
Memahami Peran Karakteristik Bisnis dalam Menghadapi Tantangan Global

Zainudin^{1*}, Ema Wahyuni²⁾, Mustaqim³⁾, Risma Septiani⁴⁾, Fajar Budiman⁵⁾

^{1*}STAI YAPTIP Pasaman Barat, Indonesia

^{2*}STAI YAPTIP Pasaman Barat, Indonesia

³STAI YAPTIP Pasaman Barat, Indonesia

⁴STAI YAPTIP Pasaman Barat, Indonesia

⁵STAI YAPTIP Pasaman Barat, Indonesia

^{1*}E-mail: zainudinkings123@gmail.com

²E-mail: emawhy123@gmail.com

³E-mail: lubismustaqim20@gmail.com

⁴E-mail: rismaseptiani096@gmail.com

⁵E-mail: fajar_budiman13@yahoo.co.id

Abstract

This study examines the critical role of business characteristics in addressing the complexity of global challenges. The main objective is to identify and analyze key business characteristics that enhance resilience and adaptability in the face of international markets, technological advancements, and socio-political changes. Using a literature review method approach, this study seeks to further examine the critical role of business characteristics in addressing the complexity of its global challenges. The results of the analysis indicate that businesses that emphasize innovation, strategic planning errors, and strong stakeholder engagement are better equipped to manage global business. In addition, this study highlights the importance of cultural competence and sustainability practices as critical factors contributing to long-term success. These insights provide valuable guidance for businesses seeking to strengthen their competitive advantage and resilience in an increasingly connected world.

Keywords: Strategic Flexibility, Innovation, Business Characteristics, Sustainability, Global Challenges.

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi Yang kian Maju dan berkembang Sangat Cepat ini, Bisnis Banyak menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks dan dinamis. Di era globalisasi pada Masa kini, Semua aspek kehidupan manusia saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lain, menunjukkan bahwa tidak mungkin lagi memahami kompleksitas hubungan ekonomi, politik, dan budaya hanya dari satu perspektif. Globalisasi telah mengubah cara kita menjalani kehidupan sehari-hari, bekerja, dan berinteraksi di seluruh dunia. Dalam ranah bisnis, teknologi menjadi komponen vital, terutama dalam pemasaran sosial dan lebih spesifik lagi, pemasaran global (Budiarti, 2023). Supaya bisnis bisa bersaing di tengah persaingan global yang semakin maju, karakteristik bisnis yang kuat dan adaptif menjadi kunci utama. Pentingnya memahami karakteristik bisnis merupakan ciri khas yang membedakan suatu bisnis dengan bisnis lainnya. Karakteristik bisnis mencakup berbagai aspek seperti visi dan misi perusahaan, nilai-nilai yang dianut, struktur organisasi, budaya perusahaan, serta strategi bisnis yang diterapkan. Salah satu karakteristik bisnis yang penting dalam menghadapi tantangan global adalah inovasi. (S. Nasution & Suhairi, 2023) Menjelaskan Bisnis yang mampu berinovasi bisa dengan mudah menyesuaikan perubahan yang terjadi di pasar global. Dengan terus melakukan inovasi, bisnis dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih unggul dan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka. Dengan perubahan lingkungan bisnis yang begitu cepat, perusahaan harus memiliki ciri-ciri tertentu yang dapat mendukung mereka dalam mengelola ketidakpastian dan memanfaatkan peluang global. Rasionalisasi penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik bisnis yang signifikan dan memberikan panduan praktis bagi perusahaan untuk beradaptasi dan berkembang dalam konteks global yang dinamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi karakteristik bisnis yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan global.

Tinjauan pustaka yang relevan mencakup studi-studi tentang inovasi bisnis, fleksibilitas strategis, keterlibatan pemangku kepentingan, kompetensi budaya, dan praktik berkelanjutan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang berinovasi dan fleksibel lebih mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Selain itu, keterlibatan pemangku kepentingan yang kuat dan kompetensi budaya dianggap penting dalam membangun hubungan yang baik dan memahami pasar global. Praktik berkelanjutan juga menjadi fokus utama dalam mencapai keberhasilan jangka panjang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam literatur bisnis global dan menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan yang ingin memperkuat daya saing dan keberlanjutan mereka.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasarkan pada analisis literatur dari berbagai sumber akademik terkait dengan karakteristik bisnis dalam menghadapi tantangan global. Data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif dalam menghadapi tantangan global. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan atau literature review, yang melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber kepustakaan. Topik penelitian dipelajari melalui berbagai jenis data kepustakaan, termasuk novel, ensiklopedia, artikel, surat kabar, majalah, dan dokumen ilmiah. (Ridwan et al., 2021) Menjelaskan Kajian pustaka (*Literature Review*) merupakan proses analisis dan sintesis informasi dari berbagai sumber yang terfokus pada temuan-temuan yang relevan. Ini melibatkan penyusunan ringkasan dari literatur yang ada dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompleks, bisnis dihadapkan pada tantangan yang membutuhkan adaptasi cepat dan strategi inovatif. Fluktuasi pasar internasional, kemajuan teknologi yang cepat, serta perubahan sosial-politik menjadi beberapa dari banyak tantangan yang mempengaruhi operasional bisnis secara global. Latar belakang penelitian ini menyoroti urgensi untuk memahami karakteristik bisnis yang dapat meningkatkan ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi tantangan tersebut. Perubahan lingkungan bisnis yang cepat menegaskan pentingnya bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka. Maka dari itu, Kajian ini diarahkan untuk mengidentifikasi serta menganalisis karakteristik bisnis yang dapat memperkuat kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan global. Berdasarkan pendapat (Kartawinata, 2020) istilah bisnis sering kali muncul dalam percakapan orang-orang yang terlibat dalam berbagai aktivitas. Secara literal, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha tertentu. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan tersebut adalah pebisnis. Menurut (Rifda, 2023) bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh Seseorang atau sekumpulan orang untuk memproduksi, membeli, atau menjual barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Sedangkan menurut (Kamaluddin & Patta Rapanna,

2017) bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada customer supaya bisa mendapatkan keuntungan, tujuan utama dari bisnis tentu saja untuk mendapatkan suatu keuntungan / laba dari hasil yang di perjual belikan , namun ada juga tujuan bisnis pada umumnya yaitu: a) Menciptakan lapangan pekerjaan, yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan, bisnis tidak hanya meraih keuntungan langsung tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup, mengurangi kemiskinan, dan memperbaiki standar hidup masyarakat, sambil memberikan dampak positif yang luas bagi ekonomi dan kesejahteraan sosial (Fonna, 2019); b) Menghasilkan suatu pendapatan profit/laba, laba diperlukan untuk menutupi biaya operasional seperti gaji karyawan, bahan baku, dan pengeluaran lainnya. Tanpa keuntungan, bisnis tidak akan mampu bertahan lama dan beroperasi secara berkelanjutan. Laba juga menyediakan dana untuk ekspansi, termasuk membuka cabang baru, memperluas pasar, dan mengembangkan produk. Tanpa profit, bisnis akan menghadapi kesulitan dalam berkembang dan bersaing. Selain itu, laba menyediakan cadangan keuangan untuk mengatasi ketidakpastian ekonomi dan situasi darurat, yang penting untuk menjaga stabilitas dan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. (Heriansyah, 2024) Menyebutkan Bahwa Keuntungan tidak hanya penting untuk kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga untuk pertumbuhan, stabilitas, dan keberhasilan jangka panjangnya; c) Menciptakan relasi antara seller & buyer, (Hardiyanti, 2023) menyebutkan Kalau Hubungan yang baik antara penjual dan pembeli memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan, yang esensial untuk memastikan bahwa pelanggan merasa nyaman bertransaksi dan cenderung kembali di masa depan. Dengan membangun relasi yang kuat, bisnis dapat memperkuat loyalitas pelanggan; mereka yang merasa dihargai dan memiliki hubungan positif dengan penjual biasanya lebih setia dan sering melakukan pembelian berulang. Selain itu, (Satya & Khormida, 2023) menyebutkan Juga Kalau interaksi yang terjadi memungkinkan bisnis untuk menerima umpan balik langsung dari pelanggan, yang sangat berharga untuk memperbaiki produk, layanan, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Relasi yang baik juga dapat memicu rekomendasi dari mulut ke mulut, yang membantu menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan; Menciptakan suatu barang baru, (Rambe & Aslami, 2022) menyebutkan Pada penelitiannya Bahwa Bisnis secara rutin harus melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Inovasi ini memungkinkan perusahaan untuk menyediakan solusi yang lebih baik, efisien, atau unik. Untuk tetap kompetitif, bisnis harus menghadirkan barang baru yang membedakan mereka dari pesaing, sehingga dapat memperoleh pangsa pasar dan menarik perhatian konsumen. Produk baru juga diciptakan sebagai respons terhadap perubahan dalam kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga bisnis dapat memenuhi tuntutan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menciptakan barang baru, bisnis dapat mengidentifikasi dan mengatasi kesenjangan yang ada di pasar, menawarkan solusi yang belum ada sebelumnya. Penciptaan barang baru merupakan bagian dari strategi bisnis untuk tetap relevan, bersaing, serta memenuhi kebutuhan pasar, sambil mendorong pertumbuhan dan inovasi di industri.

Fungsi bisnis mencakup manajemen, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasional. Manajemen mengelola dan membuat keputusan, sementara pemasaran fokus pada promosi dan penjualan produk. Bagian keuangan mengatur keuangan perusahaan, sumber daya manusia menangani aspek tenaga kerja, dan operasional mengelola kegiatan sehari-hari. Beberapa ciri penting dalam bisnis termasuk keberlanjutan, inovasi, ketidakpastian, persaingan, dan risiko. Bisnis harus dapat bertahan dalam jangka panjang, berinovasi untuk tetap relevan di pasar, menghadapi ketidakpastian ekonomi, bersaing dengan kompetitor, dan mengelola risiko secara bijaksana.

Menurut hasil penelitian oleh (Tyoso & Haryanti, 2020) keunggulan bisnis kompetitif dapat diperoleh dengan memanfaatkan kekuatan seperti tenaga kerja berkompeten, loyalitas pelanggan yang tinggi, produk yang sesuai dengan preferensi konsumen, inovasi dalam produk dan proses produksi, serta pemilihan lahan usaha yang optimal. Sedangkan Menurut Hasil

Penelitian dari (Mardikaningsih, 2023) Keunggulan kompetitif memungkinkan bisnis untuk membedakan diri dari pesaingnya, menarik perhatian pelanggan, dan meningkatkan visibilitas di pasar, dengan cara menawarkan kualitas produk superior, harga yang lebih kompetitif, layanan pelanggan yang unggul, atau inovasi teknologi. Dalam pasar yang sangat kompetitif, memiliki keunggulan ini membantu bisnis bersaing lebih efektif, memanfaatkan harga premium atau meraih pangsa pasar yang lebih besar, serta meningkatkan profitabilitas, efisiensi operasional, dan mengurangi biaya.

Inovasi bisnis adalah proses menciptakan gagasan, konsep, produk, layanan, atau model bisnis baru yang menghasilkan perubahan yang signifikan dalam cara perusahaan atau industri beroperasi. Inovasi bisnis menekankan peningkatan nilai tambah dan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi, serta memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara baru yang efektif dan efisien. Dampak inovasi bisa merambah ke semua bidang bisnis, dari perubahan kecil dalam proses operasional hingga revolusi besar dalam industri secara keseluruhan (Rizki, 2023). Menurut (A. H. Nasution & Kartajaya, 2018) Inovasi menjadi elemen krusial dalam kemajuan dan kesejahteraan suatu bangsa, baik pada tingkat mikro ekonomi (*Corporasi*) maupun pada tingkat makro ekonomi (Negara) Bila Penemuan Inovasi dimaknai Sebagai Penciptaan Konsep atau teknologi baru yang terjadi secara kebetulan “*TRIAL ERROR*” dengan tujuan memenuhi suatu perbaikan berkelanjutan, maka inovasi memiliki beragam definisi tergantung dari sudut pandang bidang kajian. Menurut (Salwa & Nasution, 2024) Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, inovasi bisnis menjadi kunci bagi organisasi untuk menjaga dan meningkatkan daya saing mereka. Penggunaan Sistem dan Teknologi Informasi (TI) merupakan dasar utama dari inovasi bisnis. Inovasi teknologi memainkan peran penting dalam membantu bisnis menghadapi tantangan global, (Anggraeni & Maulani, 2023) Menyebut inovasi dan kreativitas bisnis memberikan dampak positif salah satunya perkembangan Teknologi Informasi (TI), Kemajuan teknologi memungkinkan bisnis untuk menciptakan produk dan layanan baru yang lebih efektif dan efisien, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya saing mereka di pasar. Selain itu, perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk mengembangkan model bisnis yang lebih fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar.

(Triyono & Febriani, 2018) Menjelaskan Bahwa Teknologi merupakan sebuah rencana atau desain untuk perangkat bantu yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab-akibat untuk mencapai hasil yang diinginkan. Biasanya teknologi ini terbagi menjadi dua aspek, yaitu perangkat lunak dan perangkat keras. Teknologi informasi mencakup segala bentuk teknologi yang digunakan untuk memproses dan mengirimkan informasi secara elektronik, seperti mikrokomputer, komputer mainframe, pembaca kode batang, perangkat lunak untuk pemrosesan transaksi, aplikasi lembar kerja, peralatan komunikasi, dan jaringan. Teknologi informasi mencakup baik perangkat keras maupun perangkat lunak yang digunakan untuk berbagai tugas pemrosesan data, termasuk mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi, atau mengaplikasikan data. (Simarmata & Situmorang, 2023) Menjelaskan Bahwa Teknologi terbaru memungkinkan bisnis untuk mengoptimalkan proses operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. Misalnya, otomatisasi proses menggunakan perangkat lunak canggih dapat mengurangi kebutuhan tenaga kerja manual dan meminimalkan kesalahan, sehingga meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. (Erwin et al., 2023) Mengatakan Dengan teknologi digital, seperti platform e-commerce dan alat pemasaran online, bisnis dapat menjangkau pasar global lebih mudah daripada sebelumnya. Mereka dapat memasarkan produk atau layanan mereka kepada audiens internasional dan mengelola transaksi lintas batas dengan lebih efisien. (Rochmawati et al., 2023) Juga Menjelaskan Bahwa Teknologi memungkinkan bisnis untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar global. Misalnya, teknologi baru dapat digunakan untuk menciptakan produk dengan fitur-fitur yang lebih canggih atau meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi standar internasional.

Menurut (Syairozi et al., 2022) Inovasi adalah sesuatu yang baru dan berbeda yang berasal dari ilmu pengetahuan dan dapat memberikan manfaat bagi kehidupan manusia. Inovasi adalah pendekatan atau proses yang merubah ide dan praktik dengan cara yang baru dan segar, memberikan manfaat tambahan bagi pengguna, sehingga memungkinkan organisasi atau perusahaan untuk menghasilkan nilai yang berbeda dan istimewa. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, fokus utama dari proses inovasi adalah memberikan nilai tambah yang lebih besar kepada pelanggan. Inovasi dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu metode struktural dan proses. Pendekatan struktural menganggap inovasi sebagai suatu entitas dengan parameter yang tetap, seperti praktik manajemen dan teknologi. Di sisi lain, metode proses memandang inovasi sebagai proses yang kompleks yang melibatkan berbagai kelompok sosial dalam organisasi. (Sunarto, 2020). Pada dasarnya, tujuan inovasi adalah untuk memperbaiki atau meningkatkan cara penggunaan produk atau sumber daya, sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi manusia. Inovasi dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dunia bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain-lain (Karim, 2022).

Inovasi teknologi meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan memungkinkan desain yang lebih baik, produksi yang lebih presisi, dan layanan pelanggan yang lebih responsif, membantu bisnis bersaing di pasar global dengan menawarkan produk unggul dan layanan memuaskan. Teknologi canggih seperti analitik data dan kecerdasan buatan memberikan wawasan mendalam tentang tren pasar dan perilaku konsumen, memungkinkan keputusan yang lebih cepat dan tepat untuk merespons perubahan pasar global. Selain itu, teknologi memungkinkan pengelolaan risiko yang lebih baik melalui alat pemantauan dan sistem keamanan, menjadikan bisnis lebih siap menghadapi risiko global seperti serangan siber dan bencana alam. Secara keseluruhan, (Hartatik et al., 2023) Menyebut inovasi teknologi menyediakan alat dan solusi esensial untuk mengatasi tantangan global, membantu bisnis beradaptasi, bersaing, dan berkembang dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

Karakter bisnis merujuk pada serangkaian sifat, atribut, dan elemen yang menentukan atau membentuk identitas serta operasi suatu perusahaan. Ini meliputi beragam faktor yang mencerminkan keunikan bisnis tersebut, seperti nilai-nilai fundamental, misi, model bisnis, budaya organisasi, dan posisi di pasar (Khairunnisa, 2023). Berikut beberapa cara mengetahui karakter bisnis yaitu a) Menghindari Kegagalan Awal, Kegagalan bisnis merujuk pada ketidakmampuan sebuah usaha untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan terkait jadwal, biaya, dan kualitas. Selain itu, kegagalan juga dapat mencakup kesulitan dalam memenuhi kebutuhan fungsional yang dirasakan oleh para pemangku kepentingan, Jika Anda kurang memahami bisnis Anda dengan baik, kemungkinan Anda akan mengambil keputusan yang tidak tepat atau mengalami masalah yang tidak perlu (Fuady & others, 2020); b) Menyesuaikan Strategi, setiap perusahaan memiliki ciri khas yang berbeda. Ada bisnis ritel, bisnis daring, bisnis jasa, dan banyak jenis lainnya. Setiap jenis memiliki tantangan dan peluang yang spesifik, Perusahaan mengadaptasi strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan E-Marketing dan teknologi digital untuk memperkuat daya saing bisnis mereka. Kemajuan teknologi telah menciptakan peluang baru bagi perusahaan untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih efisien dan efektif (Istiqomah, 2023); c) Memahami Pasar dan Pesaing, (Fauzan et al., 2023) Menjelaskan Untuk memahami esensi bisnis, penting untuk memahami pasar dan pesaing Anda. Siapakah target pasar Anda? Apakah ada kompetitor utama yang perlu diwaspadai? dengan pemahaman yang mendalam tentang karakter bisnis Anda, Anda dapat melakukan riset pasar yang lebih cermat dan mengenali peluang yang mungkin belum dilihat oleh pesaing, Ketidaktahuan terhadap pasar dan pelanggan dapat menjadi hambatan bagi produk baru. Apabila perusahaan tidak memahami dengan baik kebutuhan dan preferensi pasar, maka produk yang dihasilkan mungkin tidak cocok dengan pasar yang dituju. Untuk bertahan dan berhasil dalam kompetisi tersebut, sebuah perusahaan / anda harus memiliki sifat inovatif dan kreatif yang siap menghadapi perubahan pasar dengan cepat; d) Mengelola Risiko dengan Lebih Baik, Dengan memahami dan

mengelola risiko bisnis, Perusahaan bisa memperbaiki kinerja mereka, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan memastikan bahwa mereka siap untuk menghadapi tantangan yang mungkin muncul di masa depan, Meningkatkan manajemen risiko dapat membantu Anda mengelola risiko secara lebih efektif. Anda bisa mengenali risiko potensial dan merencanakan langkah-langkah pencegahan. Selain itu, Anda dapat mengevaluasi apakah bisnis Anda memiliki kemampuan untuk bertahan dalam jangka panjang atau hanya akan menjadi tren sesaat (Maskhulin et al., 2024); e) Memahami Kebutuhan Finansial, (Anisah et al., 2023) Menyebutkan di hasil penelitiannya Kalau Setiap usaha membutuhkan investasi keuangan, dan pemahaman terhadap sifat bisnis akan membantu Anda menetapkan jumlah modal yang dibutuhkan. Ini juga akan membantu Anda merancang anggaran yang sesuai dan menghindari pengeluaran yang tidak diperlukan. Memiliki pemahaman yang baik tentang sifat bisnis akan membantu Anda menjaga kesehatan keuangan perusahaan Anda; f) Membangun Brand dan Identitas Bisnis, Apa pesan yang ingin Anda komunikasikan kepada pelanggan? Bagaimana Anda ingin citra bisnis Anda dipandang oleh masyarakat? Dengan memahami esensi bisnis Anda, Anda bisa membangun merek dan identitas usaha yang kokoh dan konsisten. (Rahmawati & Sugito, 2024) Menyebutkan kalau Brand dan identitas yang kuat memungkinkan bisnis untuk membedakan diri dari pesaing melalui logo, nama, dan citra yang unik, yang menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan yang berbeda. Dengan brand yang solid, pelaksanaan strategi pemasaran dan promosi menjadi lebih efektif, meningkatkan visibilitas di berbagai saluran. Selain itu, identitas yang jelas dan konsisten membantu menarik pelanggan baru, memelihara loyalitas pelanggan yang ada, serta membangun ikatan emosional yang membuat pelanggan lebih cenderung kembali.

Perusahaan dapat menghadapi tantangan global dengan memanfaatkan karakteristik bisnis mereka secara efektif. (Sitanggang, 2022) Menerangkan Bahwa Perusahaan dapat menyesuaikan model bisnis mereka untuk memasuki pasar global dengan menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi lokal, Contohnya: Perusahaan makanan cepat saji seperti McDonald's menyesuaikan menu mereka di berbagai negara untuk mencerminkan selera lokal, seperti menambahkan makanan vegetarian di India. (Hizbandyah et al., 2023) Mengatakan Perusahaan Bisa Fokus pada keunggulan kompetitif, seperti inovasi produk atau layanan pelanggan yang unggul, dapat membantu perusahaan menonjol di pasar global yang kompetitif, Contohnya: Apple memanfaatkan keunggulan dalam desain dan teknologi untuk tetap menjadi pemimpin pasar di seluruh dunia. (Ramadhan et al., 2024) Menjelaskan Kalau Memiliki visi dan nilai yang jelas dan konsisten membantu perusahaan menjaga arah dan integritas mereka, meskipun beroperasi di berbagai pasar global. Contoh: Tesla memiliki visi yang kuat tentang keberlanjutan dan inovasi, yang membimbing strategi global mereka dalam menghadapi tantangan di industri otomotif.

Saat ini, kita telah memasuki zaman di mana kita dapat berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu di seluruh dunia. Kami memiliki kesempatan untuk berpartisipasi sebagai konsumen atau produsen di pasar global saat ini. Persaingan global akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Setiap negara akan berupaya secara maksimal untuk mempersiapkan diri menghadapi era ini, termasuk meningkatkan kualitas sumber daya alam dan manusianya. Oleh karena itu, setiap negara harus memastikan bahwa semua faktor produksinya, terutama sumber daya manusia yang mengelolanya, menerima pelatihan yang baik agar produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar global. Setiap tantangan yang dihadapi dalam pasar global menekankan pentingnya meningkatkan aktivitas perekonomian. Ini termasuk upaya perusahaan untuk mempertahankan kualitas produknya, efisiensi produksinya, dan memastikan kepuasan pelanggan. Dengan memperhatikan kepuasan konsumen dan dampak lingkungan, perusahaan dan produknya akan lebih mudah diterima di berbagai negara (M Hidayatuloh, 2020).

4. KESIMPULAN

Dalam menghadapi tantangan global yang semakin kompleks, bisnis harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mengembangkan strategi inovatif. Fluktuasi pasar internasional, kemajuan teknologi yang pesat, dan perubahan sosial-politik menjadi faktor-faktor utama yang mempengaruhi operasional bisnis secara global. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang karakteristik bisnis yang dapat meningkatkan ketahanan dan fleksibilitas menjadi sangat penting. Penelitian ini menegaskan urgensi bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Melalui identifikasi dan analisis karakteristik bisnis yang signifikan, perusahaan dapat memperkuat kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan global. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya inovasi bisnis dalam menjawab kebutuhan pasar yang terus berubah dan meningkatkan efisiensi serta keunggulan kompetitif. Dengan mengadopsi inovasi yang cerdas, perusahaan dapat membangun nilai tambah, memenangkan pangsa pasar, dan meraih kesuksesan dalam jangka panjang. Selanjutnya, pemahaman yang mendalam tentang karakter bisnis menjadi kunci untuk menghindari kegagalan awal, menyesuaikan strategi bisnis, memahami pasar dan pesaing, mengelola risiko dengan lebih baik, memahami kebutuhan finansial, dan membangun merek dan identitas bisnis yang kuat. Dengan demikian, di era globalisasi ini, perusahaan perlu fokus pada pengembangan strategi yang inovatif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar global yang dinamis.

5. REFERENSI

- Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), 94–98.
- Anisah, A. L., Pradani, T., Yusuf, R., Dianawati, E., Saluby, W. S., Anggraeni, I., Ma'rifah, D., Marlina, S., Zega, Y., Hidayat, D., & others. (2023). Pengantar Bisnis. *EDUPEDIA Publisher*, 1–160.
- Budiarti, R. H. S. (2023). *Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, M., Widarman, A., Verawaty, V., Hasniaty, H., & Risakotta, T. K. (2023). *Produk dan Merek*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang*. Guepedia.
- Fuady, I. F., & others. (2020). EVALUASI KEGAGALAN BISNIS WISDOM PILLOW DITINJAU DARI ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(1), 26–34.
- Hardiyanti, A. A. (2023). *PENGARUH CUSTOMER CAPITAL DAN ORIENTASI PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar)= The Influence Of Customer*. Universitas Hasanuddin.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Heriansyah, D. (2024). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur

- Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5062–5080.
- Hizbandyah, B. N., Silvia, L., Nurahma, S., & Prawira, I. F. A. (2023). Inovasi Amazon dalam Menerapkan Teknologi sebagai Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 10(4).
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72–87.
- Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi bisnis* (Vol. 1). Sah Media.
- Karim, R. N. S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Optimalisasi Pengembangan dan Inovasi Bisnis Jamu Migunani Herbal. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 185–190.
- Kartawinata, B. R. (2020). *pengantar bisnis* (B. R. Kartawinata (ed.)). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/325381-pengantar-bisnis-7cb4308b.pdf>
- Khairunnisa, H. (2023, September 14). *Pentingnya Mengetahui Karakter Bisnis Sebelum Memulainya*. Delegasi. <https://www.delegasi.co/blog/pentingnya-mengetahui-karakter-bisnis-sebelum-memulainya#:~:text=Karakter bisnis mengacu pada serangkaian,perusahaan%2C dan posisi di pasar.>
- M Hidayatuloh. (2020, May 18). *Tantangan Bisnis dalam Pasar Global*. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/muhamadhidayatuloh/5ec1bf89097f36525169c4e2/tantangan-bisnis-dalam-pasar-global?lgn_method=google
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Umkm Di Kota Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67.
- Maskhulin, P. I. A., Setyawan, W. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). MEMAHAMI DAN MENGELOLA RISIKO BISNIS DALAM PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 194–203.
- Nasution, A. H., & Kartajaya, H. (2018). *Inovasi*. Penerbit Andi.
- Nasution, S., & Suhairi. (2023). Strategi Manajemen Ekonomi Dalam Menghadapi Tantangan Global. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi ...*, 2(5).
- Rahmawati, S., & Sugito, S. (2024). Efektivitas Pelatihan Positioning Branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/japm.v2i2.1085>
- Ramadhan, F. F., Ambarwati, N., & Utama, R. E. (2024). VISI, MISI, TUJUAN, SASARAN, DAN FALSFAH PERUSAHAAN. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(5), 133–142.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.
- Rifda. (2023, December 1). *Pengertian Bisnis dan Definisi Menurut Ahli*. Izin.Co.Id. <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2023/12/01/pengertian-bisnis/>
- Rizki, F. (2023, August 24). *Pentingnya Inovasi Bisnis Di Era Digital Bagi Perusahaan*. MARKPLUS INSTITUTE. <https://markplusinstitute.com/explore/apa-itu-inovasi-bisnis/>
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). *Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>

- Salwa, R., & Nasution, M. I. P. (2024). Inovasi Bisnis Organisasi Melalui Pemanfaatan Sistem Dan Teknologi Informasi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 21–31.
- Satya, S., & Khornida, D. (2023). Perancangan Promosi Periklanan dan Penjualan Melalui Media Sosial pada COFFEED. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 2078–2084. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/759>
- Simarmata, D., & Situmorang, D. M. (2023). Penerapan sistem informasi akuntansi kota batam. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 3(1), 38–51.
- Sitanggang, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Global terhadap Netflix. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 3026–3035.
- Sunarto, A. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 397–407.
- Syairozi, M. I., Rosyad, S., & others. (2022). Inovasi Daun Lontar Untuk Meningkatkan Produktivitas Masyarakat Desa Lawanganagung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 131–136.
- Triyono, T., & Febriani, R. D. (2018). Pentingnya pemanfaatan teknologi informasi oleh guru bimbingan dan konseling. *Jurnal Wahana Konseling*, 1(2), 74–83.
- Tyoso, J. S. P., & Haryanti, C. S. (2020). Perlukah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif oleh UMKM?(Studi Kasus UMKM Semarang). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 123–135.