



Hubungan Antara Lingkungan Bisnis Dengan Rencana Pengembangan Bisnis

¹Sonja Andarini, ²Indah Respati Kusumasari, ³Fadhil Putra Dwiheriana A,
⁴M. Adrian Fajar, ⁵El Kerysso Naoki Panggabean, ⁶M. Auliya Rahim

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar,
Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294

Email : ¹sonja.andarini.adbis@gmail.ac.id, ²indah.respati.kusumasari.adbis@gmail.ac.id,

³22042010232@student.upnjatim.ac.id, ⁴22042010231@student.upnjatim.ac.id,

⁵22042010226@student.upnjatim.ac.id, ⁶22042010208@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian tentang hubungan antara lingkungan bisnis dan perencanaan pengembangan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana organisasi mengelola risiko dan peluang di lingkungan bisnis yang kompleks. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan interpretatif, yang menggabungkan data dari studi literatur. Hasilnya menyoroti pentingnya memahami lingkungan bisnis dalam mengidentifikasi peluang, memanfaatkan sumber daya dengan efektif, melakukan perencanaan yang tepat, dan meningkatkan kinerja bisnis. Lingkungan bisnis dibagi menjadi mikro dan makro, dengan faktor-faktor seperti pelanggan, pesaing, teknologi, dan kebijakan pemerintah mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Selain itu, transformasi digital menjadi fokus penting dalam era bisnis saat ini, dengan model bisnis seperti e-commerce, platform digital, dan strategi transformasi bisnis di era digital menjadi perhatian utama bagi perusahaan yang ingin tetap kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis dan kontribusi terhadap teori dan praktik manajemen.

Kata Kunci : Lingkungan bisnis; Rencana pengembangan bisnis; Bisnis Digital

Abstract

Research on the relationship between the business environment and business development planning. This research aims to provide an in-depth understanding of how organizations manage risks and opportunities in complex business environments. The research method used is qualitative with an interpretive approach, which combines data from literature studies. The results highlight the importance of the business environment in identifying opportunities, utilizing resources effectively, conducting appropriate planning, and improving business performance. The business environment is divided into micro and macro, with factors such as customers, competitors, technology, and government policy influencing a company's success. In addition, digital transformation has become an important focus in the current business era, with business models such as e-commerce, digital platforms, and business transformation strategies in the digital era becoming a major concern for companies that want to remain competitive. It is hoped that this research can provide practical guidance and contribute to management theory and practice..

Keywords: Business environment; Business development plan; Digital business

PENDAHULUAN

Lingkungan bisnis yang dinamis dan selalu berubah menjadi ciri era globalisasi ekonomi saat ini. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan memerlukan pemahaman mendalam tentang hubungan kompleks antara lingkungan bisnis eksternal dan strategi pengembangan bisnis internal. Sebagai alat utama untuk menetapkan arah dan tujuan organisasi, perencanaan pengembangan bisnis menjadi penting untuk mengatasi perubahan lingkungan yang cepat dan tidak dapat diprediksi.



Lingkungan bisnis mencakup semua faktor eksternal yang dapat mempengaruhi operasi dan kinerja perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi ekonomi, politik, sosial, teknologi, hukum dan lingkungan (EPESTEL). Perubahan lingkungan bisnis dapat menciptakan peluang baru bagi perusahaan atau menimbulkan ancaman. RPB dan lingkungan bisnis mempunyai keterkaitan yang erat. RPB yang baik harus disusun berdasarkan analisis rinci terhadap lingkungan bisnis. Di sisi lain, lingkungan bisnis yang dinamis memerlukan RPB yang mudah beradaptasi dan fleksibel agar perusahaan dapat terus bersaing dan mencapai tujuannya. Meskipun hubungan antara RPB dan lingkungan bisnis telah dipelajari secara luas, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diselidiki lebih detail. Penelitian yang lebih komprehensif diperlukan untuk memahami bagaimana berbagai faktor lingkungan bisnis mempengaruhi proses persiapan dan pelaksanaan RPB.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara lingkungan bisnis dan RPB secara lebih rinci. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana organisasi mengelola risiko dan peluang yang mereka hadapi dalam lingkungan bisnis yang kompleks melalui pendekatan multidisiplin yang menggabungkan konsep-konsep dari ilmu manajemen, ekonomi, dan sosiologi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis kepada para pemimpin bisnis dan pengambil keputusan dalam mengembangkan strategi untuk beradaptasi dan merespons perubahan lingkungan eksternal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap teori dan praktik manajemen.

LANDASAN TEORI

1. Lingkungan Bisnis
Menurut Dill dalam Eko Suyono (2013:5). Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang dihadapi suatu organisasi dan harus dipertimbangkan ketika mengambil keputusan bisnis. Aktivitas sehari-hari suatu organisasi meliputi interaksi dengan lingkungan kerja
Perencanaan bisnis
2. Mudayat, (2020) Perencanaan bisnis merupakan suatu rangka kerja yang menjelaskan setiap bagian bisnis yang akan dikerjakan dari awal hingga akhir. Perencanaan bisnis juga mencakup berbagai kejadian yang harus diantisipasi dengan pendekatan pengukuran yang realistis jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan interpretatif dan naturalistik (Guba & Lincoln, 1994), yang didasarkan pada pengamatan dan interpretasi persepsi masyarakat terhadap peristiwa yang berbeda. Menurut Mahanum (2021) menyatakan bahwa dalam studi literatur, untuk memperoleh data, peneliti perlu mengumpulkan, menganalisis, dan menyusun sumber yang berasal dari artikel, buku, laporan, dan penelitian lain mengenai perencanaan dan pengembangan bisnis. Pendekatan analisis yang digunakan akan membantu memberikan gambaran mengenai perencanaan dan pengembangan bisnis dan membantu menganalisis permasalahan pada perencanaan dan pengembangan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkungan Bisnis

Dalam melakukan kegiatan bisnis kita harus mengetahui, memahami dan dapat melakukan Analisa terhadap lingkungan bisnis, karena lingkungan bisnis cukup kompleks, karena ada berbagai aspek yang mempengaruhinya dan semua aspek tersebut saling silang. Lingkungan bisnis pada dasarnya adalah nilai total dari orang-orang, organisasi, dan faktor-

faktor eksternal lainnya yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan namun tetap perlu diandalkan karena mereka mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi tujuan dan kinerja perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), lingkungan bisnis adalah lingkungan di mana suatu perusahaan beroperasi dan mempengaruhi kinerja perusahaan itu sendiri. Lingkungan bisnis terdiri dari faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan.

1. Lingkungan Mikro

Karena berpengaruh langsung terhadap aktivitas bisnis sehari-hari perusahaan, maka lingkungan mikro merupakan lingkungan eksternal terdekat suatu perusahaan yang mempengaruhi kinerjanya. Hal ini mencakup unsur-unsur di luar kendali perusahaan, namun hal ini dapat dipelajari dan diatasi untuk mengelola perusahaan dan menghindari kerugian. Faktor mikro meliputi:

- a. Pelanggan yang merupakan kelompok sasaran bisnis.
- b. Pesaing adalah pelaku pasar lain yang menargetkan kelompok sasaran serupa dan memberikan penawaran serupa.
- c. Media adalah saluran yang digunakan bisnis untuk memasarkan penawarannya kepada pelanggan.
- d. Pemasok mencakup semua pihak yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan bisnis untuk menjalankan operasinya.
- e. Perantara terdiri dari pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan penawaran kepada pelanggan akhir.
- f. Mitra adalah semua entitas eksternal seperti biro iklan, organisasi riset pasar, konsultan, dll., Yang menjalankan bisnis dengan organisasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Publik mencakup grup mana pun dengan kepentingan aktual atau potensial dalam operasi bisnis atau grup yang memengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggannya

2. Lingkungan Makro

PESTLE Faktor makro adalah faktor lingkungan jarak jauh yang mempengaruhi organisasi. Tingkat pengaruh yang dapat dimiliki elemen makro pada bisnis adalah signifikan karena biasanya mempengaruhi industri secara keseluruhan. Faktor-faktor ini diklasifikasikan dalam PESTLE: P - Politik, E - Lingkungan (Environmental), S Sosial, T - Teknologi, L- Legal, E - Ekonomis.

- a. Faktor Politik terdiri dari kebijakan pemerintah, stabilitas politik, korupsi dalam sistem, kebijakan perpajakan, undang-undang ketenagakerjaan, dan pembatasan perdagangan yang mempengaruhi bisnis atau industri
- b. Faktor Ekonomi berkaitan dengan perekonomian negara. Mereka termasuk pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, suku bunga dan tingkat inflasi, dll.
- c. Faktor Sosial terdiri dari demografi negara. Mereka termasuk tingkat pertumbuhan penduduk, distribusi usia, sikap karir, kesadaran kesehatan, dll.
- d. Faktor Teknologi berkaitan dengan inovasi dalam teknologi yang mempengaruhi operasi bisnis. Ini mengacu pada otomatisasi, kegiatan penelitian dan pengembangan, kesadaran teknologi, dll.
- e. Faktor Hukum adalah hukum yang mempengaruhi operasi bisnis. Mereka termasuk hukum khusus bisnis, khusus industri, dan bahkan khusus negara bagian.
- f. Faktor Lingkungan atau environmental terdiri dari semua faktor yang mempengaruhi atau ditentukan oleh lingkungan tempat bisnis beroperasi. Faktor tersebut meliputi cuaca, iklim, kebijakan lingkungan, dan bahkan tekanan dari LSM untuk menjaga lingkungan.

Manfaat Memahami Lingkungan Bisnis

Memahami lingkungan bisnis harus menjadi prioritas utama para pimpinan perusahaan, kenapa? Karena hal ini akan memberikan dampak pada kesuksesan, skala, visi, hingga strategi

dalam pengembangan bisnis. Setelah para pimpinan memiliki informasi terkait dampak baik dan buruk lingkungan bisnis pada perusahaan, maka nantinya mereka bisa menciptakan strategi yang penting untuk mengendalikan situasi dan kondisi yang tidak mampu diprediksi. Berikut ini adalah beberapa manfaat memahami hal ini. Selain itu, pemahaman dan kesadaran akan lingkungan harus dimiliki setiap pengusaha. Kenapa? Karena pemahaman yang kurang tentang hal ini berpotensi melahirkan kegagalan bisnis dan tidak mampu bertahan lama di pasar. Sebaliknya, pemahaman tentang hal ini berpotensi mendatangkan banyak manfaat, yaitu:

a. Membantu Mengidentifikasi Peluang Bisnis

Perlu diketahui bersama bahwa tidak seluruh perusahaan memiliki arti dan sifat yang negatif. Suatu perubahan bahkan bisa menjadi faktor utama keberhasilan jika bisa dipahami dan dievaluasi secara baik. Untuk itu, sebagai pemilik bisnis Anda harus bisa mengidentifikasi perubahan apa saja yang bisa dimanfaatkan dan juga memanfaatkannya sebagai suatu alat dalam menyelesaikan permasalahan bisnis yang ada. Selain itu, pengusaha yang mampu memahami dan juga mampu memindai peluang pada lingkungan bisnis juga bisa lebih cepat dalam mendapatkan manfaat yang maksimal. Sehingga, bisa jauh beberapa langkah di depan kompetitornya.

b. Memanfaatkan sumber daya dengan baik

Jika perusahaan mampu melakukan pemindaian yang cermat atas lingkungan perusahaan, maka perusahaan akan terbantu dalam hal memanfaatkan sumber daya yang diperlukan untuk bisnis. Selain itu, hal tersebut akan membantu perusahaan untuk melacak ataupun memantau sumber daya untuk kemudian diubah menjadi produk barang dan jasa. Perusahaan harus menyadari sepenuhnya atas perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan, apakah itu perubahan dalam hal persyaratan pelanggan, trend, kebijakan baru dari pemerintah, atau perubahan teknologi. Jika perusahaan bisa menyadari adanya perubahan tersebut, maka akan membantu perusahaan dalam memberikan respon yang tepat dalam menangani perubahan.

c. Bantuan dalam Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan dengan benar adalah perencanaan yang berlaku dalam jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang. Ketika ada masalah atau peluang dalam lingkungan perusahaan, maka sebagai pemilik bisnis Anda bisa menentukan rencana yang tepat untuk mengatasinya dan memecahkan masalah tersebut atau mengubahnya menjadi peluang bisnis. Setelah itu, Anda bisa menggabungkan rencana yang tepat untuk menghindari adanya perubahan di masa depan

Faktor - Faktor dalam lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis mencakup semua faktor yang mempengaruhi operasi bisnis suatu organisasi atau perusahaan. Unsur-unsur yang mempengaruhi ini berasal baik dari dalam perusahaan maupun dari luar. Oleh karena itu, lingkungan bisnis dapat dibagi menjadi dua jenis: Lingkungan internal.

Segala sesuatu yang ada dalam suatu organisasi/bisnis akan mempengaruhi organisasi/bisnis tersebut. Lingkungan internal dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ;

1. Sumber Daya Manusia

SDM adalah unsur utama perusahaan dan memiliki peranan yang sangat diperlukan sebagai penggerak untuk meningkatkan efektivitas dan efisiennya dalam menyelesaikan pekerjaan.

2. Modal

Modal merupakan salah satu komponen penting dalam perusahaan, yang berisi dana yang dibutuhkan untuk mengoperasikan perusahaan.

3. Bahan baku

Bahan baku merupakan komponen yang sangat penting dalam perusahaan, yang berisi bahan-bahan yang akan digunakan dalam proses produksi. Bahan baku dapat berupa bahan mentah, bahan kimia, bahan karet, bahan plastik, bahan logam, dan lain-lain.

4. Peralatan/perlengkapan produksi

Peralatan/perlengkapan produksi dapat berupa mesin-mesin produksi, alat-alat kantor, alat-alat transportasi, dan lain-lain.

Lingkungan internal ini sering digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.

Lingkungan eksternal

Segala sesuatu yang berada di luar batas-batas organisasi/perusahaan dan mempunyai pengaruh dapat mempengaruhi organisasi/bisnis. Lingkungan eksternal dibagi menjadi 2, yaitu :

a. Lingkungan mikro, dimana bisnis dapat bertindak dan merespons faktor-faktor yang menentukan peluang pasar serta ancaman eksternal. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah
Badan hukum yang bertanggung jawab atas pengelolaan negara, yang bertujuan untuk menjamin keamanan, ketertiban, dan pembangunan negara.
2. Pemegang saham
Pemegang saham adalah seorang individu atau perusahaan yang memiliki saham dalam sebuah perusahaan. Pemegang saham berhak ikut serta dalam keuntungan perusahaan..
3. Kreditur
Orang perseorangan atau perusahaan yang memberikan pinjaman kepada perusahaan atau perseorangan lain untuk memberikan modal bagi pengembangan perusahaan
4. Pesaing
Pesaing adalah seorang individu atau perusahaan yang beroperasi di sektor yang sama dengan perusahaan yang diuji.
5. Pemasok
Pemasok adalah seorang individu atau perusahaan yang menyediakan barang atau jasa kepada perusahaan atau individu lain. Pemasok memiliki kewajiban untuk menjamin kualitas barang atau jasa, mengatur harga, dan menjamin pengiriman barang atau jasa.
6. Konsumen
Seorang individu atau perusahaan yang membeli barang atau jasa dari perusahaan atau individu lain untuk pemenuhan kebutuhan. Dalam lingkungan eksternal perusahaan harus memperhatikan konsumen guna menjaga keberlangsungannya.

b. Lingkungan Makro, dimana perusahaan hanya dapat merespon lingkungan di luar perusahaan. Faktor – faktor yang mempengaruhi :

1. Lingkungan ekonomi
Kondisi perekonomian dimana tempat bisnis itu menjalankan aktivitasnya (beroperasi). Lingkungan perekonomian dipengaruhi oleh sistem perekonomian yang digunakan suatu negara (industri).
2. Lingkungan teknologi
Lingkungan teknologi merujuk pada semua atribut yang digunakan perusahaan untuk aktivitas mereka. Di era saat ini, penggunaan teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan.
3. Lingkungan politik-hukum (pemerintahan)
Berupa peraturan pemerintah. Berbagai otoritas pemerintah memantau dan menetapkan kebijakan mengenai isu-isu penting seperti praktik periklanan, masalah keselamatan dan kesehatan, dan aktivitas perusahaan yang dapat diterima.
4. Lingkungan sosial kultur
Aspek tertentu yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap perusahaan (barang yang ditawarkan) didasarkan pada hal-hal yang dapat diterima/standar masyarakat yang merupakan hasil dari kebiasaan masyarakat itu sendiri.

Lingkungan Bisnis berbasis digital

Transformasi bisnis menjadi isu populer bagi bisnis di seluruh dunia dalam lingkungan yang semakin digital. Model bisnis telah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari perubahan perilaku pelanggan dan kemajuan teknologi informasi. Agar dapat bersaing di pasar digital saat ini, organisasi harus mampu menggunakan teknologi informasi secara efisien agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Mengingat betapa cepatnya perkembangan informasi dan teknologi saat ini, mungkin mudah untuk mengabaikan kebutuhan untuk melakukan investasi dalam pengembangan perusahaan digital. Saat ini, jalur perkembangan bisnis digital kini sedang tren positif. Dunia usaha harus segera bersiap menghadapi revolusi digital. Di era digital, "transformasi bisnis" mengacu pada penyesuaian signifikan yang dilakukan terhadap operasi, strategi, prosedur, dan budaya organisasi sebagai akibat dari adopsi teknologi informasi.

Menggunakan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan pengalaman pelanggan adalah bagian dari transisi ini. Proses dan pendekatan yang menggabungkan teknologi ke dalam operasi bisnis untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa yang disediakan serta layanan pelanggan disebut sebagai "transformasi digital". Ketika sebuah perusahaan menggunakan teknologi dan inovasi digital untuk mengubah model bisnis, strategi, operasi, dan interaksi pelanggan dan pemangku kepentingannya, hal ini disebut sebagai "transformasi bisnis di era digital". Tujuan transformasi korporasi ini adalah untuk menciptakan sumber nilai baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempersiapkan organisasi menghadapi tantangan kompetitif yang akan dihadirkan era digital.

Model Transformasi Bisnis di Era Digital

Di era digital, tersedia berbagai model transformasi bisnis yang dapat digunakan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi informasi dan memanfaatkannya untuk meningkatkan profitabilitas bisnis. Berikut adalah beberapa model transformasi bisnis yang umum digunakan (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014; Rogers, 2016; Siebel, 2019; Schwab, 2016; Aagaard, 2019; McKinsey, 2018; PWC, 2022; Leinwand & Mani, 2021; Jones, 2019):

1. E-Commerce (*Electronic Commerce*)

Model ini mencerminkan transisi dari pembelian konvensional ke online. Bisnis menggunakan platform e-commerce untuk menyediakan produk atau layanan mereka kepada pelanggan secara online. Ini termasuk mengembangkan toko online atau aplikasi e-commerce lainnya, mengintegrasikan sistem pembayaran online, mengelola inventaris, dan pengiriman barang. Dua contoh perusahaan yang menggunakan konsep ini adalah Amazon dan Alibaba.

2. Platform Digital

Model ini mencakup platform bisnis digital yang memungkinkan semua interaksi antara pembeli dan penjual serta organisasi lain yang terlibat dalam sistem ekonomi bisnis. Platform ini berfungsi sebagai hub yang menghubungkan berbagai organisasi dan memfasilitasi transaksi bisnis. Contoh platform digital termasuk Uber, Airbnb, dan Grab.

3. Model Bisnis Berbasis Layanan Pelanggan

Model ini memungkinkan pengiriman informasi produk atau layanan kepada pelanggan dalam bahasa asli mereka. Bisnis mengadopsi pendekatan ini dengan menyediakan akses ke layanan pelanggan untuk produk atau layanan mereka, baik bulanan atau tahunan. Ini memberi bisnis kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menstabilkan pendapatan jangka panjang. Contoh bisnis yang menggunakan konsep ini termasuk Netflix dan Spotify.

4. Transformasi Data dan Analisis

Model ini memungkinkan penggunaan transformasi dan analisis data untuk membantu pengambil keputusan bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional. Bisnis mengumpulkan, menganalisis, dan menganalisis data untuk mengidentifikasi pelanggan, menggambarkan klien, memahami preferensi pelanggan, dan mengoptimalkan proses bisnis. Pemanfaatan teknologi seperti analitik data besar, pembelajaran mesin, dan

kecerdasan buatan didorong oleh hal ini. Dua perusahaan yang menggunakan model ini adalah Google dan Facebook.

Strategi Transformasi Bisnis Di Era Digital

Strategi transformasi bisnis era digital adalah seperangkat pedoman yang harus diadopsi dan dipraktikkan oleh bisnis agar dapat menggunakan teknologi informasi yang berkembang secara efektif dalam operasi sehari-hari mereka. Berikut adalah beberapa strategi (McKinsey, 2018; Rogers, 2016 (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014; Dieffenbacher, 2022; Trenkle, 2019; Verhoef, et al., 2021; Khanom, 2023)

Strategi transformasi bisnis yang sukses didasarkan pada pengetahuan mendalam tentang pelanggan. Bisnis harus menggunakan data dan analisis untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan kekhawatiran pelanggannya dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan teknologi informasi. Transformasi bisnis di era digital membutuhkan keterampilan dan budaya yang tepat. Untuk meningkatkan pengetahuan karyawan tentang teknologi informasi, analitik, kecerdasan buatan, dan teknologi digital lainnya, sebuah perusahaan harus mengeluarkan biaya dalam pelatihan dan pendampingan karyawan. Selain itu, bisnis harus mempromosikan budaya yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan.

Di era ekonomi digital, mengintegrasikan sistem dan proses bisnis yang sudah ada sangat penting. Untuk memaksimalkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas bisnis, perusahaan harus mengevaluasi dan meningkatkan sistem dan prosedur yang ada. Di era transformasi digital bisnis, menggunakan teknologi yang aman sangat penting. Perusahaan harus melakukan riset dan evaluasi agar dapat memilih solusi teknologi yang paling sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Ini termasuk memiliki platform, perangkat keras, dan infrastruktur teknologi yang diperlukan untuk mengubah bisnis sesuai keinginan.

Transformasi bisnis di era digital sering melibatkan perubahan organisasi yang signifikan. Penting bagi bisnis untuk memiliki rencana yang efektif untuk menerapkan perubahan dan jalur komunikasi terbuka dengan karyawan lain dan pemangku kepentingan utama. Komunikasi yang baik membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan dan memastikan bahwa ingatan dan perlindungan yang tepat diberikan. Transformasi bisnis di era digital adalah proses yang berkelanjutan. Perusahaan harus terus memantau implementasi perubahan transformasional, menilai hasilnya, dan melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi area untuk perbaikan dan optimalisasi lebih lanjut.

Model Bisnis Di Era Digital

1. Model Bisnis *Marketplace*

Marketplace dapat dibaratkan sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli tetapi secara online atau virtual. Dengan Platform Marketplace, proses jual beli dapat berjalan secara efisien dan mudah. Mudah karena dengan membuka Platform Marketplace kita dapat memilih barang yang kita inginkan tanpa harus saling bertatap muka dan secara efisien karena dapat dilakukan dimana saja, hanya dengan menggunakan laptop atau smartphone yang kita miliki. Salah satu keuntungan bagi penjual dalam menggunakan Marketplace ialah penjual tidak perlu membayar uang sewa.

2. Model Bisnis E-Commerce

E-Commerce atau bisa disebut dengan Perdagangan secara elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya atau bias juga disebut dengan salah satu jenis model bisnis yang memungkinkan individu atau perusahaan dapat menjual atau membeli barang melalui online. Model bisnis ini melibatkan penjualan produk atau layanan secara online melalui platform digital. Dalam

E-Commerce sendiri meliputi proses promosi, pembelian, dan pemasaran produk. Pada sistem berdagangan yang digunakan ialah media elektronik atau internet.

3. Model Bisnis Freemium

Menurut Ziemans (2018) Model Bisnis Freemium merupakan suatu pola dalam model bisnis yang dimana suatu bisnis memberikan suatu produk inti kepada sekelompok besar konsumen dan produk premium kepada sebagian kecil konsumen. Model bisnis ini terdiri atas penawaran barang atau jasa versi standar secara gratis, sedangkan barang atau jasa versi premiumnya dikenai biaya tambahan. Perusahaan membuat produk versi gratis sebagai basis pelanggan awal yang besar dengan harapan pelanggan tersebut akan beralih ke versi lebih lengkapnya atau bisa dikatakan premium.

4. Model Bisnis *Advertising*

Model bisnis ini menggunakan big data dari pengguna online sebagai manfaat dalam menghubungkan mereka dengan produk dan layanan menggunakan kecerdasan buatan dan analisis big data. Model bisnis ini menghasilkan pendapatan dari iklan yang ditampilkan pada platform online. Dimana sebuah perusahaan dapat menampilkan iklan dari berbagai pengiklan dan menghasilkan pendapatan dari setiap kali pengunjung mengklik atau menampilkan iklan. Dengan memanfaatkan bisnis ini dinilai sangat efektif dengan harga terjangkau, dan market share yang lebih luas.

Lingkungan Industri

Lingkungan

Para ahli sering kali menggunakan istilah "lingkungan" secara umum untuk merujuk pada semua aspek lingkungan, termasuk lingkungan hidup. Dalam konteks tersebut, lingkungan dapat meliputi aspek fisik, sosial, budaya, ekonomi, dan politik yang saling berinteraksi dan mempengaruhi manusia dan organisme lainnya. Namun, dalam bahasan yang lebih spesifik tentang lingkungan hidup, istilah "lingkungan hidup" lebih sering digunakan untuk menekankan aspek-aspek yang terkait dengan keberlanjutan, pelestarian alam, dan kualitas lingkungan yang berkelanjutan. Lingkungan hidup membahas isu-isu seperti perubahan iklim, keanekaragaman hayati, konservasi sumber daya alam, pengelolaan limbah, dan upaya untuk melindungi dan memperbaiki kondisi lingkungan.

Industri

Industri dapat didefinisikan sebagai sektor ekonomi yang berhubungan dengan produksi barang atau penyediaan jasa dalam skala besar. Industri melibatkan proses pengolahan bahan mentah, penggunaan tenaga kerja, dan penerapan teknologi untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai tambah.

Definisi industri juga mencakup kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi barang atau jasa dalam kerangka sistematis. Proses industri melibatkan berbagai tahap, mulai dari perencanaan produksi, pengadaan bahan baku, produksi, pengujian kualitas, distribusi, pemasaran, hingga layanan purna jual. Industri dapat mencakup berbagai sektor, seperti industri manufaktur, industri pertambangan, industri konstruksi, industri teknologi informasi, industri jasa keuangan, industri pariwisata, dan sektor lainnya. Setiap sektor industri memiliki karakteristik, persyaratan, dan proses produksi yang khas.

Lingkungan Industri

Lingkungan industri merujuk pada semua faktor dan elemen yang ada di sekitar operasi industri. Ini mencakup lokasi fisik industri, sumber daya alam yang digunakan sebagai bahan baku atau input produksi, serta interaksi dengan masyarakat dan lingkungan sosial di sekitarnya. Lingkungan industri juga mencakup aspek peraturan, kebijakan, dan regulasi yang mengatur operasi industri dalam konteks lingkungan.

Sistem Lingkungan Industri

Sistem lingkungan industri berkaitan pada kerangka kerja yang menggambarkan interaksi dan hubungan antara komponen-komponen yang ada dalam operasi industri dan lingkungannya. Sistem ini meliputi aspek ekonomi, sosial, lingkungan juga melibatkan aliran bahan, energi, dan informasi antara komponen-komponen tersebut yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain. Dalam Sistem Lingkungan Industri pengambilan keputusan dan tindakan yang diambil pada satu komponen dapat memiliki dampak terhadap komponen lainnya. (Barbier, E. B. 2017)

Sistem lingkungan industri juga mencakup pemantauan, pengukuran, dan evaluasi terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan oleh operasi industri. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya melalui pendekatan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan memahami sistem lingkungan industri, perusahaan dan organisasi dapat mengembangkan strategi dan praktik yang lebih efisien, ramah lingkungan, dan berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang. (Loorbach, D., & Wijsman, K. 2013)

Komponen Sistem Lingkungan Industri

Sistem lingkungan industri terdiri dari berbagai komponen yang saling berinteraksi untuk menjalankan operasi industri dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pemahaman yang baik tentang komponen-komponen ini penting untuk mengidentifikasi potensi dampak lingkungan dan mengembangkan strategi pengelolaan yang efektif. Berikut beberapa komponen utama dalam sistem lingkungan industri :

1. Bahan Baku, adalah input awal atau bahan mentah yang digunakan dalam proses produksi industri, dapat berupa sumber daya alam, seperti kayu, logam, atau minyak bumi, maupun bahan hasil daur ulang. Pemilihan dan penggunaan bahan baku yang efisien dan berkelanjutan merupakan faktor penting dalam sistem lingkungan industri.
2. Proses Produksi, merupakan rangkaian kegiatan yang mengubah bahan baku menjadi produk jadi atau layanan. Proses ini melibatkan penggunaan energi, peralatan, dan teknologi tertentu. Pengelolaan proses produksi yang efisien dan ramah lingkungan dapat mengurangi limbah dan emisi yang dihasilkan, serta meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan operasi industri.
3. Produk dan Layanan, dalam hal ini komponen yang dihasilkan oleh industri merupakan output dari sistem lingkungan industri. Pengembangan produk yang ramah lingkungan, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan pasar merupakan bagian penting dalam sistem ini. Faktor seperti efisiensi penggunaan sumber daya, masa pakai produk, dan kemungkinan daur ulang juga perlu dipertimbangkan dalam pengembangan produk dan layanan.
4. Energi, digunakan dalam berbagai bentuk dalam operasi industri, baik dalam bentuk listrik, bahan bakar, atau panas. Sistem lingkungan industri perlu memperhatikan efisiensi pemakaian energi, penggunaan sumber energi terbarukan, serta penurunan emisi gas rumah kaca yang dihasilkan oleh kegiatan industri.
5. Limbah dan Emisi, merupakan hasil samping dari proses produksi industri. Limbah meliputi material yang tidak digunakan atau tidak diinginkan yang perlu dikelola secara tepat, seperti limbah padat, limbah cair, atau limbah berbahaya. Emisi mencakup pelepasan zat-zat berbahaya ke lingkungan, seperti gas buang. Pengelolaan limbah dan pengendalian emisi yang efektif adalah aspek penting dalam sistem lingkungan industri.
6. Stakeholder, adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau terpengaruh oleh operasi industri, termasuk pemerintah, masyarakat, pelanggan, karyawan, pemasok, dan organisasi non-pemerintah. Adanya keterlibatan dan interaksi dengan stakeholder menjadi bagian penting dalam sistem lingkungan industri, karena keberlanjutan operasi industri juga bergantung pada dukungan dan Kerjasama.

KESIMPULAN



Memahami lingkungan bisnis merupakan fondasi penting dalam merancang strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang tangguh. Analisis yang cermat terhadap faktor-faktor internal dan eksternal—seperti kondisi ekonomi, dinamika politik, tren sosial, perkembangan teknologi, regulasi hukum, dan kondisi lingkungan—memungkinkan perusahaan untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap perubahan pasar. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya, mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang baru, serta meningkatkan kemampuan adaptasi dan performa bisnis secara keseluruhan. Kesimpulannya, pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan dalam dunia bisnis yang selalu berubah.

SARAN

Dalam menjalani sebuah bisnis, sangat penting bagi pengusaha baik praktisi ataupun akademisi untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya. Keadaan yang selalu berubah akan menuntut para pengusaha untuk beradaptasi dan melakukan perubahan untuk kemajuan sebuah bisnis. Perusahaan harus terus memantau dan mematuhi peraturan lingkungan dan teknologi yang relevan. Regulasi ini dapat berubah dari waktu ke waktu, dan perusahaan perlu memastikan bahwa mereka tetap sesuai dengan standar tertinggi dalam praktik bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardikabima, Y., & Nugroho, A. (n.d.). Kesadaran Hukum Mitra Kerja Perusahaan Transportasi Umum Terkait Kepesertaan Mandiri BPJS Ketenagakerjaan (Studi Di PT Selamat Sugeng Rahayu) (Vol. 7, Issue 1). <http://www.sumbergroupbus.com/travel-info>,
- Brahmana, H., Kuara, G., Martha Santoso Sunjoyo, A., & Irawan, A. (2011). Kepatuhan Hukum Konsultan Pajak Kota Medan Terhadap Kewajiban Pendaftaran BPJS Ketenagakerjaan: Faktor Kewajiban Konsekuensi Hukum. In *Sei Putih Bar:Kec. Medan Petisah* (Issue 3). <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/search.htmlpada>
- Esthi, R. B., & Sukmawati, A. (2011). Sukmawati-Analisis Tingkat Penerapan Manajemen | 134. In *Jurnal Manajemen dan Organisasi: Vol. II* (Issue 2).
- Nursanjaya, S., Ag, M., & Pd. (2021). Memahami Prosedur Penelitian Kualitatif: *Panduan Praktis untuk Memudahkan Mahasiswa* (Vol. 04, Issue 01).
- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. London: Sir Isaac Pitman & Sons.
- Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia*. (n.d.).
- Rahma, D. (n.d.). *Dwi Rahma Account; Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan Halaman 1488* (Vol. 8, Issue 2).
- Randa Layuk, L., & Aplonia Lau, E. (n.d.). Analisis Kinerja Keuangan BPJS Ketenagakerjaan.