

Analisis Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Perusahaan di Era Digital Modern

Ayu Rahma Dayanti, M Sandika Pratama Sitepu, Airin Junita Br
Sembiring, Husna Syahrina

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan perusahaan di era digital modern. Lingkungan bisnis yang dinamis, meliputi faktor internal dan eksternal seperti teknologi, persaingan, serta perubahan perilaku konsumen, menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi secara cepat dan tepat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur dari berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memahami dan merespons perubahan lingkungan bisnis secara efektif cenderung memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Pemanfaatan teknologi digital, inovasi berkelanjutan, serta strategi adaptif menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, kemampuan manajemen dalam membaca peluang dan mengantisipasi ancaman juga berperan penting dalam keberhasilan bisnis. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan perusahaan, terutama di era digital yang penuh dengan perubahan dan ketidakpastian.

Kata Kunci: : lingkungan bisnis; era digital; keberhasilan perusahaan; inovasi; strategi bisnis.

Abstract

This study aims to analyze the influence of the business environment on company success in the modern digital era. A dynamic business environment, including internal and external factors such as technology, competition, and changes in consumer behavior, requires companies to adapt quickly and appropriately. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through literature studies from various relevant scientific sources. The results show that companies capable of understanding and responding effectively to changes in the business environment tend to achieve higher levels of success.

¹Rahma, ayurahmadd77@gmail.com

²Husna, husnasyahrina0@gmail.com

³Sandika, sandikasitepu17@gmail.com

⁴Airin, airinjunita211@gmail.com

*riskiaseandi@insan.ac.id

The utilization of digital technology, continuous innovation, and adaptive strategies are key factors in enhancing company competitiveness. In addition, management's ability to identify opportunities and anticipate threats plays an important role in business success. The conclusion of this study is that the business environment has a significant influence on company success, especially in a rapidly changing and uncertain digital era.

Keywords: *business environment; digital era; company success; innovation; business strategy.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lingkungan bisnis, baik pada tingkat lokal maupun global. Perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut agar tetap bertahan dan mencapai keberhasilan. Lingkungan bisnis yang meliputi faktor internal dan eksternal seperti teknologi, persaingan, regulasi, serta perilaku konsumen menjadi aspek penting yang memengaruhi kinerja perusahaan. Perubahan ini juga mendorong munculnya model bisnis baru berbasis digital yang semakin kompetitif.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan perusahaan. Porter (2008) menekankan pentingnya strategi dalam menghadapi persaingan industri. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen di era digital memengaruhi pendekatan pemasaran perusahaan. Sementara itu, Laudon dan Laudon (2020) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Penelitian lain juga menyoroti bahwa inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing bisnis.

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap), yaitu belum banyak kajian yang mengintegrasikan seluruh faktor lingkungan bisnis secara komprehensif dalam konteks era digital. Sebagian penelitian cenderung hanya membahas satu aspek tertentu, seperti teknologi atau pemasaran, tanpa melihat keterkaitan antar faktor secara menyeluruh.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan perusahaan di era digital, serta mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mendukung keberhasilan tersebut agar dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis.

B. KAJIAN TEORI

• Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis adalah segala faktor yang memengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan, baik yang berasal dari dalam (internal) maupun luar (eksternal) organisasi. Robbins dan Coulter (2018) menyatakan bahwa lingkungan eksternal mencakup faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan politik yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Sementara itu, lingkungan internal meliputi sumber daya manusia, budaya organisasi, serta kemampuan manajerial. Lingkungan bisnis yang dinamis menuntut perusahaan untuk lebih responsif dan adaptif terhadap perubahan.

• Keberhasilan Perusahaan

Keberhasilan perusahaan dapat diukur melalui indikator seperti profitabilitas, pertumbuhan, pangsa pasar, serta keberlanjutan usaha. Griffin (2017) menyatakan bahwa keberhasilan tidak hanya dilihat dari aspek finansial, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Barney (1991) menambahkan bahwa pengelolaan sumber daya yang efektif menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan tersebut. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan.

- **Era Digital dalam Bisnis**

Era digital ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam seluruh aktivitas bisnis. Menurut Laudon dan Laudon (2020), digitalisasi memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Di sisi lain, era ini juga menimbulkan tantangan berupa persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan inovasi yang berkelanjutan.

- **Kerangka Berpikir**

Penelitian ini didasarkan pada pemikiran bahwa lingkungan bisnis berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang mampu membaca peluang, mengantisipasi ancaman, serta menyesuaikan strategi dengan kondisi lingkungan akan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan.

Secara konseptual: Lingkungan Bisnis → Strategi Perusahaan → Keberhasilan Perusahaan

- **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis penelitian adalah:
H1: Lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan perusahaan di era digital.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan perusahaan di era digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data yang relevan.

1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah studi literatur (library research), yaitu dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah seperti jurnal, buku, dan artikel terkait lingkungan bisnis dan keberhasilan perusahaan. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yang bertujuan untuk menginterpretasikan data dan informasi yang telah diperoleh.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh literatur yang berkaitan dengan lingkungan bisnis dan keberhasilan perusahaan. Sampel penelitian berupa literatur yang relevan, terbaru, dan memiliki kredibilitas tinggi, seperti jurnal nasional maupun internasional serta buku referensi yang sesuai dengan topik penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, dan publikasi resmi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah peneliti sendiri

(human instrument), yang berperan dalam mengidentifikasi, mengklasifikasi, serta menganalisis data yang diperoleh. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca, mencatat, dan mengelompokkan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan menghubungkan berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan perusahaan.

5. Validitas Data

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai sumber literatur yang berbeda. Selain itu, peneliti juga memastikan bahwa sumber yang digunakan berasal dari referensi yang terpercaya dan relevan dengan topik penelitian.

6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini tidak dilakukan pada lokasi tertentu karena menggunakan metode studi literatur. Proses penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan pengumpulan dan analisis data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dari berbagai sumber literatur, ditemukan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan perusahaan, terutama di era digital. Faktor lingkungan bisnis yang paling dominan meliputi perkembangan teknologi, tingkat persaingan, perubahan perilaku konsumen, serta kondisi ekonomi dan regulasi pemerintah.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan platform digital, e-commerce, dan sistem informasi manajemen, cenderung lebih unggul dalam bersaing. Selain itu, tingkat persaingan yang semakin tinggi menuntut perusahaan untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di pasar.

Tabel 1. Faktor Lingkungan Bisnis dan Dampaknya terhadap Keberhasilan Perusahaan

No	Faktor Lingkungan Bisnis	Dampak Perusahaan terhadap	Implikasi Strategi
1	Teknologi	Meningkatkan efisiensi dan inovasi	Digitalisasi proses bisnis
2	Persaingan	Mendorong peningkatan kualitas dan harga kompetitif	Diferensiasi produk
3	Perilaku Konsumen	Perubahan preferensi dan kebutuhan	Customer oriented

4	Regulasi Pemerintah	Membatasi atau mendukung aktivitas bisnis	Kepatuhan dan adaptasi
5	Kondisi Ekonomi	Mempengaruhi daya beli masyarakat	Strategi harga dan produksi

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor penting, di mana konsumen saat ini lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, transparansi, dan kualitas layanan. Hal ini mendorong perusahaan untuk lebih berorientasi pada pelanggan (customer oriented). Di sisi lain, faktor regulasi dan kondisi ekonomi turut memengaruhi aktivitas bisnis, terutama dalam hal kebijakan pemerintah, stabilitas ekonomi, serta iklim investasi.

Selain itu, hasil kajian juga menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi yang tinggi dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan cenderung lebih sukses. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup proses bisnis, pemasaran, dan model bisnis.

2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan bisnis yang dinamis menuntut perusahaan untuk bersifat adaptif, inovatif, dan responsif terhadap perubahan. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam merespons perubahan lingkungan eksternal dan internal secara efektif.

Dalam konteks era digital, pemanfaatan teknologi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mempercepat pengambilan keputusan berbasis data. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi dalam strategi bisnisnya akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat.



Selain itu, faktor manajerial juga memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Kemampuan manajemen dalam merumuskan strategi, membaca peluang pasar, serta mengantisipasi risiko menjadi aspek yang sangat menentukan. Kepemimpinan yang visioner dan pengambilan keputusan yang tepat akan mendukung keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Keterkaitan antara lingkungan bisnis dan strategi perusahaan menunjukkan bahwa strategi yang tepat akan menjadi penghubung dalam mencapai keberhasilan. Lingkungan bisnis yang berubah cepat harus diimbangi dengan strategi yang fleksibel dan berorientasi pada inovasi. Perusahaan yang gagal beradaptasi terhadap perubahan lingkungan berpotensi mengalami penurunan kinerja bahkan kegagalan bisnis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat bahwa lingkungan bisnis memiliki hubungan yang erat dan signifikan terhadap keberhasilan perusahaan. Keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memahami dan mengelola faktor eksternal secara efektif di era digital yang penuh tantangan dan peluang.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan perusahaan di era digital. Perusahaan yang mampu memahami dan merespons perubahan lingkungan bisnis, baik dari faktor teknologi, persaingan, maupun perilaku konsumen, memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan. Selain itu, strategi perusahaan berperan sebagai faktor penghubung yang penting dalam mengoptimalkan pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan. Pemanfaatan teknologi digital, inovasi berkelanjutan, serta orientasi terhadap kebutuhan pelanggan menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan perusahaan. Keberhasilan bisnis di era digital tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam beradaptasi secara efektif terhadap perubahan lingkungan eksternal.

F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi pelaku bisnis, disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan dalam menganalisis lingkungan bisnis, khususnya terkait perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Perusahaan perlu mengembangkan strategi yang adaptif dan inovatif agar mampu bersaing di era digital.

Kedua, bagi manajemen perusahaan, penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mampu merespons perubahan lingkungan secara efektif. Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat orientasi pada pelanggan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada sektor industri tertentu agar hasilnya lebih spesifik dan aplikatif.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Almeida, F. (2020). *The role of digital transformation in business sustainability*. *Sustainability*, 12(14), 1–15.
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Chaffey, D. (2022). *Digital business and e-commerce management* (8th ed.). Pearson.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, R. W. (2017). *Fundamentals of management* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Competitiveness and globalization* (13th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, B., & Lestari, D. (2023). *Pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 45–60.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Nuseir, M. T. (2020). *The impact of digital marketing on business performance*. *International Journal of Business Innovation*, 5(2), 45–55.
- Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Sari, D. P., & Wijaya, T. (2022). *Transformasi digital dan kinerja perusahaan*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 29(1), 67–78.
- Setiawan, A., & Pratama, R. (2021). *Pengaruh lingkungan bisnis terhadap kinerja perusahaan*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(2), 123–134.
- Susanto, A. (2020). *Pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan kompetitif*. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 89–98.
- Utami, C. W. (2021). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi*. Salemba Empat.
- Wahyuni, S., & Hidayat, R. (2023). *Peran inovasi dalam meningkatkan daya saing bisnis*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(1), 15–27.
- Wardhana, A. (2020). *Strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 101–110.
- Yusuf, M., & Rahman, F. (2022). *Analisis lingkungan bisnis di era digital*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 200–210.
- Zhang, X., & Chen, Y. (2021). *Digital transformation and firm performance*. *Journal of Business Research*, 124, 123–130.