

Peran *Soft Skill*, Orientasi Pasar dan Literasi Digital dalam mendukung Keberlanjutan Usaha UMKM Makanan Dan Minuman di Surabaya

Tony Susilo Wibowo¹, Christina Menuk Sri Handayani²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya

e-mail tonysus_sw@unipasby.ac.id, menukch@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *soft skill*, orientasi pasar dan literasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM makanan dan minuman di Kota Surabaya. Sampel diambil dengan menggunakan teknik sampel jenuh ditujukan pada UMKM yang menjalankan usahanya di sentra wisata kuliner (SWK) sebanyak 80 UMKM. Data didapatkan dengan instrument yang diisi melalui *google form* dan secara manual dengan mengisi kuesioner secara langsung. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sebelumnya dilakukan uji kelayakan data. Secara deskriptif didapatkan data bahwa mayoritas pelaku UMKM adalah wanita dengan pendidikan terakhir Sarjana dan hasil analisis regresi didapatkan bahwa *soft skill*, orientasi pasar dan literasi digital secara positif berperan mendukung keberlanjutan usaha UMKM makanan dan minuman di Kota Surabaya. Sejalan dengan hasil penelitian, disarankan pada pelaku UMKM makanan dan minuman hendaknya lebih meningkatkan *soft skill* dan memiliki wawasan akan literasi digital secara utuh agar dapat mengikuti perkembangan teknologi, demikian halnya dengan orientasi pasar yang harus selalu ada pada pelaku UMKM dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Kata kunci: *soft skill*, orientasi pasar, literasi digital, keberlanjutan usaha, UMKM

PENDAHULUAN

Pemulihan ekonomi setelah pandemi covid-19 memerlukan dukungan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, swasta dan masyarakat dimana UMKM menjadi ujung tombak dalam menggerakkan perekonomian. UMKM sebagai penopang perekonomian di masa krisis bahkan UMKM fleksibel dan mudah beradaptasi untuk bertahan dan bahkan berkembang di tengah kondisi ekonomi yang sulit. Selama terjadi krisis, UMKM membantu menjaga kesejahteraan masyarakat dengan memastikan bahwa aktivitas ekonomi terus berjalan, menjadikan UMKM sebagai penggerak dan stabilisator penting dalam perekonomian nasional (Tedjasuksmana, 2014).

Peran UMKM sangat penting dan strategis dalam struktur perekonomian nasional terlihat berkontribusi sebanyak 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), 96,9% berimbas pada penyerapan tenaga kerja secara nasional dan ekspor meningkat sebanyak 15,69

% . Secara nasional struktur ekonomi didominasi usaha mikro mencapai 99% dan usaha kecil dan menengah (UKM) kontribusinya tergolong kecil sedangkan pelaku industri besar menyumbang sekitar 1%. (Limanseto, 2022). Kontribusi ini senantiasa berkembang, di tahun 2023 kontribusi terhadap PDB sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja dan memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha (Limanseto, 2023). Kontribusi UMKM terhadap PDRB di Provinsi Jawa Timur mencapai 57,26% pada tahun 2019 dan 57,25% pada tahun 2020 dengan jumlah 18.827.593 UMKM, 1.558.078 UMKM diantaranya bergerak di sektor akomodasi, makanan dan minuman, untuk Kota Surabaya jumlah UMKM pada tahun 2022 mencapai 1.716.440 unit terkonsentrasi pada pertanian sebanyak 10.521 unit sedangkan non pertanian sebanyak 1.705.919 unit. (Diskopukm, 2022)

Keberhasilan UMKM tidak lepas dari kemampuan sumber daya manusia yang memadai yang tercermin pada ketrampilan *soft skill*. Secara umum *soft skills* diartikan sebagai kemampuan di luar kemampuan teknis dan akademis, yang lebih mengutamakan kemampuan intra dan interpersonal (Prastiwi, 2016). Dalam mendukung sebuah usaha dalam skala UMKM terutama yang bergerak pada makanan dan minuman, peran *soft skill* sangat dibutuhkan lebih-lebih di era modern seperti ini dimana konsumen bukan hanya membutuhkan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau melainkan juga menginginkan untuk mendapatkan pelayanan prima dari pelaku usaha. Keberagaman kebutuhan konsumen beserta tingkah lakunya harus dapat di sikapi dengan tepat melalui keterampilan *soft skill* yang dimiliki pelaku usaha seperti sikap sopan dalam memberikan pelayanan, murah senyum dan ramah. Seperti halnya yang disampaikan oleh Adnyani et al., (2021), bahwa *Soft Skill* merupakan keterampilan yang berhubungan dengan orang lain meliputi nilai yang dianut, motivasi, perilaku, kebiasaan, karakter dan sikap yang melekat dalam individu.

Dengan memahami perilaku konsumen, pelaku usaha akan dapat mencapai keunggulan tidak hanya kuat tetapi juga berlanjut dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha yang mempunyai kemampuan menciptakan penjualan dan mendapatkan keuntungan lebih dari pada pesaingnya maka akan dapat meningkatkan orientasi pasar yang dinamis (Cadogan et al., 2009; Didit Darmawan, Rahayu Mardikaningsih, 2017). Orientasi pasar menjadi salah satu fokus perhatian dalam kegiatan usaha, orientasi pasar dapat disebut sebagai tindakan yang harus dilakukan pelaku usaha dalam menciptakan *superior customer value* dengan menjadikan konsumen sebagai pusat perhatian (David W. Cravens, 2012). Orientasi pasar juga dikatakan sebagai alat untuk menciptakan layanan maupun produk bukan hanya memenuhi melainkan melebihi harapan seorang konsumen (Gardi & Darmawan, 2022). Sehingga orientasi pasar yang fokus pada pemahaman akan kebutuhan dan preferensi pelanggan akan dapat berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Hariani, 2022).

Kinerja usaha menjadi permasalahan penting bagi pelaku usaha UMKM. Penyesuaian strategi inovasi akan dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha (Carayannis et al., 2015). UMKM hanya mengandalkan produk tanpa melihat dan mengetahui kemampuan yang seharusnya dimiliki seperti mengadopsi media sosial dengan baik, dapat menggunakan marketplace yang semakin beragam dan menguasai marketing digital. Untuk itu, inovasi dalam bentuk digitalisasi usaha merupakan strategi yang *feasible* (Padilah et al., 2021). Pelaku UMKM dituntut untuk mengikuti perubahan serta beradaptasi dengan kondisi lingkungan sesuai dengan perkembangan teknologi seperti pemanfaatan literasi digital. Digitalisasi merupakan tantangan tersendiri bagi kinerja UMKM, karena kurangnya kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk atau jasa sebagai akibat keterbatasan infrastruktur dan tenaga kerja kurang terampil (Rosa et al., 2022).

Bedasarkan permasalahan yang dihadapi UMKM, maka diperlukan langkah strategis untuk menjaga keberlanjutan usahanya (Business Sustainability). Keberlanjutan usaha merupakan kegiatan usaha yang memiliki tujuan untuk pencapaian kinerja jangka panjang, apabila sebuah usaha tidak dikelola dengan baik cenderung bergerak ditempat dan tidak memiliki arah yang jelas (Puspitaningtyas Zarah, 2017). Keberlanjutan usaha dapat diartikan pula sebagai usaha dalam jangka panjang untuk mempertahankan eksistensinya dari waktu ke waktu dan secara turun menurun dengan teknik kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan produk tidak hanya merasa cukup tetapi juga memahami pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki perusahaan (Naufal & Purwanto, 2022).

Keberlanjutan usaha sangat erat kaitannya dengan peningkatan kinerja. Dalam kondisi sekarang ini pelaku usaha dituntut mengikuti perkembangan teknologi, dibutuhkan strategi bisnis berbasis digital (literasi digital) agar dapat berkomunikasi dan memiliki akses tanpa batas dengan tetap memperhatikan ketrampilan *soft skill*, berorientasi ke pasar sasaran untuk menjaga keberlanjutan kegiatan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman di Kota Surabaya yang berjualan pada sentra wisata makanan dan minuman (SWK) Jambangan, Masjid Agung dan Karah yang terdiri dari 80 pelaku usaha makanan dan minuman dengan ciri Indonesia, dalam arti makanan dan minuman yang disajikan adalah makanan dan minuman selera Indonesia. Metode pengambilan sampel dengan sampel jenuh untuk semua pelaku usaha makanan dan minuman yang berada pada SWK sebagai obyek penelitian. Data didapatkan melalui kuesioner dengan menggunakan *google form* dan mengisi kuesioner secara langsung pada lembar kertas. Dalam penelitian ini indikator *soft skill* dikembangkan oleh (Faizin et al., 2024) yang terdiri dari kreativitas, keterampilan komunikasi,

keterampilan kolaborasi dan kepemimpinan. Variabel yang kedua yaitu variabel orientasi pasar menggunakan indikator dari Acosta et al., (2018) meliputi orientasi pada pelanggan, orientasi pada kompetitor dan koordinasi inter fungsi. Sedangkan variabel literasi digital menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Reddy et al., (2020) yang terdiri dari literasi informasi, literasi computer, literasi media, literasi komunikasi, literasi visual dan literasi teknologi. Selanjutnya variabel keberlanjutan usaha menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Bocken et al., (2014) yaitu *value proposition*, *value creation* dan *value capture*.

Data yang diperoleh diolah dengan SPSS 26 untuk mengetahui peran tidaknya antar variabel yang dianalisis, sebelumnya dilakukan uji kelayakan data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas instrument serta uji persyaratan regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas yang dilakukan pada instrumen penelitian membuktikan bahwa semua item instrumen dinyatakan valid dengan nilai lebih dari 0,3 dan dilanjutkan untuk analisis berikutnya. Pengujian berikutnya adalah uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach’s Alpha* 0,670 yang lebih dari 0,6 sehingga nilai koefisien dari kuesioner yang digunakan sudah reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach’s alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Soft skill</i> (X1)	0,758	0,6	Reliabel
Orientasi Pasar (X2)	0,665	0,6	Reliabel
Literasi Digital (X3)	0,883	0,6	Reliabel
Keberlanjutan Usaha (Y)	0,842	0,6	Reliabel

Pengujian dilanjutkan dengan uji regresi linier berganda dengan hasil seperti dibawah ini.

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	-.693	.936		-.741	.461
<i>Soft Skill</i>	.035	.153	.014	.230	.818
Orientasi Pasar	.527	.151	.229	3.491	.001
Literasi Digital	.567	.051	.736	11.190	.000

Pada tabel tersebut dapat dirupakan persamaan garis regresi dengan variabel independent dan dependen seperti dibawah ini:

$$Y = -693 + 0.35X_1 + 0.527X_2 + 0.567X_3$$

Dapat diartikan bahwa -693 melambangkan sebuah nilai konstanta (a) sehingga *soft skill*, orientasi pasar dan literasi digital bernilai sama dengan 0 (nol). Jadi -693 mewujudkan

nilai dari variabel keberlanjutan usaha. Variabel berikutnya adalah *soft skill* dengan perolehan nilai koefisien regresi 0,035. Dengan nilai tersebut apabila *soft skill* mengalami penambahan 0,035 maka keberlanjutan usaha mengalami kenaikan nilai serupa. Tapi nilai variabel independen lain tetap. Variabel selanjutnya adalah orientasi pasar dimana diperoleh nilai koefisien regresi 0,527. Dapat diartikan bahwa orientasi pasar mendapat penambahan 0,527 maka keberlanjutan usaha juga mengakibatkan penambahan serupa. Tetapi nilai variabel independen lain tidak berubah. Variabel terakhir adalah literasi digital dengan perolehan nilai 0,567. Dengan arti apabila literasi digital mendapat penambahan 0,567 maka keberlanjutan usaha mengalami penambahan serupa dengan asumsi variabel independent lain tetap.

Pada pengujian parsial, *soft skill* terhadap keberlanjutan usaha, diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa saat ini UMKM telah memiliki *soft skill* yang dibutuhkan untuk melakukan proses produksi dan operasional dan sering mendapatkan pelatihan dari dinas terkait dari Pemerintah Kota Surabaya. Disisi lain, *soft skill* yang dimiliki oleh UMKM makanan dan minuman merupakan satu pembawaan positif berupa keramahan dan sikap terbuka kepada orang lain yang merupakan salah ciri khas masyarakat Surabaya sehingga konsumen menganggap semua pelaku usaha telah memiliki *soft skill* dalam menjalankan usaha. Dalam penelitian ini, responden mempersepsikan *soft skill* telah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari dan melekat pada layanan usaha UMKM tersebut. Hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan yang dikemukakan (Sarker & Al-Bluwi, 2021) dimana *soft skill* dapat membantu menciptakan kreativitas dan keberhasilan usaha. Dalam penelitian ini, kreativitas dan keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan *soft skill*, tetapi dapat berupa *hard skill* dan faktor lain seperti sajian makanan dan inovasi pada tampilan luar tempat usaha makanan dan minuman.

Pengujian parsial berikutnya adalah orientasi pasar terhadap keberlanjutan usaha, dimana diperoleh hasil berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa UMKM yang memiliki orientasi pasar dapat lebih efektif dalam mengidentifikasi peluang bisnis berkelanjutan yang sesuai dengan permintaan pasar, seperti perilaku sosial yang bertanggung jawab. Hasil ini sejalan dengan teori pemberdayaan pelanggan oleh (Phelps et al., 1996) bahwa UMKM dengan orientasi pasar lebih cenderung memahami kekuatan pelanggan dalam mengatur tuntutan bisnis yang berkelanjutan. UMKM tersebut dapat mendengarkan keinginan pelanggan yang semakin peduli terhadap kualitas dan higienitas produk makanan dan kepedulian terhadap lingkungan dengan menyajikan produk dan layanan yang sesuai. Pemberdayaan pelanggan ini dapat menciptakan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Keberlanjutan bisnis menekankan pentingnya mengintegrasikan praktik bisnis berkelanjutan ke dalam strategi dan operasi bisnis.

Pengujian selanjutnya pada variabel literasi digital terhadap keberlanjutan usaha UMKM makanan dan minuman, diperoleh hasil berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini mengonfirmasi

teori yang dikemukakan oleh Perera et al (2016) yang mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan dan kesadaran untuk menerapkan teknologi digital yang ada dalam pekerjaan sambil menunjukkan sikap yang benar serta tepat terhadap pembelajaran digital. Dalam hal ini pembelajaran yang dilaksanakan oleh UMKM makanan dan minuman Kota Surabaya adalah kemampuan untuk mengoptimalkan perangkat digital yang selanjutnya digunakan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Literasi informasi yang dimiliki pengusaha menunjukkan bahwa pengusaha UMKM makanan dan minuman dapat mengelola informasi dan memilah informasi untuk mendukung keberlanjutan usaha. UMKM makanan dan minuman di wilayah Gerbangkertosusila menggunakan perangkat seluler untuk mengelola informasi, khususnya yang berkaitan dengan penyajian produk dan penampilan produk kuliner. Mereka terinspirasi dengan informasi yang mereka peroleh dari *Youtube*, *Instagram*, *Tiktok* dan sosial media lain, dan informasi tersebut tidak dengan mentah-mentah mereka “telan” tetapi dengan melakukan suatu pendekatan yang berbeda sehingga lebih bermanfaat.

KESIMPULAN

Soft skill merupakan keterampilan non teknis yang mampu mendukung keberlanjutan usaha apabila dikelola dengan baik. Hasil pengujian penelitian ini membuktikan *soft skill* berpengaruh tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha karena setiap pelaku usaha telah memiliki *soft skill* yang dibutuhkan dalam melayani pelanggan dan merupakan bagian dari pembawaan positif karakter pelaku usaha dan ditambah pelatihan selama bertahun-tahun yang dilaksanakan oleh dinas terkait dan memberi dampak positif pada kemampuan pengusaha.

Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha karena pemasaran adalah faktor utama dalam meningkatkan penjualan dan penjualan berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha. Pemasaran pada UMKM makanan dan minuman sangat rentan terhadap penurunan penjualan sehingga dengan orientasi pasar yang memadai dapat mendukung keberlanjutan usaha.

Literasi digital mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Dengan pendekatan teori perilaku, maka penggunaan perangkat digital dapat menjadi bagian dari perilaku pengusaha yang mengarah pada peningkatan literasi digital. Peningkatan pemahaman pengusaha makanan dan minuman pada perangkat lunak dan keras digital berdampak positif pada operasional Perusahaan sehingga dapat berjalan lebih mudah dan literasi dapat menjadi salah satu kunci dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, N. K. S., Herliyani, E., & Purnamawati, I. G. A. (2021). Peningkatan Skill Berwirausaha UMKM Tunjung Segara Melalui Penerapan Model Participatory Rural Appraisal (PRA). *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 321.

- <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.39587>
Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>
- Carayannis, E. G., Sindakis, S., & Walter, C. (2015). Business Model Innovation as Lever of Organizational Sustainability. *Journal of Technology Transfer*, 40(1), 85–104.
<https://doi.org/10.1007/s10961-013-9330-y>
- David W. Cravens, N. P. (2012). *Strategic Marketing* (10th ed.).
- Didit Darmawan, Rahayu Mardikaningsih, Y. R. A. H. (2017). *Pengantar Manajemen Ritel*. Metromedia Education.
- Diskopukm. (2022). *Dinas Koperasi dan UKM Propinsi Jawa Timur*. Diskopukm.Jatimprov.Go.Id.
- Faizin, M., Isnaini, A., Sudarmiati, S., & Firmansyah, R. (2024). Analysis Of Entrepreneurial Soft Skills In Improving MSME Business Sustainability In Pasuruan Mangrove Tourism Area. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(1), 103–116.
<https://doi.org/10.55606/ijemr.v3i1.162>
- Gardi, B., & Darmawan, D. (2022). Study of Shopping Lifestyle, Sales Promotion and Impulsive Buying Behavior. *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 2807–9175.
<https://doi.org/10.56348/mark.v2i2.55>
- Hariani, M. (2022). Determination of a marketing strategy to develop shrimp crackers MSMEs using the SWOT method. *International Journal of Service Science*, 1(3), 24–30.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Website.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Limanseto, H. (2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Website.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- M.U. Perera, L. Gardner, A. P. (2016). Investigating the interrelationship between undergraduates' digital literacy and self-regulated learning skills, *International Conference on Information Systems*. *Tausend*, 1–13.
- Naufal, M. I., & Purwanto, E. (2022). Dampak Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keberlanjutan UMKM (Studi Kasus Industri F & B Kecamatan Summersari Jember). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209–215.
- Padilah, A. R., Khofifah, A. N., Izzulhaq, E. N., Natasya, S., Nisa, S. N., & Khumaeroh, M. S. (2021). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Promosi Produk di Desa Melati Wangi RW 08 Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(XLI), 92–103.
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/710>
- Phelps, D., Rogers, H. T. E., & Johnson, E. (1996). Is your company ready for one-to-one marketing? *Harvard Business Review*, 77, 151–160.
- Prastiwi. (2016). *Pengembangan Soft Skill, Hard Skill dan Life Skill Peserta Didik dalam Menghadapi Era Globalisasi*.
<https://brianddevido.blogspot.com/2016/09/Pengembangan-Soft-Skill-Hard-Skill-Dan.html>
<https://brianddevido.blogspot.com/2016/09/pengembangan-soft-skill-hard-skill-dan.html>
- Puspitaningtyas Zarah. (2017). Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability. *Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VII, May*, 254–262.
- Reddy, P., Sharma, B., & Chaudhary, K. (2020). Digital literacy: A review of literature. *International Journal of Technoethics*, 11(2), 65–94.
<https://doi.org/10.4018/IJT.20200701.0a1>
- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. *Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, 24(1), 242–258.

<https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.352>

Sarker, M. A. R., & Al-Bluwi, T. S. A. (2021). The Role of Soft Skills for Innovation at the SME Sector in Malaysia. *Journal of Management Research*, 13(3), 35.

<https://doi.org/10.5296/jmr.v13i3.18839>

Solano Acosta, A., Herrero Crespo, Á., & Collado Agudo, J. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128–1140.

<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>

Tedjasuksmana, B. (2014). Potret Umkm Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014 Towards a New Indonesia Business Architecture Business And Economic Transformation Towards AEC 2015*, 189–202.