpedia Publishing* 13(August): 2294–98.

Bagis, A. Building students' entrepreneurial orientation through entrepreneurial intention and workplace spirituality. *Heliyon.* 2022; 8. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11310.

Dwita, Nabila et al. 2025. "Membidik Peluang Wirausaha Yang Tepat Pada Generasi Milenial Di SMK NEGERI 2 Kota Bima Targeting the Right Entrepreneurial Opportunities for the Millennial Generation at SMK NEGERI 2 Bima City." 1(1).

Hughes, M., Hodgkinson, I., Ghosh, S., & Hughes, P. (2021). Digital transformation of industrial businesses: Adynamic capability approach. *Technovation*. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102414.

Indah Purnamasari, Muhammad Akbar, Nurrahman Zakiah, Suci Mirnawati, and Muhammad Rizkan Donis Aditya, Fajrin Hardinandar. 2025. "Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Kalangan Remaja Di Sma Negeri 2 Woha Kabupaten Bima." *Taroa Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1): 1–11. https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/taroa.

Nursani, Nursani et al. 2024. "Menumbuhkan Kewirausahaan Digital Pada Generasi Z Di SMAN 1 Wawo Melalui Kegiatan Sosialisasi." *Journal of Excellence Humanities and Religiosity* 1(1): 37–50.

Rafiuddin, Nurwahidah, Muhammad Akbar, and Nasrullah. 2024. "Seminar Pembuatan Legalitas Usaha Bagi Pelaku UMKM Untuk Mengakses Pendanaan KUR Di Bank." *Journal of Excellence Humanities and Religiosity* 1(1): 70–80.

Sayudin. 2023. "Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2(7): 1566–72. doi:10.58344/jmi.v2i7.315.

Škare, M., De Las Mercedes De Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using digital economy and society index data. *Int. J. Inf. Manag.*. 2023; 68. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594.

Talari, M., & Khoshroo, M. Discovery and analysis of global studies trend on digital transformation strategy: exploring challenges and opportunities. *Kybernetes.* 2024 https://doi.org/10.1108/k-12-2023-2643.

Wang, S., Ashfaq, M., Asif, M., & Shahzad, M. Data privacy and cybersecurity challenges in the digital transformation of the banking sector. *Comput. Secur.*. 2024; 147. https://doi.org/10.1016/j.cose.2024.104051.

Wang, J., Moon, T., & Yu, J. Influence of Digital Transformation Capability on Operational Performance. *Sustainability*. 2022 https://doi.org/10.3390/su14137909.

Westergren, U., Blomquist, T., & Saarikko, T. Digital transformation: Five recommendations for the digitally conscious firm. *Business Horizons*. 2020 https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2020.07.005.