Synergy: Journal of Business, Finance and Management (SJBFM), 2026, 02(1) pp. 34-42
https://sinergijournal.id/index.php/sjbfm | e-ISSN : 3123-5514

Kajian Literatur tentang Model Dinamika Lingkungan Bisnis dalam Konteks Digital

Literature Review on Models of Business Environment Dynamics in the Digital Context

Kimberly Juliana Sharapova[1*], **Rolyana Ferinia**[2]

[1,2] Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Advent Indonesia, Jawa Barat, 40559, Indonesia

Article info: Review Article

Kata kunci:

Lingkungan Bisnis, Era Digital

Keywords:

Business Environment, Digital Age

Article history:
Received: 24-11-2025
Accepted: 30-04-2026

[*)]Koresponden email:
kimberly7tambunan@gmail.com

(c) 2025 Kimberly Juliana Sharapova, Rolyana Ferinia

Creative Commons Licence
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menekankan pentingnya analisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha di tengah perubahan yang dinamis. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur dengan memanfaatkan data sekunder dari jurnal, buku, laporan penelitian, dan publikasi ilmiah lainnya. Hasil kajian menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan global, ekonomi, industri, dan sosial menjadi kunci utama keberhasilan di era digital. Faktor eksternal berperan sebagai pendorong perubahan, sementara faktor internal menentukan kesiapan perusahaan dalam merespons perubahan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan motivasi sejak dini bagi perusahaan untuk terus berkembang, berinovasi, serta mengambil keputusan strategis yang tepat. Kesimpulannya, keberlanjutan bisnis di masa depan sangat bergantung pada kemampuan adaptasi dan inovasi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan inovasi yang lebih relevan seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Abstract

This study aims to highlight the importance of analyzing internal and external factors that influence business sustainability amid dynamic changes. The method used is a qualitative approach through a literature review utilizing secondary data from journals, books, research reports, and other scientific publications. The findings indicate that a company's ability to adapt to changes in the global, economic, industrial, and social environments is the key to success in the digital era. External factors act as drivers of change, while internal factors determine a company's readiness to respond to such changes. Therefore, companies require early awareness and motivation to continue growing, innovating, and making the right strategic decisions. In conclusion, business sustainability in the future heavily depends on a company's ability to adapt and innovate. This study is expected to serve as a foundation for future researchers to develop more relevant innovations in line with the rapid advancement of technology.

Kutipan: Sharapova, K. J., & Ferinia, R. (2026). Literature Review on Models of Business Environment Dynamics in the Digital Context. *Synergy: Journal of Business, Finance and Management (SJBFM)*, 2(1), 34–42. https://doi.org/10.68111/sjbfm.v2i1.81

1. Pendahuluan

Bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan nilai melalui pengolahan dan transformasi sumber daya menjadi barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Dalam membangun dan mengembangkan bisnis, pemahaman terhadap lingkungan bisnis menjadi aspek krusial yang tidak dapat diabaikan. Lingkungan bisnis mencakup seluruh faktor internal dan eksternal yang memengaruhi aktivitas perusahaan. Secara internal, perusahaan dituntut menjaga

kepatuhan terhadap kebijakan, meningkatkan efektivitas kerja, serta mendorong produktivitas karyawan. Sementara itu, secara eksternal, perusahaan harus mampu memantau, menganalisis, dan merespons perubahan lingkungan yang bersifat dinamis dan kompleks (Idris et al., 2024; Zinchenko et al., 2022).

Lingkungan bisnis yang kondusif dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan, sehingga pemahaman terhadap dinamika lingkungan menjadi landasan strategis dalam menentukan visi, skala, dan arah pengembangan bisnis. Faktor internal umumnya lebih mudah dikendalikan karena berada dalam lingkup organisasi, seperti budaya kerja, sumber daya manusia, dan sistem manajemen. Sebaliknya, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah, serta perubahan sosial dan perilaku konsumen cenderung sulit diprediksi dan berada di luar kendali perusahaan. Contoh nyata adalah pandemi COVID-19 yang memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor bisnis, khususnya industri yang bergantung pada interaksi fisik, sehingga memaksa perusahaan untuk beradaptasi secara cepat melalui transformasi digital (Meyer et al., 2023).

Permasalahan bisnis sering kali muncul akibat ketidakmampuan perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan eksternal secara tepat (Gupta & Bose, 2022). Oleh karena itu, analisis lingkungan eksternal menjadi elemen penting dalam perumusan strategi bisnis yang efektif. Melalui analisis tersebut, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan, mengantisipasi ancaman yang mungkin terjadi, serta memahami dinamika pasar secara lebih komprehensif. Pada era digital yang penuh ketidakpastian, perusahaan dituntut untuk memiliki perencanaan strategis yang adaptif, fleksibel, dan responsif terhadap berbagai perubahan, termasuk perkembangan teknologi digital, regulasi pemerintah, serta tren pasar yang terus berkembang (Nwankpa et al., 2022).

Selain itu, penerapan strategi diversifikasi produk dan inovasi berkelanjutan menjadi langkah penting dalam menjaga daya saing dan mengurangi risiko bisnis. Perusahaan yang mampu menghadirkan produk atau layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar akan lebih mudah bertahan dan berkembang. Tidak hanya itu, keberhasilan bisnis juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Hubungan yang sinergis dan saling menguntungkan akan memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif (Calderon-Monge & Ribeiro-Soriano, 2024; Poulose et al., 2025; J. Zhang & Chen, 2024).

Dengan demikian, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, mendorong inovasi secara berkelanjutan, serta menjalin kolaborasi yang efektif menjadi kunci utama dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis di era digital. Oleh karena itu, kajian literatur mengenai model dinamika lingkungan bisnis menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi bisnis yang relevan dan berkelanjutan di masa depan.

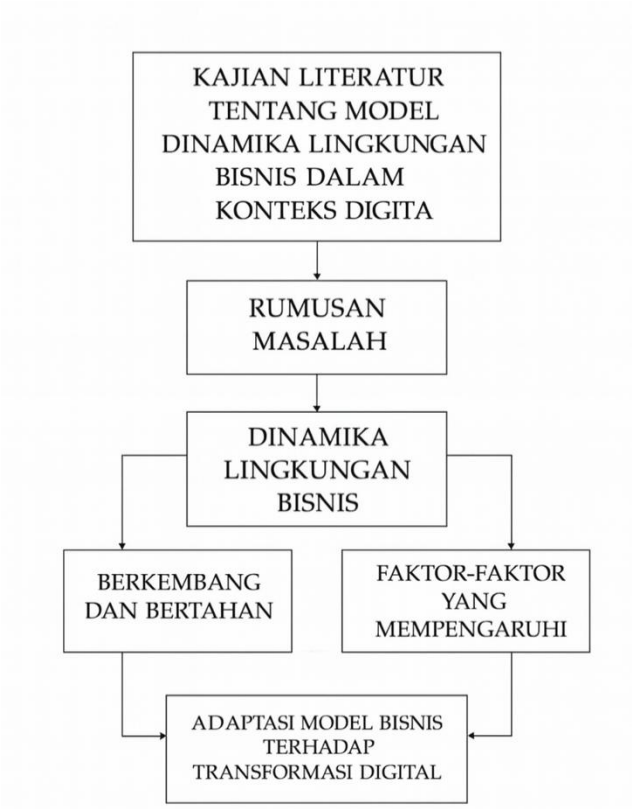
2. Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang diiringi studi literatur (Ferinia & Hutagalung, 2023). Tujuannya untuk menganalisis dan mengembangkan model dinamika lingkungan bisnis dalam kerangka kerja digital. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang dikumpulkan dari beragam sumber ilmiah, termasuk jurnal, buku, laporan penelitian, dan publikasi profesional lainnya. Setiap sumber dikaji secara deskriptif dan komparatif untuk memastikan elemen-elemen utama yang memengaruhi transformasi lingkungan perusahaan selama era digital, yang mencakup dimensi teknologi, ekonomi, sosial, dan regulasi. Sintesis beragam literatur tersebut kemudian dikembangkan menjadi model konseptual yang menjelaskan interelasi antar komponen dan menunjukkan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi secara strategis terhadap dinamika lanskap digital yang terus berkembang.

3. Hasil dan Pembahasan

Gambar 1 menjelaskan tentang proses konseptual yang dimulai dengan tinjauan pustaka model dinamika lingkungan bisnis dalam kerangka kerja digital. Studi ini berupaya memahami perubahan dalam lingkungan bisnis dan elemen-elemen yang memengaruhi perubahan tersebut. Studi pustaka

ini merumuskan tantangan penelitian yang berpusat pada dinamika lingkungan perusahaan. Dinamika ini mencakup dua aspek utama: pertama, evolusi lingkungan bisnis yang berkelanjutan; dan kedua, faktor-faktor penentu yan Bisnis yang hebat adalah bisnis yang mampu membangun hubungan yang solid dengan pemasok, pelanggan, dan mitra usaha g mendorong perubahan ini, termasuk teknologi, pasar, dan perilaku pelanggan. Kedua faktor ini mengharuskan adaptasi model bisnis untuk mempertahankan relevansi dan daya saing dalam menghadapi revolusi digital yang pesat. Alasan ini menunjukkan hubungan logis antara perubahan lingkungan bisnis dan kapasitas organisasi untuk memodifikasi model bisnisnya secara strategis untuk era digital (gambar 1).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Organisasi yang menjual barang atau jasa kepada pelanggan untuk meraih keuntungan disebut bisnis. Dalam sejarahnya bahasa inggris berasal dari kata "*busy*" yang atinya kesibukan dalam pekerjaan atau usaha untuk mendapatkan keuntungan baik dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Elemen yang ada disekitar kita dan mempengaruhi hidup kita, serta kita berinteraksi di dalamnya dinamakan lingkungan. Lingkungan memiliki peran besar yang mendukung keberlangsungan hidup kita sebagai manusia (Rozman et al., 2023). Ciri-ciri lingkungan itu Adalah dinamis yang artinya sangat mudah berubah sehingga dalam hidupnya manusia terus memiliki tantangan serta ancaman. Demi melanjutkan hidupnya, manusia harus mampu melewati tantangan dan ancaman dengan sumber daya yang ada padanya. Lingkungan bisnis dapat diartikan seperti lingkungan pada umumnya, seperti dijelaskan diatas. Perkembangan tren yang beragam dan permintaan konsumen yang terus meningkat itu sejalan dengan perkembangan bisnis. Usaha yang dikemudian hari dapat menjadi usaha menjanjikan mungkin muncul dari hal yang belum ada ataupun tak pernah terpikirkan, disebabkan Masyarakat semakin butuh akan produk yang dihasilkannya (Georgescu et al., 2022; Qiu, 2025).

Dinamika lingkungan bisnis juga melibatkan perubahan lingkungan bisnis. Perubahan lingkungan bisnis adalah fenomena yang tak terelakkan dan berubah dengan cepat di era globalisasi dan kemajuan teknologi. Lingkungan bisnis mencakup semua faktor dari luar yaitu eksternal dan itu dapat mempengaruhi kinerja di dalam perusahaan. Hal tersebut mencakup ekonomi, politik, sosial, teknologi, hukum dan lingkungan (EPESTEL). Menurut (Rodrigues et al., 2021) lingkungan bisnis

juga mencakup sejumlah faktor eksternal yang dapat memengaruhi operasi kerja, keputusan, dan strategi dalam perusahaan. Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi transformasi mendalam dalam cara bisnis beroperasi dan berinteraksi, membawa dampak signifikan pada dinamika industri, persaingan, dan cara perusahaan beradaptasi terhadap perubahan. Juga tercermin dalam pergeseran paradigma dari ekonomi produk ke ekonomi layanan. Perusahaan tidak hanya menawarkan produk fisik, tetapi semakin menekankan penyediaan pengalaman dan layanan tambahan yang menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Model bisnis berlangganan, layanan pelanggan berbasis langganan, serta penawaran layanan terkelola semakin mendominasi perekonomian modern (Farida & Setiawan, 2022).

Menurut (Seo & Lee, 2019) ada dua faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis. Faktor internal adalah faktor yang dapat dengan mudah ditangani dan dikendalikan oleh perusahaan, yang dapat membantu mencapai tujuan dan menjadikannya lebih baik. Faktor-faktor ini berkaitan dengan perusahaan itu sendiri. Beberapa faktor internal penting yang memengaruhi keberhasilan bisnis adalah jenis dan jumlah sumber daya manusia, yang merupakan fondasi kunci dalam memengaruhi kinerja dan kesuksesan perusahaan. Sumber daya manusia yang terampil, berpengalaman, dan berdedikasi dapat menjadi keunggulan terbesar bagi bisnis. Perusahaan perlu menyediakan program pelatihan yang sesuai dan berkelanjutan bagi karyawannya untuk meningkatkan keterampilan mereka, yang pada gilirannya akan memengaruhi kinerja perusahaan (Nguyen et al., 2023).

Struktur organisasi yang baik adalah kunci untuk menjalankan operasi bisnis dengan efisien. Organisasi yang terstruktur dengan jelas memungkinkan komunikasi yang lebih baik dan koordinasi antar departemen (Dzikriansyah et al., 2023). Agar menhindari dari ketumpang tindinhan sebuah pekerjaan dan memastikan semua fungsi bisnis berjalan secara optimal. Sistem Manajemen, Sistem manajemen yang efektif mencakup proses dan prosedur yang dirancang untuk mengoptimalkan operasional perusahaan. Sistem yang terorganisir dengan baik membantu dalam mengelola sumber daya, waktu, dan informasi dengan lebih efisien, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya kualitas produk (Nybom, 2023). Kualitas produk atau jasa adalah penentu utama keberhasilan bisnis dalam memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun reputasi perusahaan. Fokus pada kualitas juga memungkinkan perusahaan untuk bersaing lebih baik bersaing di pasar (Antony et al., 2023; Chaurey et al., 2023).

Bisnis digital adalah model bisnis yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai, mengoptimalkan proses, dan menyediakan produk atau layanan kepada pelanggan melalui platform digital (X. Zhang et al., 2022). Bisnis digital melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mendukung operasi bisnis, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan peluang baru dalam pasar. Definisi ini mencakup tidak hanya kehadiran online perusahaan tetapi juga integrasi teknologi dalam setiap aspek operasional dan strategis perusahaan. Dalam konteks ekonomi modern, bisnis digital memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan produktivitas. Perusahaan yang mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk bersaing di pasar global yang dinamis dan terus berubah (Nybom, 2023).

Usaha konvensional adalah bisnis yang dijalankan masih manual dimana semua proses bisnisnya dilakukan secara offline (Lee et al., 2022). Bisnis tradisional adalah usaha yang sudah mapan atau mengikuti model bisnis konvensional, seperti toko fisik, manufaktur, atau jasa yang sudah ada sejak lama, dengan pendekatan yang lebih stabil dan terukur. Bisnis tradisional biasanya lebih stabil dengan risiko lebih rendah, tapi pertumbuhannya cenderung lebih lambat dan terukur (Beerepoot et al., 2023).

Perbedaan bisnis tradisional dan bisnis digital adalah lokasi dan cakupan pasar, bisnis tradisional umumnya memiliki kehadiran fisik, seperti toko atau kantor, yang menjadi pusat interaksi dengan pelanggan. Lokasi fisik merupakan aspek kunci bagi bisnis tradisional karena mempengaruhi jangkauan pasar mereka (Meyer et al., 2023). Sebagai contoh, sebuah toko ritel lokal hanya dapat menjangkau pelanggan di sekitar wilayah tersebut. Bisnis digital tidak bergantung pada lokasi fisik. Bisnis digital dapat diakses dari mana saja melalui internet, sehingga cakupannya lebih luas dan global. Amazon, misalnya, dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia melalui platform *online-*

nya. Bisnis digital menghilangkan batasan geografis yang biasanya menjadi penghalang dalam bisnis tradisional (Gjorevska & Stanojevska, 2025). Interaksi dengan pelanggan dalam bisnis tradisional, interaksi biasanya bersifat langsung dan tatap muka. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk melihat, menyentuh, atau mencoba produk sebelum membelinya. Dengan kata lain, hubungan antara pelanggan dan bisnis lebih bersifat personal. Konsumen lebih mungkin merasa terhubung secara emosional ketika mereka berinteraksi langsung dengan penjual. Pada bisnis digital, interaksi sebagian besar dilakukan melalui platform digital seperti situs web, aplikasi, atau media sosial. Meskipun tidak bersifat tatap muka, bisnis digital dapat menggunakan data dan algoritma untuk memberikan pengalaman yang dipersonalisasi. Model pemasaran dan periklanan bisnis tradisional cenderung menggunakan metode pemasaranseperti iklan cetak, televisi, radio, dan papan reklame. Metode ini biasanya lebih mahal dan jangkauannya lebih terbatas. Bisnis digital menggunakan strategi pemasaran digital, seperti SEO, iklan berbayar, media sosial, dan pemasaran email. Selain biaya yang lebih rendah, pemasaran digital juga memungkinkan bisnis untuk melacak efektivitas campaign secara real-time. Menurut (Imanova, 2023) pemasaran digital menawarkan keuntungan berupa kemampuan untuk mengukur dan mengoptimalkan strategi secara lebih akurat. Kapasitas operasional dan efisiensi, umumnya bisnis tradisional memiliki struktur operasional yang lebih kompleks dan memerlukan banyak sumber daya fisik, seperti staf dan ruang fisik. Sebagai contoh, toko fisik memerlukan pegawai untuk melayani pelanggan dan menjaga stok barang. Contohnya, platform e-commerce seperti Shopify memungkinkan pengusaha untuk mengelola bisnis dari mana saja tanpa perlu ruang fisik. Automasi dan teknologi berbasis cloud dapat mengurangi biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

Lingkungan bisnis adalah seluruh faktor yang mempengaruhi operasi dan keberhasilan usaha, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal lingkungan bisnis merupakan kondisi lingkungan yang berada di luar kendali dari perusahaan dimana memiliki pengaruh terhadap rencana strategi maupun operasional. Sedangkan faktor internal merupakan dasar untuk membangun tujuan dan strategi untuk menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi. Faktor internal terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, serta aspek pasar dan pemasaran. Lingkungan bisnis itu banyak penelitian ini membagi nya menjadi 4 jenis juga yaitu:

3.1 Lingkungan Global

Lingkungan bisnis yang dilakukan secara global dan melibatkan investasi dalam lingkup antarnegara serta pertukaran produk ke seluruh dunia. Bisnis internasional adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan transfer barang, jasa, modal, teknologi, dan pengetahuan melewati batas-batas nasional. Tapi hal ini tak berhenti disitu saja bisnis yang dilakukan secara global ini juga memilki dampak contoh ketergantungan terhadap negara lain. Hal ini didukung oleh sebuah artikel Pamela Coke-Hamilton, Direktur Eksekutif ITC, menyatakan bahwa tarif tinggi antara Amerika Serikat dan China dapat memiliki dampak yang sangat merugikan bagi negara-negara berkembang. Negara-negara ini sangat bergantung pada perdagangan internasional, dan gangguan dalam rantai pasokan global dapat mengancam kemajuan ekonomi mereka. Namun, peningkatan keuntungan di tingkat perusahaan kemungkinan besar dapat menjadi sumber variasi kompetensi di seluruh pasar ketika ukuran pasar berada pada skala efisien minimum (Harvey & Rabetti, 2024; Ratten et al., 2024).

3.2 Lingkungan Ekonomi

Lingkungan Ekonomi menunjuk pada kondisi dimana sistem ekonomi tempat suatu perusahaan tertentu beroperasi. Bisnis nyata dapat direflesikan melalui lingkungan ekonomi.Saat terjadi kecendrungan peningkatan permintaan konsumen itu disebabkan terjadinya peningkatan ekonomi sebaliknya saat kecendrungan permintaan menurun maka terjadi penurunan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas infrastruktur memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kualitas layanan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM kebijakan perpajakan pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pendapatan penjualan, sementara ketidakamanan dan pertumbuhan pasar menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan dari ketidakamanan terhadap potensi pertumbuhan pasar UKM sementara ketidakamanan dan pertumbuhan pasar menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan dari ketidakamanan terhadap potensi pertumbuhan pasar UMKM dan untuk cakupan yang lebih luas lingkungan ekonomi ini di

pengaruhi oleh keadaan ekonomi itu sendiri, keadaan ekonomi di bagi menjadi dua yaitu ekonomi kuat (Bahoo et al., 2020; Fernández, 2023). Saat dimana ekonomi tersebut saat bisa memproduksi lebih banyak karena memiliki banyak permintaan dan bisa memberian insentif pula pada karyawan. Kuat atau tidaknya fundamental ekonomi secara teoritik dapat dilihat dari sejauh mana daya tahannya menghadapi tekanan gejolak ekonomi intenasional. Dikatakan ekonomi kuat bisa suatu negara memiliki ekonomi yang stabil dan juga berkembang atau maju (Fernández, 2023; Menzies et al., 2024).

Contoh negara dengan ekonomi kuat Adalah amerika, yang sekarang masih menempati nomer satu berdasarkan PDB pada tahun 2025 sebesar 494 kuadrilliun Sudan Selatan merupakan contoh negara termiskin, negara ini baru merdeka pada tahun 2011 dengan PDB per Kapita sebesar 25,83 miliar USD. Berbagai tantangan terus menghantui mereka akibat dari ketidakstabilan polik, infrastruktur yang terbatas, serta konflik yang masih saja terus berlanjut Akibat iklim yang tak menentu menganggu proses agrikultur dinegara tersebut, yang dimana sebagian besar pendapatan utama pendapatan masyarakat berasal dari usaha agrikultur yang mereka miliki.

3.3 Lingkungan Industri

Lingkungan industri merujuk pada seluruh faktor dan elemen yang berada di sekitar kegiatan operasional suatu industri. Lingkungan ini mencakup lokasi fisik industri, ketersediaan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam atau input produksi, serta interaksi industri dengan masyarakat dan lingkungan sosial di sekitarnya. Lingkungan industri juga mencakup aspek peraturan, kebijakan, dan regulasi yang mengatur operasi industri dalam konteks lingkungan (Javaid et al., 2022). Lingkungan industri ini juga salah satu lingkungan yang mempengaruhi kinerja bisnis. Lingkungan industri ini di pengaruhi oleh permintaan konsumen & persaingan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Ada dua jenis permintaan konsumen yaitu permintaaan individu serta peemintaan pasar. Permintaan pasar adalah permintaan suatu barang atau jasa dari semua konsumen yang ada di pasar. Untuk mencapai target adalah keinginan setiap Perusahaan maka dilakukan penetapan harga untuk mendapatkan laba yang maksimal, meningkatkan dan mengembangkan produksi serta meluaskan pemasaran produk. Untuk menetapkan harga produk baru, pengusaha harus dapat menentukan harga yang dapat menarik minat pasar. Terdapat dua cara yang dapat digunakan dalam menentukan harga produk baru yaitu penetapan harga yang tinggi tetapi juga diikuti promosi besar besaran strategi disebut *skimming price* dan selang beberapa waktu, harga produk tersebut akan semakin turun, Komputer, laptop, handphone adalah salah satu produk yang menggunakan strategi *skimming price*. Berbeda dengan skimming price, penetration price adalah strategi yang menetapkan harga serendah mungkin untuk bisa mencapai semua kalangan, dan bagi perusahaan yang ingin memulai bisnis metode ini sangat efektif untuk membangun citra perusahaan (Adam et al., 2023; Kienzler & Kowalkowski, 2017).

3.4 Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial itu mencakup banyak hal termasuk etika bisnis menyatakan bahwa etika tentang pengetahuan akan pengelolaan bisnis yang ideal, serta memahami norma-norma dalam memulai bisnis dan normalisasi-normalitas ini berlaku secara universal bagi ekonomi ataupun sosial. Lingkungan sosial ini juga dipengaruhi oleh dua hal yaitu demografi, adalah ilmu yang mempelajari secara statistik dan juga matematik mengenai komposisi, besar, dan distribusi penduduk dan perubahan – perubahannya dan preferensi konsumen, hal yang mempengaruhi seorang konsumen yang membeli barang tersebut itu sesuai dengan jenis preferensi yang mereka miliki. Dua hal yang paling penting dan berpengaruh bagi lingkungan sosial dalam bidang lingkungan bisnis.



Gambar 2. Model Dinamika Lingkungan Bisnis dalam Konteks Digital

4. Kesimpulan

Sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan suatu teknik mengembangkan atau mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen disebut sebagai bisnis. Bisnis sendiri dipengaruhi oleh lingkungan nya, baik lingkungan bisnis eksternal atau lingkungan bisnis internal. Lingkungan bisnis yang dibahas disini ada 4 yaitu: lingkungan global, lingkungan ekonomi, lingkungan industri, lingkungan sosial. Termasuk perkembangan bisnis sendiri sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan permintaan masyarakat. Dinamika lingkungan bisnis juga melibatkan perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis. Perubahan lingkungan bisnis adalah fenomena yang tidak dapat terhindarkan dan berubah dengan cara cepat di era globalisasi dan kemajuan teknologi. Faktor eksternal dari perubahan lingkungan melibatkan kebijakan pemerintah, perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, dan perubahan dalam perilaku konsumen. Ada beberapa tindakan yang dapat kita lakukan untuk menghadapi dinamika perubahan lingkungan bisnis yaitu pemantauan tren dan perkembangan, perencanaan strategis, diservikasi produk atau layanan, inovasi, dan pengembangan hubungan. Serta dalam bisnis selain mengenal lingkungan kita juga harus memiliki kemampuan yaitu adaptasi, pemahaman organisasi, kolaborasi. Sebab individu yang memiliki kemampuan tersebut akan lebih jelas, dan terorganisir setiap keputusan akan diambil berdasarkan keefisienan-nya.

5. Ucapan terima kasih

Penulis ingin mengucapkan puji syukur terhadap Tuhan Yesus sehingga bisa sampai pada tahap ini. Penulis juga ingin mengucapakan banyak terima kasih terkhusus kepada dosen pengampu mata kuliah manajemen bisnis, dosen pengampu Rolyana Ferinia yang telah membantu saya dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada dukungan keluarga yaitu mama, papa, kak Joice dan kak Angeline, serta sahabat penulis yaitu Faith sinaga, Amanda Silitonga serta teman teman yang lain yang ikut serta mendukung hingga saat ini**.**

Daftar Pustaka

Adam, R. P., Suardi, & Lahay, M. (2023). Pricing strategy and marketing distribution channels on customer satisfaction and purchasing decision for green products. *Uncertain Supply Chain Management*, *11*(4). https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.7.022

Antony, J., Sony, M., McDermott, O., Jayaraman, R., & Flynn, D. (2023). An exploration of organizational readiness factors for Quality 4.0: an intercontinental study and future research directions. *International Journal of Quality and Reliability Management*, *40*(2). https://doi.org/10.1108/IJQRM-10-2021-0357

Bahoo, S., Alon, I., & Paltrinieri, A. (2020). Corruption in international business: A review and research agenda. *International Business Review*, *29*(4). https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101660

Beerepoot, I., Di Ciccio, C., Reijers, H. A., Rinderle-Ma, S., Bandara, W., Burattin, A., Calvanese, D., Chen, T., Cohen, I., Depaire, B., Di Federico, G., Dumas, M., van Dun, C., Fehrer, T., Fischer, D. A., Gal, A., Indulska, M., Isahagian, V., Klinkmüller, C., … Zerbato, F. (2023). The biggest business process management problems to solve before we die. *Computers in Industry*, *146*. https://doi.org/10.1016/j.compind.2022.103837

Calderon-Monge, E., & Ribeiro-Soriano, D. (2024). The role of digitalization in business and management: a systematic literature review. *Review of Managerial Science*, *18*(2). https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8

Chaurey, S., Kalpande, S. D., Gupta, R. C., & Toke, L. K. (2023). A review on the identification of total productive maintenance critical success factors for effective implementation in the manufacturing sector. In *Journal of Quality in Maintenance Engineering* (Vol. 29, Number 1). https://doi.org/10.1108/JQME-11-2020-0118

CNN Indonesia. (2025, January 13). Daftar 10 Negara Ekonomi Terbesar 2025, Indonesia Peringkat Berapa? Baca artikel CNN Indonesia "Daftar 10 Negara Ekonomi Terbesar 2025, Indonesia Peringkat Berapa? *CNN Indonesia*.

Dzikriansyah, M. A., Masudin, I., Zulfikarijah, F., Jihadi, M., & Jatmiko, R. D. (2023). The role of green supply chain management practices on environmental performance: A case of Indonesian small and medium enterprises. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, *6*. https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100100

Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(3). https://doi.org/10.3390/joitmc8030163

Ferinia, R., & Hutagalung, S. (2023). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung:Yayasan Kita Menulis.

Fernández, I. A. (2023). Innovation and international business: A systematic literature review. In *Heliyon* (Vol. 9, Number 1). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e12956

Georgescu, A., Peter, M. K., & Avasilcai, S. (2022). A business ecosystem framework for SME development through associative and non-associative business structures in the digital age. *Cogent Business and Management*, *9*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2143310

Gjorevska, E., & Stanojevska, M. (2025). Entrepreneurial success factors in traditional and digital business processes: A comparative literature review. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy (2687-2293)*, *7*(5). https://doi.org/10.36096/ijbes.v7i5.1049

Gupta, G., & Bose, I. (2022). Digital transformation in entrepreneurial firms through information exchange with operating environment. *Information and Management*, *59*(3). https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103243

Harvey, C. R., & Rabetti, D. (2024). International business and decentralized finance. *Journal of International Business Studies*, *55*(7). https://doi.org/10.1057/s41267-024-00705-7

Idris, M., Nurhadi, N., & Sakinah, S. (2024). Challenges and Opportunities in International Business Management. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, *2*(3). https://doi.org/10.60079/abim.v2i3.309

Imanova, G. E. (2023). Difference Between Digital Marketing and Traditional Marketing Models. *Lecture Notes in Networks and Systems*, *610 LNNS*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25252-5_69

Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., Suman, R., & Gonzalez, E. S. (2022). Understanding the adoption of Industry 4.0 technologies in improving environmental sustainability. *Sustainable Operations and Computers*, *3*. https://doi.org/10.1016/j.susoc.2022.01.008

Kienzler, M., & Kowalkowski, C. (2017). Pricing strategy: A review of 22 years of marketing research. *Journal of Business Research*, *78*. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.005

Lee, P. T. Y., E, F., & Chau, M. (2022). Defining online to offline (O2O): a systematic approach to defining an emerging business model. *Internet Research*, *32*(5). https://doi.org/10.1108/INTR-10-2020-0563

Menzies, J., Sabert, B., Hassan, R., & Mensah, P. K. (2024). Artificial intelligence for international business: Its use, challenges, and suggestions for future research and practice. *Thunderbird International Business Review*, *66*(2). https://doi.org/10.1002/tie.22370

Meyer, K. E., Li, J., Brouthers, K. D., & Jean, R. J. '"Bryan."' (2023). International business in the digital age: Global strategies in a world of national institutions. In *Journal of International Business Studies* (Vol. 54, Number 4). https://doi.org/10.1057/s41267-023-00618-x

Nguyen, T. T. C., Le, A. T. H., & Nguyen, C. Van. (2023). Internal factors affecting the financial performance of an organisation's business processes. *Business Process Management Journal*, *29*(5). https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2022-0486

Nwankpa, J. K., Roumani, Y., & Datta, P. (2022). Process innovation in the digital age of business: the role of digital business intensity and knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, *26*(5). https://doi.org/10.1108/JKM-04-2021-0277

Nybom, J. (2023). Quantifying internal and external influences on Swedish farmers' strategic choices and performance outcomes. In *Acta universitatis agriculturae Sueciae*.

Poulose, S., Bhattacharjee, B., & Chakravorty, A. (2025). Determinants and drivers of change for digital transformation and digitalization in human resource management: a systematic literature review and conceptual framework building. *Management Review Quarterly*, *75*(3). https://doi.org/10.1007/s11301-024-00423-2

Qiu, B. (2025). Research on the Transformation and Development of Enterprise Innovation Business Administration in the Digital Age. *Industrial Engineering and Innovation Management*, *8*(2).

Ratten, V., Jones, P., & Braga, V. (2024). Artificial intelligence in international business. In *Thunderbird International Business Review* (Vol. 66, Number 2). https://doi.org/10.1002/tie.22373

Rodrigues, M., Alves, M. D. C., Oliveira, C., Vale, J., & Silva, R. (2021). The impact of strategy, environment, and the management system on the foreign subsidiary: The implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(1). https://doi.org/10.3390/joitmc7010051

Rozman, M., Oreski, D., & Tominc, P. (2023). A Multidimensional Model of the New Work Environment in the Digital Age to Increase a Company's Performance and Competitiveness. *IEEE Access*, *11*. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3257104

Seo, Y. W., & Lee, Y. H. (2019). Effects of internal and external factors on business performance of start-ups in South Korea: The engine of new market dynamics. *International Journal of Engineering Business Management*, *11*. https://doi.org/10.1177/1847979018824231

Zhang, J., & Chen, Z. (2024). Exploring Human Resource Management Digital Transformation in the Digital Age. *Journal of the Knowledge Economy*, *15*(1). https://doi.org/10.1007/s13132-023-01214-y

Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on Successful Factors and Influencing Mechanism of the Digital Transformation in SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(5). https://doi.org/10.3390/su14052549

Zinchenko, O., Privarnikova, I., & Samoilenko, A. (2022). Adaptive Strategic Management In A Digital Business Environment. *Baltic Journal of Economic Studies*, *8*(3). https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-3-78-85