



EDUKASI POLA BISNIS DI MASA NEW NORMAL

Anita Wijayanti

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta
itax_solo@yahoo.com

Article History:

Received: 28-02-2023

Revised: 25-03-2023

Accepted: 01-04-2023

Keywords: UMKM,
Edukasi, Bisnis

Abstract: Dalam era new normal setelah masa pandemic covid 19 selesai, lingkungan bisnis yang berubah serta persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks. Hal tersebut menyebabkan perubahan pola bisnis. Edukasi pola bisnis baru bagi UMKM menjadi semakin penting. Edukasi pola bisnis yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini meliputi pelatihan dan pendampingan. Materi edukasi pola bisnis meliputi strategi pemasaran dan strategi keuangan. Materi pelatihan disesuaikan dengan hasil analisa terhadap kebutuhan UMKM. Pendampingan dilakukan agar hasil yang diperoleh dalam pelatihan dapat di terapkan pada bisnis UMKM. Dengan mengikuti edukasi pola bisnis, UMKM dapat memperkuat bisnis mereka dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada usaha kecil dan menengah (UMKM) di seluruh dunia, dan banyak dari mereka mengalami penurunan pendapatan yang drastis bahkan kebangkrutan (Saleem, 2021). Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada usaha kecil dan menengah (UMKM) (UN, 2020), banyak dari mereka mengalami penurunan pendapatan yang drastis bahkan kebangkrutan. Beberapa akibat COVID-19 bagi UMKM antara lain: (1) Penurunan Pendapatan dimana pandemi telah menyebabkan penurunan pendapatan bagi banyak UMKM karena adanya pembatasan sosial dan penutupan bisnis. (2) Keterbatasan Modal dimana banyak UMKM mengalami keterbatasan modal untuk mempertahankan bisnis mereka karena penurunan pendapatan dan akses yang terbatas pada pinjaman dan bantuan keuangan. (3) Penundaan Pembayaran dimana pandemi telah menyebabkan penundaan pembayaran dan pengiriman barang dari pemasok dan pelanggan, yang mengakibatkan ketidakstabilan keuangan pada UMKM (Gregurec et al., 2021; Leal Filho et al., 2021; Rume & Islam, 2020).

Perlahan-lahan munculnya tanda-tanda pemulihan ekonomi, UMKM harus mempersiapkan diri untuk beradaptasi dengan situasi baru yang ada. Namun Setelah pandemi COVID-19, UMKM menghadapi beberapa hambatan dalam memperbaiki kinerja bisnis mereka (IIabelle & Danny, 2020). Beberapa hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah: (1) Penurunan Permintaan: Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan permintaan untuk produk dan layanan UMKM karena adanya pembatasan sosial dan penutupan bisnis. Hal ini menyebabkan penurunan pendapatan dan kesulitan dalam mempertahankan bisnis mereka. (2) Keterbatasan Modal dimana UMKM mengalami keterbatasan modal dalam memperbaiki kinerja bisnis mereka karena

penurunan pendapatan dan akses yang terbatas pada pinjaman dan bantuan keuangan. (3) Keterbatasan Keterampilan dimana UMKM tidak memiliki keterampilan atau sumber daya untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif, terutama dalam hal adaptasi dengan perubahan situasi yang terus berubah. (4) Digitalisasi yang Terlambat, UMKM tidak siap atau tidak memiliki keahlian dalam mengembangkan kehadiran *online* mereka, yang membatasi aksesibilitas dan daya saing bisnis mereka. (5) Persaingan yang Ketat dimana pada saat UMKM kembali menjalankan bisnis mereka, mereka harus bersaing dengan bisnis lain yang juga mencoba memulihkan kinerja mereka, hal ini dapat mengakibatkan persaingan yang ketat di pasar (IIabelle & Danny, 2020; Kraus et al., 2020; UN, 2020).

Untuk mengatasi hambatan ini, UMKM harus mencari cara untuk meningkatkan keterampilan, memperkuat kehadiran *online* mereka, berinovasi dalam produk dan layanan, dan menjalin kemitraan dengan bisnis lain dan pemerintah. Dalam hal ini, edukasi pola bisnis yang baru dan dukungan keuangan dari pemerintah dan lembaga keuangan dapat membantu UMKM dalam memperbaiki kinerja bisnis mereka dan menjadi lebih kuat dan berkelanjutan di masa depan (Susilawati et al., 2020). Dalam hal ini, edukasi pola bisnis yang berfokus pada inovasi dan adaptasi dapat membantu UMKM untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah dan meningkatkan kinerja bisnis mereka (Ziyadin et al., 2020).

Dalam artikel ini, akan dibahas tentang edukasi pola bisnis yang dapat membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang. Beberapa pola bisnis yang bisa dilakukan antara lain : (1) Digitalisasi bisnis, UMKM dapat meningkatkan kehadiran mereka secara *online* dengan membuat situs web, bergabung dengan platform perdagangan elektronik, dan memperluas kehadiran mereka di media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bisnis mereka. (2) Menyesuaikan Model Bisnis, UMKM harus menyesuaikan model bisnis mereka untuk beradaptasi dengan situasi baru, seperti meluncurkan layanan pengiriman atau menawarkan produk dan layanan baru yang lebih sesuai dengan situasi saat ini. (3) Keuangan, UMKM harus mengevaluasi pengeluaran mereka dan memangkas biaya yang tidak penting untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis mereka. (4) Meningkatkan keterampilan karyawan, dimana UMKM harus memperkuat keterampilan karyawan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam bisnis mereka dan mempertahankan daya saing. (5) Mencari Dukungan Pemerintah, dimana UMKM dapat mencari dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan dalam bentuk pinjaman dan bantuan keuangan untuk membantu mempertahankan bisnis mereka selama masa pandemi. (6) Membangun Jaringan, dimana UMKM dapat membangun jaringan dengan UKM lain, pemangku kepentingan, dan pelanggan untuk mendapatkan dukungan dan membangun kerja sama dalam rangka memperkuat bisnis mereka (Costa, 2022; Gregurec et al., 2021; Islam et al., 2021; Rume & Islam, 2020).

Berdasarkan analisa di atas maka tujuan dari pengabdian masyarakat ini, bagi UMKM adalah

1. Meningkatkan Keahlian Bisnis. Edukasi pola bisnis dapat membantu UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola bisnis mereka secara lebih efektif dan efisien. Hal ini termasuk peningkatan kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, inovasi produk dan layanan, serta pengelolaan sumber daya manusia.
2. Menyediakan Akses ke Sumber Daya. Edukasi pola bisnis dapat membantu UMKM untuk mendapatkan akses ke sumber daya yang lebih luas seperti pinjaman keuangan, dukungan teknologi, dan bantuan dari pemerintah atau organisasi *non-profit*.

3. Meningkatkan Daya Saing. Edukasi pola bisnis dapat membantu UMKM untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Ini termasuk inovasi produk dan layanan, diversifikasi usaha, pengembangan merek, dan penggunaan teknologi.
4. Meningkatkan Kemampuan Adaptasi. Edukasi pola bisnis dapat membantu UMKM untuk belajar beradaptasi dengan situasi yang terus berubah dan mempersiapkan diri untuk menghadapi masa depan yang tidak pasti.

Selain bagi UMKM, pengabdian masyarakat dilaksanakan sebagai sarana bagi mahasiswa untuk

1. Mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dalam bangku perkuliahan di dunia luar sehingga tujuan memberikan manfaat bagi masyarakat luar dapat tercapai.
2. Mengabdikan diri di lingkungan masyarakat, sehingga bukan hanya ilmu teori saja yang didapatkan namun juga norma – norma yang berlaku di masyarakat dapat dipelajari mahasiswa secara langsung.

Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan ini, edukasi pola bisnis yang efektif harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keterampilan UMKM serta berfokus pada inovasi dan adaptasi dalam menghadapi situasi yang terus berubah.

METODE PELAKSANAAN

Metodologi pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dengan judul "Edukasi Pola Bisnis di Masa New Normal" dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi target audiens, identifikasi target audiens yang akan menjadi sasaran dari kegiatan pengabdian ini. Target audiens bisa meliputi pelaku usaha kecil dan menengah, pelajar atau mahasiswa, serta masyarakat umum yang tertarik untuk mengembangkan usaha mereka di era New Normal.
2. Rancang materi edukasi, setelah target audiens teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah merancang materi edukasi yang akan disampaikan pada kegiatan pengabdian. Hasil identifikasi yang telah dilakukan maka materi edukasi yang disampaikan berupa informasi tentang peluang bisnis di era New Normal, strategi pemasaran yang tepat, pengelolaan keuangan yang efektif, serta berbagai keterampilan lain yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha.
3. Pilih metode penyampaian, setelah materi edukasi disusun, langkah berikutnya adalah memilih metode penyampaian yang tepat untuk mencapai target audiens. Metode penyampaian yang bisa dipilih antara disesuaikan dengan hasil analisa audiens.
4. Siapkan sumber daya, dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, diperlukan sumber daya yaitu anggota tim pengabdian mahasiswa yang akan mendampingi UMKM serta tenaga ahli yang akan memberikan pelatihan sesuai materi yang telah disiapkan.
5. Evaluasi hasil, setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan, penting untuk melakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana materi edukasi yang disampaikan telah bermanfaat bagi target audiens, serta untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas kegiatan pengabdian di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, ada beberapa hasil yang dapat dicapai, baik dari sisi masyarakat yang dilayani maupun dari pihak pelaksana kegiatan. Selain itu, terdapat pula

beberapa pembahasan yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Berikut ini akan dijelaskan lebih detail mengenai proses pelaksanaan pengabdian masyarakat, hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat.

1. Hasil identifikasi audien

Pada tahap ini yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat adalah dengan mendatangi kelurahan Kampung Puspan secara langsung dan guna meminta izin untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui sekretaris kelurahan. Adapun hasilnya dari pihak Kepala Kelurahan atau Lurah selaku pemimpin yang mengepalai aparat pemerintah perangkat Kampung Puspan mengizinkan kami untuk melakukan pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kampung Puspan, Kelurahan Tipes, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta.



Gambar 1. Foto Kegiatan Perijinan di Kelurahan

Selanjutnya tim pengabdian masyarakat terjun di kampung Puspan untuk mengidentifikasi dampak Pandemi Covid 19 bagi UMKM di Kampung Puspan. Hasil analisa menunjukkan bahwa dampak pandemi covid-19 di Kampung Puspan menunjukkan tingkat perekonomian yang menurun, dimana tingkat pendapatan masyarakat telah berimbas dari menurunnya jumlah penjualan UMKM di Kampung Puspan. Saat pengabdian masyarakat berlangsung tercatat 26 UMKM yang masih aktif di Desa Puspan dari 56 UMKM sebelum Covid 19. Proses selanjutnya tim pengabdian masyarakat mengajak UMKM untuk bersedia mengikuti kegiatan ini, tetapi hanya 8 UMKM yang bersedia bergabung dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu 3 UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman, 4 UMKM yang bergerak di bidang produksi batik, *fashion* dan *handycraft* dan 1 UMKM di bidang jasa penyewaan kamar untuk kos. Analisa dilakukan terhadap hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap ke delapan UMKM yang telah bekerjasama dalam pengabdian masyarakat ini. Hasil analisa tentang permasalahan yang dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan program kerja tampak dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Target Audiens

No	Permasalahan	Sumber	Hasil
1	Setelah masa pandemic covid 19 masih belum terlihat peningkatan penjualan yang berarti	Observasi dan wawancara	UMKM masih beradaptasi dengan kondisi pasca covid 19, a) Adaptasi terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat b) Adaptasi pola kerja
2	Adanya permasalahan masalah keuangan		a) Pendapatan yang menurun b) Naiknya biaya operasional c) sulitnya mendapat sumber pendanaan lain

2. Rancangan Materi Edukasi

Berdasarkan hal tersebut di atas berikut ini adalah program edukasi yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini.

Tabel 2. Jenis Edukasi, Program Kegiatan dan Aktivitas Pengabdian Pada Masyarakat

Jenis Edukasi	Program kegiatan	Aktivitas
Strategi Pemasaran	1) Pembuatan konten pemasaran 2) Pengembangan media pemasaran melalui <i>social media</i>	1. Pelatihan pemasaran <i>online</i> 2. Pendampingan pembuatan konten pemasaran
Strategi Keuangan	1) Pelatihan perencanaan keuangan meliputi arus kas dan <i>capital budgeting</i> 2) Pelatiha penyiapan laporan keuanag	1. Pelatihan akuntansi dan perencanaan keuangan 2. Pendampingan pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan

Materi untuk pelatihan pemasaran *online* adalah tampak dalam table 3.

Tabel 3. Materi Pelatihan Pemasaran *Online*

Materi	Sub materi
Pengenalan Pemasaran <i>Online</i>	1. Konsep pemasaran <i>online</i> 2. Perbedaan pemasaran <i>online</i> dengan pemasaran konvensional 3. Keuntungan pemasaran <i>online</i>
Optimasi <i>Website</i> Sosial Media	1. Menjaga keamanan <i>website</i> 2. Membuat tampilan <i>website</i> menarik dan <i>user-friendly</i> 3. Optimasi SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) 4. Mengenal berbagai platform media sosial yang efektif untuk pemasaran 5. Menentukan jenis konten yang tepat untuk setiap <i>platform media social</i> 6. Membuat strategi untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut media sosial

Sedangkan materi untuk pelatihan akuntansi tampak dalam tabel 4.

Tabel 4. Materi Pelatihan Akuntansi dan Pengelolaan Keuangan

Materi	Sub materi
Pengenalan Akuntansi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep dasar akuntansi 2. Prinsip-prinsip akuntansi 3. Jenis-jenis laporan keuangan
Pengelolaan Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan prioritas pengeluaran 2. Membuat rencana anggaran 3. Memonitoring pengeluaran dan pendapatan

Dalam aktivitas pendampingan, mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini dibagi dua kelompok, Kelompok 1 yang terdiri dari 3 orang melakukan pendampingan terkait pengembangan pemasaran *online* bagi UMKM. Sedangkan Kelompok 2 terdiri dari 2 orang mahasiswa mempersiapkan untuk pendampingan pembuatan pengelolaan dan pembuatan laporan keuangan.

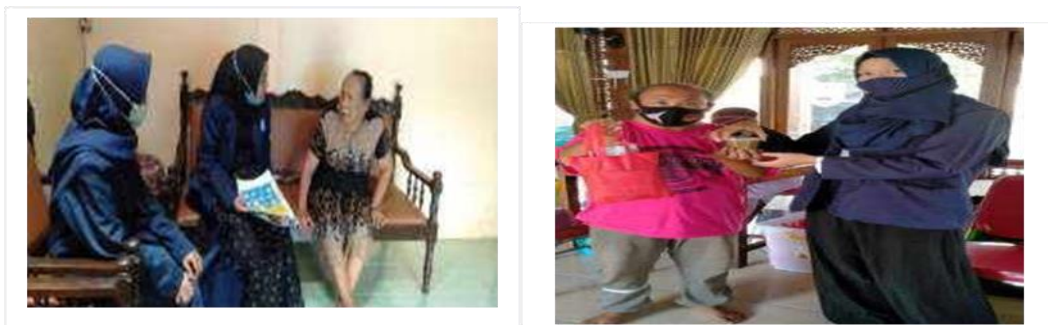
3. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan

Pelaksanaan pelatihan pemasaran *online* dilakukan selama 1 hari, sedangkan pelatihan pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan juga dilakukan selama 1 hari. Pelaksanaan pelatihan mendatangkan tenaga ahli di bidang pemasaran *online* dan tenaga ahli di bidang pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan. Berikut ini adalah dokumentasi pelatihan selama 2 hari, tampak dalam gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

Pendampingan UMKM dilakukan secara *online* maupun *offline*. Pada saat *offline*, pendamping dapat berinteraksi langsung dengan UMKM sedangkan secara *online* pendampingan dilakukan dengan berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Berikut ini adalah gambaran pendampingan yang telah dilakukan, tampak dalam gambar 3.



Gambar 3. Proses Pendampingan Kepada UMKM

Pola bisnis adalah serangkaian strategi yang digunakan oleh suatu bisnis untuk mencapai tujuan mereka. Dalam konteks UMKM, pola bisnis yang efektif dapat membantu mereka bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Edukasi pola bisnis untuk UMKM sangat penting untuk membantu pengusaha kecil memahami prinsip-prinsip bisnis dan memperbaiki praktik mereka. Hasil pengabdian masyarakat ini membantu UMKM untuk memahami prinsip-prinsip bisnis yang penting dan bagaimana menerapkannya pada bisnis mereka. Saat ini UMKM telah memiliki kemampuan untuk melakukan pemasaran *online*, setiap UMKM telah memiliki akun *social media*, mereka juga telah memiliki kemampuan dengan pengembangan *content* pemasaran. Dalam bidang pengelolaan keuangan perusahaan juga telah memahami konsep *cash flow*, efektivitas dan efisiensi biaya produksi dan mampu membuat laporan keuangan sederhana. Dalam keseluruhan, edukasi pola bisnis dapat membantu UMKM memperkuat bisnis mereka dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik. Hal ini juga dapat membantu mereka memperluas jaringan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam era new normal setelah pandemic covid 19, persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompleks, perubahan lingkungan bisnis membuat banyak perubahan, Edukasi pola bisnis era new normal bagi UMKM menjadi semakin penting. Edukasi pola bisnis dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Puspan, Kemplayan, Serengan kota Surakarta. Edukasi bisnis yang dilakukan meliputi pelatihan dan pendampingan untuk strategi pemasaran dan strategi keuangan. Hasil analisa terhadap kebutuhan UMKM maka dibuatlah materi pelatihan. Materi pertama tentang strategi pemasaran yang berisi tentang pembuatan konten pemasaran dan pengembangan media pemasaran melalui *social media*. Materi kedua tentang strategi keuangan meliputi Pelatihan perencanaan keuangan meliputi arus kas dan *capital budgeting* dan pelatihan penyiapan laporan keuangan. Pendampingan dilakukan agar hasil yang diperoleh dalam pelatihan dapat di terapkan pada bisnis UMKM. Dengan mengikuti edukasi pola bisnis, UMKM dapat memperkuat bisnis mereka dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik. Edukasi pola bisnis juga dapat membantu UMKM memperluas jaringan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, edukasi pola bisnis bagi UMKM merupakan investasi yang penting dan harus dianggap sebagai bagian penting dari strategi bisnis yang sukses.

Berikut ini adalah beberapa saran untuk pengembangan program pengabdian masyarakat yang selanjutnya

1. Melakukan evaluasi dan peningkatan program secara teratur. Evaluasi program secara teratur dapat membantu memastikan bahwa program edukasi pola bisnis bagi UMKM terus relevan dan efektif dalam membantu pengusaha kecil mencapai tujuan mereka.
2. Mengembangkan edukasi pola bisnis lanjutan dengan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dan dengan metode pembelajaran yang interaktif seperti diskusi, simulasi, dan studi kasus sehingga dapat membantu pengusaha kecil memahami konsep bisnis dengan lebih baik dan menerapkannya pada bisnis mereka.
2. Mengembangkan kerjasama antar UMKM dengan kemitraan baik untuk lembaga pemerintah dan non-pemerintah, Kerjasama dengan lembaga pemerintah dan non-pemerintah dapat membantu meningkatkan kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Costa. (2022). Internationalization Strategies at a Crossroads: Family Business Market Diffusion in the Post-COVID Era. *Economies*, 10(7), 1–24. <https://doi.org/10.3390/economies10070170>
- [2] Gregurec, I., Furjan, M. T., & Tomičić-pupek, K. (2021). The impact of covid-19 on sustainable business models in smes. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su13031098>
- [3] Habelle, M., & Danny. (2020). *Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID-19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company's public news and information. January.*
- [4] Islam, A., Jerin, I., Hafiz, N., Tali, D., Sazali, N., & Wahab, A. (2021). Configuring a blueprint for Malaysian SMEs to survive through the Covid-19 crisis: The Reinforcement of quadruple helix innovation model. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 9(1), 32–81. www.scientificia.com
- [5] Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 1067–1092. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2020-0214>
- [6] Leal Filho, W., Azul, A. M., Wall, T., Vasconcelos, C. R. P., Salvia, A. L., do Paço, A., Shulla, K., Levesque, V., Doni, F., Alvarez-Castañón, L., Mac-lean, C., Avila, L. V., Damke, L. I., Castro, P., Azeiteiro, U. M., Fritzen, B., Ferreira, P., & Frankenberger, F. (2021). COVID-19: the impact of a global crisis on sustainable development research. *Sustainability Science*, 16(1), 85–99. <https://doi.org/10.1007/s11625-020-00866-y>
- [7] Rume, T., & Islam, S. M. D. U. (2020). Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability. *Heliyon*, 6(9), e04965. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04965>
- [8] Saleem, I. (2021). A Strategy for Family Business Survival during the Crisis in Gulf Business Environment. *Academia Letters*, April. <https://doi.org/10.20935/al886>
- [9] Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147–1156. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>
- [10] UN. (2020). *Financing for Development in the Era of COVID-19 and Beyond Menu of Options for the Considerations of Ministers of Finance Part II. September.* <https://bit.ly/2POy5He>
- [11] Ziyadin, S., Suieubayeva, S., & Utegenova, A. (2020). Digital Transformation in Business. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 84(September 2019), 408–415. https://doi.org/10.1007/978-3-030-27015-5_49