

Manajemen Bisnis Di Era Globalisasi

Natsasya Agustina Putri¹, Annisa Dinanti², Febby Hashyta³, Sri Lestari⁴, Retno Ayu Ningsih⁵

Abstrak

Manajemen bisnis dalam era globalisasi menjadi aspek penting bagi perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha yang semakin dinamis. Globalisasi ditandai dengan meningkatnya keterhubungan antarnegara melalui perdagangan, investasi, serta perkembangan teknologi informasi yang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep manajemen bisnis, memahami dampak globalisasi terhadap aktivitas usaha, serta mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan global. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan laporan resmi yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa globalisasi memberikan peluang berupa perluasan pasar, kemudahan akses teknologi, serta berkembangnya ekonomi digital. Namun, globalisasi juga menimbulkan tantangan seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan teknologi yang cepat, serta ketidakpastian kondisi ekonomi global. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan manajemen yang adaptif melalui inovasi, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: manajemen bisnis; globalisasi; strategi; teknologi; daya saing

Abstract

Business management in the era of globalization has become an important aspect for companies in dealing with increasingly dynamic business environments. Globalization is characterized by growing interconnectedness between countries through trade, investment, and rapid developments in information technology. This study aims to examine the concept of business management, understand the impact of globalization on business activities, and identify strategies that companies can apply to face global competition.

¹Natasya, natasyaagustinaputri26@gmail.com

²Annisa, annisa061006@gmail.com

³Febby, febby.shynta@icloud.com

⁴Lestari, Srilestari2916@gmail.com

⁵Retno, retnoayuningsih82@gmail.com

*riskiseandi@insan.ac.id

The method used is a literature study by reviewing various sources such as books, scientific journals, and relevant official reports. The results show that globalization provides opportunities, including market expansion, easier access to technology, and the growth of the digital economy. However, it also brings challenges such as intense competition, rapid technological changes, and global economic uncertainty. Therefore, companies need to implement adaptive management through innovation, technology utilization, and improving the quality of human resources. In conclusion, companies are expected to maintain competitiveness and achieve sustainable growth.

Keywords: *business management; globalization; strategy; technology; competitiveness*

A. PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan dunia bisnis modern. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempercepat arus barang, jasa, modal, dan informasi antarnegara, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang semakin terbuka dan kompetitif. Perusahaan tidak lagi hanya bersaing di tingkat lokal, tetapi juga harus menghadapi persaingan global yang menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa globalisasi memberikan dampak signifikan terhadap perubahan strategi bisnis dan pola manajemen perusahaan. Porter (1985) menekankan pentingnya strategi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan global, sedangkan Drucker (2007) menyatakan bahwa organisasi dituntut untuk terus berinovasi agar mampu bertahan dalam perubahan yang cepat. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan di era globalisasi.

Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap), khususnya dalam memahami bagaimana perusahaan mampu mengintegrasikan strategi manajemen, teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia secara bersamaan dalam menghadapi tantangan global yang kompleks. Banyak perusahaan, terutama di negara berkembang, masih menghadapi kendala dalam beradaptasi secara optimal terhadap perubahan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep manajemen bisnis di era globalisasi, mengidentifikasi dampak globalisasi terhadap aktivitas usaha, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan global.

B. KAJIAN TEORI

• Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Robbins dan Coulter (2018), manajemen adalah aktivitas mengkoordinasikan pekerjaan orang lain agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan penggunaan sumber daya yang optimal. Sementara itu, Griffin (2016) menyatakan bahwa manajemen berfungsi sebagai alat untuk

mengintegrasikan berbagai elemen organisasi seperti manusia, modal, dan teknologi agar berjalan secara terarah.

Dalam konteks globalisasi, manajemen bisnis tidak hanya berfokus pada kegiatan internal perusahaan, tetapi juga harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal yang dinamis.

- **Globalisasi**

Globalisasi adalah proses meningkatnya keterhubungan antarnegara dalam bidang ekonomi, sosial, dan teknologi yang ditandai dengan perdagangan bebas, investasi asing, dan pertukaran informasi (World Bank, 2023). Menurut Hill dan Jones (2013), globalisasi menciptakan pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan tingkat persaingan antarperusahaan.

Globalisasi memberikan dampak positif berupa peluang ekspansi pasar dan transfer teknologi, namun juga menimbulkan tantangan seperti persaingan global yang ketat dan ketidakpastian ekonomi.

- **Strategi Manajemen**

Strategi manajemen merupakan rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif. Porter (1985) mengemukakan tiga strategi utama, yaitu cost leadership, differentiation, dan focus strategy. Strategi ini digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan posisi di pasar.

Selain itu, Kaplan dan Norton (1996) memperkenalkan Balanced Scorecard sebagai alat untuk mengukur kinerja organisasi secara komprehensif, tidak hanya dari aspek keuangan tetapi juga pelanggan, proses bisnis, dan pembelajaran.

- **Peran Teknologi dalam Bisnis**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara perusahaan menjalankan operasional bisnis. Laudon dan Laudon (2020) menyatakan bahwa sistem informasi manajemen membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat. Sementara itu, Brynjolfsson dan McAfee (2014) menekankan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan secara signifikan.

Teknologi seperti e-commerce, artificial intelligence, dan big data menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era globalisasi.

- **Kerangka Berpikir**

Berdasarkan kajian teori di atas, dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut: Globalisasi → Perubahan Lingkungan Bisnis → Strategi Manajemen → Pemanfaatan Teknologi → Daya Saing Perusahaan.

Kerangka ini menunjukkan bahwa globalisasi mendorong perubahan lingkungan bisnis yang kemudian menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi manajemen yang tepat serta memanfaatkan teknologi guna meningkatkan daya saing.

- **Hipotesis (Opsional)**

Jika penelitian menggunakan pendekatan hipotesis, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Globalisasi berpengaruh terhadap perubahan strategi manajemen bisnis.

H2: Pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

H3: Strategi manajemen yang adaptif berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji dan memahami konsep manajemen bisnis di era globalisasi berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan.

1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi berdasarkan data yang diperoleh dari literatur. Penelitian ini tidak menggunakan eksperimen, melainkan analisis terhadap teori dan hasil penelitian terdahulu.

2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian studi pustaka, populasi yang digunakan adalah seluruh literatur yang berkaitan dengan manajemen bisnis dan globalisasi. Sampel penelitian berupa sumber-sumber yang relevan seperti buku teks, jurnal ilmiah nasional dan internasional, serta laporan resmi dari lembaga terpercaya yang dipilih berdasarkan kesesuaian dengan topik penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

- Studi dokumentasi terhadap buku dan jurnal ilmiah
- Penelusuran literatur dari database akademik
- Pengumpulan data dari laporan lembaga resmi

Instrumen penelitian dalam studi ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis data yang diperoleh dari berbagai sumber.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan cara:

1. Mengelompokkan informasi sesuai topik pembahasan
2. Membandingkan teori dari berbagai sumber
3. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil kajian

5. Validasi Data

Validitas data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari berbagai literatur yang berbeda untuk memastikan keakuratan dan konsistensi informasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak Globalisasi terhadap Dunia Bisnis

Berdasarkan hasil kajian literatur, globalisasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan dunia bisnis. Salah satu dampak utama adalah terbukanya akses pasar internasional yang memungkinkan perusahaan memperluas jangkauan pemasaran produk dan jasa. Perusahaan tidak lagi terbatas pada pasar domestik, tetapi dapat menjangkau konsumen global melalui perdagangan internasional maupun platform digital.

Selain itu, globalisasi juga mendorong terjadinya transfer teknologi dan pengetahuan. Perusahaan dapat mengadopsi teknologi modern seperti sistem informasi manajemen, otomatisasi produksi, serta penggunaan platform digital dalam kegiatan operasional. Hal ini berdampak pada peningkatan efisiensi dan produktivitas perusahaan.

Namun demikian, globalisasi juga menimbulkan dampak negatif, yaitu meningkatnya tingkat persaingan. Perusahaan lokal harus bersaing dengan perusahaan multinasional yang memiliki sumber daya lebih besar. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar tetap mampu bertahan di pasar.

2. Strategi Manajemen dalam Menghadapi Globalisasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan perlu menerapkan strategi manajemen yang tepat untuk menghadapi tantangan globalisasi. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Selain itu, strategi diferensiasi produk juga menjadi penting agar perusahaan memiliki nilai tambah dibandingkan pesaing. Perusahaan perlu menciptakan inovasi dalam produk maupun layanan untuk menarik minat konsumen. Diversifikasi pasar juga dapat dilakukan untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu segmen pasar.

Strategi lain yang tidak kalah penting adalah transformasi digital. Pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, media sosial, dan sistem informasi manajemen membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.

3. Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing

Teknologi memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan bisnis di era globalisasi. Berdasarkan hasil kajian, penggunaan teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk mengelola data secara lebih akurat dan cepat. Sistem berbasis digital juga mempermudah proses komunikasi dan koordinasi antar bagian dalam organisasi.

Selain itu, teknologi seperti artificial intelligence (AI) dan big data membantu perusahaan dalam menganalisis perilaku konsumen dan memprediksi tren pasar. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan strategis secara tepat.

Di bidang pemasaran, teknologi digital memungkinkan perusahaan melakukan promosi secara lebih efektif melalui media sosial dan platform online. Dengan biaya yang relatif lebih rendah, perusahaan dapat menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas.

4. Tantangan dalam Manajemen Bisnis Global

Meskipun globalisasi memberikan berbagai peluang, perusahaan juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian kondisi ekonomi global yang dapat memengaruhi stabilitas bisnis. Fluktuasi nilai tukar, inflasi, dan krisis ekonomi menjadi faktor risiko yang perlu diperhatikan.

Selain itu, perbedaan budaya dan preferensi konsumen di berbagai negara juga menjadi tantangan dalam pemasaran produk. Perusahaan perlu menyesuaikan strategi agar sesuai dengan karakteristik pasar lokal.

Tantangan lain adalah perkembangan teknologi yang sangat cepat. Perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi agar tidak tertinggal dari pesaing. Selain itu,

meningkatnya ancaman keamanan siber juga menjadi perhatian penting dalam pengelolaan sistem digital perusahaan.

Tabel 1
Dampak Globalisasi terhadap Bisnis

Aspek	Dampak Positif	Dampak Negatif
Pasar	Perluasan pasar internasional	Persaingan semakin ketat
Teknologi	Akses teknologi modern	Biaya adaptasi tinggi
Ekonomi	Peningkatan investasi	Ketidakpastian ekonomi global
Produksi	Efisiensi dan produktivitas tinggi	Ketergantungan bahan impor
Konsumen	Pilihan produk lebih beragam	Perubahan selera cepat

Sumber: Data diolah (2026)

5. Analisis dan Pembahasan

Alur Manajemen Bisnis di Era Globalisasi



Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa globalisasi memiliki pengaruh yang kompleks terhadap manajemen bisnis. Globalisasi tidak hanya membuka peluang, tetapi juga meningkatkan tingkat persaingan dan ketidakpastian. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi manajemen yang adaptif dan berbasis inovasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Porter (1985) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan. Selain itu, temuan ini juga mendukung pendapat Drucker (2007) yang menekankan pentingnya inovasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Dengan demikian, perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi, mengembangkan sumber daya manusia, serta menerapkan strategi yang tepat akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di era globalisasi.

F. SARAN

Saran-saran yang disusun berdasarkan temuan-temuan penelitian yang dibahas, juga ditulis pada bagian ini. Ini harus didasarkan pada kegiatan praktis, pengembangan teoritis baru, dan/atau penelitian lanjutan. Berdasarkan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen bisnis memiliki peran penting dalam menghadapi dinamika era globalisasi. Globalisasi mendorong perusahaan untuk beroperasi dalam lingkungan yang lebih terbuka, kompetitif, dan penuh perubahan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya secara efektif, menerapkan strategi yang tepat, serta beradaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Selain itu, globalisasi memberikan peluang berupa perluasan pasar dan kemudahan akses informasi, namun juga menghadirkan tantangan seperti persaingan yang semakin ketat dan ketidakpastian ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan manajemen yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, tujuan penelitian tercapai, yaitu memahami pentingnya strategi manajemen dalam meningkatkan daya saing bisnis di era globalisasi.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Chaffey, D. (2020). *Digital business and e-commerce management* (7th ed.). Pearson.
- Daft, R. L. (2015). *Management* (12th ed.). Cengage Learning.
- Drucker, P. F. (2007). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.
- Griffin, R. W. (2016). *Management* (12th ed.). Cengage Learning.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2013). *Strategic management theory: An integrated approach*. Cengage Learning.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- OECD. (2022). *OECD digital economy outlook 2022*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Susanti, E., & Rahmawati, D. (2021). Digital transformation in SMEs. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21 (2), 120–130.



Hidayat, T. (2022). Global business strategy in developing countries. *International Journal of Business Research*, 10(1), 45–60.

Turban, E., Pollard, C., Outland, J., & Wood, G. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective*. Springer.

World Bank. (2023). *Global economic prospects*. World Bank Publications.