



Volume 3, No 3, April (2026)	DOI: https://doi.org/10.59585/jimad	Page: 119 - 126
---------------------------------	---	--------------------

Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Era Globalisasi

Hasbi Basith Sukarno^{1*}, Firdaus²

^{*1,2} Program Studi Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha

*Corresponding Author: Hasbi Basith Sukarno, Firdaus; Email: itsmehasbi.basith@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Business Strategy, Business Development, Globalization, Competitiveness

Received : 27 Desember 2025
Revised : 29 Januari 2025
Accepted : 07 Februari 2026

ABSTRACT

The era of globalization has brought significant changes to the business world, marked by increased competition, technological advancements, and the openness of international markets. These conditions require businesses to develop adaptive and sustainable business development strategies to survive and thrive. This article aims to examine various business development strategies that can be implemented in the era of globalization. The method used is a literature review of books, national and international journals, and reports related to business development. The results of the study indicate that business development strategies in the era of globalization include product and service innovation, the use of digital technology, improving human resource quality, strengthening competitiveness, and expanding global networks and markets. Implementing appropriate strategies is expected to increase business competitiveness and sustainability amidst global dynamics.

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan proses integrasi ekonomi, sosial, dan budaya antarnegara yang ditandai dengan arus perdagangan bebas, investasi internasional, serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam konteks bisnis, globalisasi menciptakan peluang yang luas sekaligus tantangan yang semakin kompleks. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan pelaku usaha lokal, tetapi juga dengan perusahaan multinasional yang memiliki sumber daya dan teknologi yang lebih maju.

Era globalisasi menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan dinamis. Perubahan preferensi konsumen, kemajuan teknologi digital, serta tuntutan efisiensi dan kualitas menjadi faktor penting yang harus



diperhatikan dalam pengembangan bisnis. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut berisiko kehilangan pangsa pasar dan mengalami penurunan kinerja.

Pengembangan bisnis merupakan proses strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui perluasan pasar, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta penguatan daya saing. Dalam era globalisasi, pengembangan bisnis tidak hanya berfokus pada pertumbuhan internal, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar global.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan bisnis yang tepat dan berkelanjutan agar perusahaan mampu menghadapi persaingan global, memanfaatkan peluang pasar internasional, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

METODE PENELITIAN

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji, menganalisis, dan mensintesis berbagai konsep, teori, serta temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis dalam menghadapi era globalisasi.

Studi literatur memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena globalisasi dan implikasinya terhadap dunia bisnis tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.

b. Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah, meliputi:

- 1) Buku teks manajemen strategis dan pengembangan bisnis
- 2) Jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan
- 3) Prosiding seminar ilmiah
- 4) Laporan organisasi internasional dan lembaga terkait
- 5) Publikasi resmi pemerintah dan institusi ekonomi

Sumber pustaka dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan keterkinian informasi.

c. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:



JIMAD : JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN

Homepage: <https://jurnal.agdosi.com/index.php/JIMAD>
ISSN: 3026-0868 (Online) || DOI : <https://doi.org/10.59585/jimad>
Volume 3 | Nomor 3 | 2026



Research Article

- 1) Identifikasi topik dan kata kunci, seperti strategi bisnis, globalisasi, daya saing, inovasi, dan pengembangan bisnis.
- 2) Penelusuran literatur melalui database ilmiah (Google Scholar, portal jurnal nasional, dan sumber terpercaya lainnya).
- 3) Seleksi literatur, dengan kriteria:
 - Relevan dengan topik penelitian
 - Memiliki landasan teori yang kuat
 - Diterbitkan dalam kurun waktu yang relatif mutakhir
- 4) Pengorganisasian data, dengan mengelompokkan literatur berdasarkan tema dan fokus pembahasan.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis, dengan tahapan:

- 1) Reduksi data, yaitu memilih informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
- 2) Klasifikasi data, dengan mengelompokkan konsep dan temuan ke dalam tema-tema utama, seperti inovasi, teknologi digital, SDM, dan daya saing.
- 3) Sintesis dan interpretasi, yaitu membandingkan berbagai pandangan dan temuan penelitian untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif.
- 4) Penarikan kesimpulan, berdasarkan pola, kecenderungan, dan kesamaan temuan dari berbagai sumber literatur.

e. Validitas Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui:

- 1) Triangulasi sumber, dengan membandingkan informasi dari berbagai literatur nasional dan internasional.
- 2) Konsistensi teori, yaitu menggunakan teori dan konsep yang telah diakui secara akademik.
- 3) Kritik sumber, dengan menilai kredibilitas dan reputasi penulis serta penerbit literatur.

f. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, antara lain:



- 1) Data yang digunakan bersifat sekunder sehingga tidak menggambarkan kondisi empiris secara langsung.
- 2) Hasil penelitian lebih bersifat konseptual dan teoritis, sehingga memerlukan penelitian lanjutan dengan pendekatan empiris untuk menguji penerapan strategi secara praktis.

g. Etika Penelitian

Penelitian ini menjunjung tinggi etika akademik dengan:

- 1) Mengutip seluruh sumber pustaka secara jelas dan benar
- 2) Menghindari plagiarisme
- 3) Menggunakan data dan informasi sesuai dengan konteks aslinya

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai literatur ilmiah, buku teks manajemen strategis, dan jurnal nasional-internasional, diperoleh beberapa temuan utama terkait strategi pengembangan bisnis dalam menghadapi era globalisasi sebagai berikut:

1. Globalisasi Meningkatkan Intensitas Persaingan Bisnis

Hasil kajian menunjukkan bahwa globalisasi menyebabkan meningkatnya persaingan antarperusahaan, baik di tingkat lokal maupun internasional. Perusahaan tidak lagi hanya bersaing dengan pelaku usaha domestik, tetapi juga dengan perusahaan asing yang memiliki keunggulan dalam modal, teknologi, dan manajemen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memiliki strategi yang lebih kompetitif dan adaptif.

2. Inovasi sebagai Faktor Kunci Keberlangsungan Bisnis

Sebagian besar literatur menegaskan bahwa inovasi merupakan strategi utama dalam pengembangan bisnis di era globalisasi. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup inovasi proses, model bisnis, dan layanan. Perusahaan yang mampu berinovasi secara berkelanjutan terbukti lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan pasar global.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital Mendorong Efisiensi dan Ekspansi Pasar

Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan sistem informasi manajemen, berkontribusi signifikan



terhadap peningkatan efisiensi operasional dan perluasan pasar. Teknologi digital memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen lintas negara dengan biaya yang relatif lebih rendah.

4. Peran Strategis Sumber Daya Manusia

Literatur menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pengembangan bisnis. SDM yang kompeten, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan teknologi dan budaya global menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

5. Pentingnya Keunggulan Kompetitif dan Diferensiasi

Temuan menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang jelas baik melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, maupun kualitas layanan lebih mampu bersaing di pasar global. Strategi pengembangan bisnis harus diarahkan pada penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan.

6. Ekspansi dan Kemitraan Global sebagai Strategi Pertumbuhan

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa kerja sama strategis, aliansi bisnis, dan ekspansi ke pasar internasional merupakan strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk memperluas jaringan, mengakses sumber daya baru, dan meningkatkan daya saing global.

b. Pembahasan

1) Globalisasi dan Tantangan Strategis Bisnis

Globalisasi menciptakan lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Teori manajemen strategis menyatakan bahwa perusahaan harus mampu menyesuaikan strategi dengan perubahan lingkungan eksternal agar tetap kompetitif. Dalam konteks ini, analisis lingkungan global menjadi langkah awal yang penting dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis.

2) Inovasi sebagai Respons terhadap Perubahan Pasar Global

Inovasi dipandang sebagai respons strategis terhadap tuntutan pasar global yang terus berubah. Literatur menunjukkan bahwa inovasi yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dan tren global dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Hal



ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi merupakan sumber utama keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

3) Digitalisasi sebagai Penggerak Transformasi Bisnis

Pemanfaatan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan menjalankan bisnis, mulai dari produksi hingga pemasaran. Digitalisasi memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kecepatan pengambilan keputusan. Dalam era globalisasi, digitalisasi juga menjadi sarana penting untuk menembus batas geografis dan memperluas pasar internasional.

4) Pengembangan SDM dalam Perspektif Global

Dalam menghadapi globalisasi, pengembangan SDM tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada kemampuan berpikir strategis, komunikasi lintas budaya, dan adaptasi terhadap perubahan. Teori sumber daya berbasis perusahaan (resource-based view) menekankan bahwa SDM berkualitas merupakan aset strategis yang menentukan keberhasilan pengembangan bisnis.

5) Keunggulan Kompetitif dan Diferensiasi Nilai

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis harus diarahkan pada penciptaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Diferensiasi produk dan layanan yang berbasis kualitas, inovasi, dan nilai tambah menjadi kunci untuk memenangkan persaingan global. Perusahaan yang gagal membangun diferensiasi cenderung terjebak dalam persaingan harga yang tidak sehat.

6) Strategi Ekspansi dan Kolaborasi Global

Ekspansi pasar dan kolaborasi global menjadi strategi penting dalam pengembangan bisnis di era globalisasi. Melalui kemitraan strategis dan aliansi internasional, perusahaan dapat mengurangi risiko, meningkatkan efisiensi, dan mempercepat pertumbuhan. Strategi ini juga memungkinkan perusahaan untuk belajar dari mitra global dan meningkatkan kapabilitas internal.

SINTESIS PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis dalam menghadapi era globalisasi harus bersifat holistik, adaptif, dan



JIMAD : JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN

Homepage: <https://jurnal.agdosi.com/index.php/JIMAD>
ISSN: 3026-0868 (Online) || DOI : <https://doi.org/10.59585/jimad>
Volume 3 | Nomor 3 | 2026



Research Article

berkelanjutan. Perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan satu strategi, melainkan perlu mengintegrasikan inovasi, teknologi, pengembangan SDM, dan ekspansi pasar dalam satu kerangka strategis yang saling mendukung.

KESIMPULAN

Strategi pengembangan bisnis dalam menghadapi era globalisasi memerlukan pendekatan yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan. Inovasi, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan sumber daya manusia, penguatan daya saing, serta perluasan jaringan dan pasar global merupakan strategi utama yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Dengan menerapkan strategi tersebut secara konsisten, perusahaan diharapkan mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat.

SARAN

- a) Pelaku usaha disarankan untuk terus meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan layanan.
- b) Perusahaan perlu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.
- c) Pengembangan sumber daya manusia harus menjadi prioritas dalam strategi bisnis jangka panjang.
- d) Penelitian selanjutnya dapat mengkaji strategi pengembangan bisnis secara empiris pada sektor atau industri tertentu.

REFERENCES

1. Ansoff, H. I. (2007). *Strategic Management*. New York: Palgrave Macmillan.
2. David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. Pearson Education.
3. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B., & McNamara, G. (2019). *Strategic Management: Text and Cases*. McGraw-Hill.
4. Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley.
5. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. Cengage Learning.



6. Huwae, G., Renyut, B. C., & Setitit, I. (2025). Public Service Delivery in Remote Villages: An Assessment Using the SERVQUAL Model in Allang, Maluku. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 182–192. <https://doi.org/10.59585/jimad.v2i4.744>
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
8. Kuncoro, M. (2018). *Strategi Pengembangan Bisnis dan Daya Saing*. Jakarta: Erlangga.
9. Munir, M. (2019). Strategi bisnis dalam menghadapi persaingan global. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 112–120.
10. Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
11. Porter, M. E. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1), 62–77.
12. Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
13. Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*. Pearson Education.
14. Silaen, C. A. M., Manurung, H., & Pannyiwi, R. (2025). The Geostorm in Great Major Power of the United States and NATO: The Impact of Climate Change to Southeast Asia. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 175–183. <https://doi.org/10.59585/jimad.v2i3.701>
15. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
16. Silaen, C. A. M., Manurung, H., & Pannyiwi, R. (2025). The Geostorm in Great Major Power of the United States and NATO: The Impact of Climate Change to Southeast Asia. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 175–183. <https://doi.org/10.59585/jimad.v2i3.701>
17. Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
18. World Trade Organization (WTO). (2020). *World Trade Report*. Geneva: WTO.