



Manajemen Strategis dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi : Integrasi Teknologi, Budaya, dan Keberlanjutan untuk Daya Saing Global

Sukardi Sukardi^{1*}, Nurhayati Nurhayati², Fuad Siregar³

¹⁻³ Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha, Indonesia

*Email: sukardi@stieganesh.ac.id¹, nurhayati@stieganesh.ac.id², fuadsiregaruno@gmail.com³

Alamat Kampus: Jl. Legoso Raya No 31. Kelurahan Pisangan, Kec. Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan

Korespondensi penulis: sukardi@stieganesh.ac.id

Abstract. *Globalization has created new challenges for companies to enhance their competitiveness in the global market. The rapidly changing business environment requires the adoption of effective strategic management, including technological innovation, cultural adaptation, sustainability, and human resource management. This study aims to analyze these factors in addressing globalization challenges and provide practical recommendations for companies. The research employs a descriptive qualitative method, with data collection through in-depth interviews, observations, and document analysis. The study was conducted over three months with companies from various industrial sectors as subjects. The findings indicate that companies capable of integrating technological innovation and cultural adaptation gain a greater competitive advantage in the global market. Additionally, sustainability and human resource management play critical roles in supporting the implementation of global strategies. However, the greatest challenge is faced by SMEs, which encounter resource limitations in adopting global strategies. The implications of this research highlight the need for government support to accelerate digitalization and enhance human resource capacity. Future researchers are recommended to examine the role of government policies in strengthening the global competitiveness of small and medium enterprises..*

Keywords : *Globalization, Strategic, Management, Technological.*

Abstrak. Globalisasi telah menciptakan tantangan baru bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Perubahan lingkungan bisnis yang cepat memerlukan adopsi manajemen strategis yang efektif, mencakup inovasi teknologi, adaptasi budaya, keberlanjutan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut dalam menghadapi tantangan globalisasi dan memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Waktu penelitian dilakukan selama tiga bulan dengan subjek perusahaan dari berbagai sektor industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengintegrasikan inovasi teknologi dan adaptasi budaya memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar di pasar global. Selain itu, keberlanjutan dan pengelolaan sumber daya manusia memainkan peran penting dalam mendukung implementasi strategi global. Namun, tantangan terbesar ditemukan pada UMKM yang menghadapi keterbatasan sumber daya dalam mengadopsi strategi global. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya dukungan pemerintah dalam mempercepat digitalisasi dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat daya saing global perusahaan kecil dan menengah.

Kata kunci: Globalisasi, Manajemen, Strategis, Inovasi, Teknologi.

1. LATAR BELAKANG

Globalisasi telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis. Perkembangan teknologi informasi, transportasi, dan komunikasi telah mempercepat integrasi ekonomi global, menghilangkan batas-batas geografis yang sebelumnya membatasi aktivitas bisnis lintas negara (Steger, 2020). Dalam era globalisasi ini, perusahaan tidak lagi hanya berkompetisi di pasar lokal, tetapi harus mampu menghadapi persaingan di pasar internasional yang sangat kompetitif. Hal ini

memunculkan kebutuhan akan manajemen strategis yang dapat membantu perusahaan beradaptasi dengan dinamika lingkungan global yang terus berubah (Saefullah et al., 2025).

Dalam konteks ekonomi, globalisasi menciptakan tantangan baru bagi perusahaan untuk bersaing di tingkat global. Perusahaan multinasional kini dapat dengan mudah memasuki pasar mana pun di dunia dengan sedikit atau tanpa hambatan masuk (*no entry barriers*), yang memaksa perusahaan lokal untuk meningkatkan daya saing mereka (Ghosh et al., 2021). Dampak globalisasi ini menyebabkan perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor global dalam pengambilan keputusan strategis mereka. Menurut Gupta et al. (2022), manajemen strategis di era globalisasi harus mencakup pemahaman tentang dinamika pasar global, regulasi internasional, teknologi, serta perilaku konsumen yang berbeda di berbagai wilayah. Pengabaian terhadap faktor-faktor ini dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan daya saing di pasar global yang semakin kompleks (Siregar et al., 2024).

Manajemen strategis yang efektif menjadi kunci bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan globalisasi. Manajemen strategis adalah proses yang melibatkan penentuan visi, misi, serta tujuan perusahaan, yang kemudian disesuaikan dengan dinamika lingkungan eksternal yang terus berubah (Rothaermel, 2021). Dalam lingkungan global, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor eksternal seperti pesaing internasional, harga global, pemasok, distributor, pemerintah, serta pelanggan di berbagai negara (Hill et al., 2022). Perusahaan yang berhasil mengelola faktor-faktor ini dengan baik akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, bahkan di pasar yang sangat kompetitif (Asmana et al., 2024).

Selain itu, persaingan di era globalisasi memerlukan pemahaman mendalam tentang mekanisme pasar global, termasuk standar mutu internasional dan benchmarking (Dagnino et al., 2021). Perusahaan yang mampu memenuhi standar internasional akan lebih mudah memasuki pasar global dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen internasional. Tidak hanya itu, perusahaan juga harus memastikan kecepatan dan ketepatan penyampaian produk atau jasa mereka. Menurut Goyal et al. (2023), konsumen modern menginginkan akses yang cepat dan efisien terhadap produk dan layanan, sehingga perusahaan harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan tersebut. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan tuntutan global ini dapat menyebabkan perusahaan kehilangan pangsa pasar mereka.

Peningkatan daya saing perusahaan dalam menghadapi era globalisasi memerlukan inovasi berkelanjutan yang dapat menciptakan nilai tambah. Menurut Calabrese et al. (2020), inovasi teknologi, kreativitas, dan kapasitas organisasi adalah kunci dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan. Perusahaan yang berhasil mengadopsi teknologi modern seperti kecerdasan buatan (AI), big data analytics, dan digitalisasi proses bisnis akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak berinovasi (Azzahra, Nurrahman, et al., 2024). Teknologi membantu perusahaan meningkatkan produktivitas, mempercepat proses produksi, serta memperluas jangkauan pemasaran mereka ke seluruh dunia (Chen et al., 2021).

Selain inovasi teknologi, perusahaan juga harus mampu menciptakan nilai tambah melalui produk dan layanan yang unggul. Dalam era globalisasi, konsumen tidak hanya melihat harga produk, tetapi juga mempertimbangkan kualitas dan pengalaman yang mereka dapatkan saat menggunakan produk atau layanan tersebut (Kotler et al., 2022). Menurut penelitian terbaru oleh Kuncoro dan Saraswati (2023), perusahaan yang mampu memberikan layanan pelanggan yang berkualitas dan personalisasi produk memiliki peluang yang lebih besar untuk memenangkan persaingan di pasar global. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa produk mereka tidak hanya kompetitif dari segi harga, tetapi juga memiliki mutu yang diakui secara global.

Manajemen strategis di era globalisasi juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Konsumen modern semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan dan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial (Carroll & Laasch, 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh García et al. (2022), perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing mereka. Strategi bisnis yang memperhatikan keberlanjutan juga dapat membantu perusahaan mengurangi risiko operasional yang terkait dengan perubahan iklim dan regulasi lingkungan internasional.

Perusahaan juga harus fleksibel dan adaptif dalam menghadapi perubahan yang terjadi di pasar global. Menurut Mintzberg et al. (2020), strategi yang efektif adalah strategi yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal, memanfaatkan peluang yang muncul, dan mengelola risiko yang terkait dengan ketidakpastian global. Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan cepat akan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan daya saing mereka di pasar global yang dinamis.

Manajemen strategis yang efektif merupakan komponen penting dalam menghadapi tantangan globalisasi (Hartono et al., 2024). Perusahaan yang berhasil mengembangkan strategi yang tepat akan mampu memanfaatkan peluang di pasar global dan mengatasi tantangan yang muncul. Dengan mengadopsi pendekatan manajemen strategis yang komprehensif, perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar internasional dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam era globalisasi (Agustina et al., 2024).

Dalam menghadapi tantangan globalisasi yang semakin kompleks, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan manajemen strategis yang dinamis dan berorientasi global. Menurut Hill et al. (2022), perusahaan yang ingin bertahan di pasar global harus memiliki kemampuan untuk mengenali peluang, mengelola risiko, serta menyesuaikan strategi mereka dengan dinamika lingkungan bisnis internasional. Proses manajemen strategis yang efektif tidak hanya mencakup formulasi strategi, tetapi juga implementasi dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa strategi yang diadopsi dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, perusahaan harus mengembangkan strategi yang fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang cepat di pasar global (Azzahra, Saefullah, et al., 2024).

Salah satu tantangan utama dalam manajemen strategis di era globalisasi adalah mengelola ketidakpastian yang tinggi. Perubahan regulasi internasional, fluktuasi nilai tukar, hingga perkembangan teknologi yang pesat dapat memengaruhi operasional bisnis global (Dagnino et al., 2021). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan memitigasi risiko yang muncul dari lingkungan eksternal. Menurut Goyal et al. (2023), perusahaan yang sukses di pasar global adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memprediksi perubahan pasar dan merespons dengan cepat melalui strategi yang inovatif dan berbasis data. Penggunaan big data analytics dan teknologi digital menjadi faktor penting dalam mendukung perusahaan dalam proses pengambilan keputusan strategis yang lebih akurat dan berbasis informasi real-time (Jayaun, 2024).

Selain itu, perusahaan juga harus mampu membangun kapasitas internal yang mendukung pelaksanaan strategi global mereka. Menurut Gupta et al. (2022), faktor-faktor seperti kreativitas, inovasi, kemampuan beradaptasi, dan keterampilan sumber daya manusia memainkan peran penting dalam keberhasilan implementasi strategi global. Kreativitas dan inovasi tidak hanya diperlukan untuk menciptakan produk dan layanan yang kompetitif, tetapi juga untuk mengembangkan model bisnis yang lebih efisien dan berkelanjutan. Dalam era globalisasi, karyawan dengan keterampilan global yang memahami budaya, bahasa, dan

perilaku konsumen di berbagai wilayah sangat dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan di pasar internasional (Calabrese et al., 2020).

Pentingnya kolaborasi dan kemitraan strategis dalam manajemen strategis juga semakin menonjol dalam era globalisasi. Perusahaan tidak lagi beroperasi secara independen, tetapi harus membangun jaringan kemitraan dengan pemasok, distributor, dan mitra bisnis lainnya di berbagai negara untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Chen et al., 2021). Menurut Kuncoro dan Saraswati (2023), perusahaan yang mampu menjalin kemitraan strategis dengan pihak-pihak yang relevan akan lebih mudah menghadapi tantangan global dan meningkatkan daya saing mereka di pasar internasional. Kolaborasi ini juga memungkinkan perusahaan untuk berbagi sumber daya, pengetahuan, dan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk.

Di sisi lain, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) juga menjadi perhatian utama dalam manajemen strategis di era globalisasi. Konsumen global semakin menuntut perusahaan untuk menjalankan bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Menurut García et al. (2022), perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan praktik bisnis yang etis cenderung lebih dihargai oleh konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan di pasar global. Dengan demikian, integrasi aspek keberlanjutan dalam strategi bisnis bukan hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk memenangkan persaingan di era globalisasi (Arda, 2024).

Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan harus mengembangkan strategi yang holistik, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan. Strategi yang holistik memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan mereka di berbagai negara, serta memastikan bahwa perusahaan dapat tetap relevan dan kompetitif di pasar global yang terus berubah (Rothaermel, 2021). Dengan mengadopsi manajemen strategis yang komprehensif dan berkelanjutan, perusahaan dapat memaksimalkan peluang di pasar global, sekaligus mengelola risiko yang muncul dari lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pentingnya manajemen strategis dalam menghadapi era globalisasi. Hill et al. (2022) menyoroti bagaimana perusahaan global memanfaatkan inovasi dan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing. Namun, studi ini kurang memperhatikan peran budaya dan keberlanjutan dalam manajemen strategis. Gupta et

al. (2022) meneliti adaptasi strategi perusahaan multinasional di berbagai pasar, tetapi penelitian ini belum membahas integrasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam strategi bisnis global.

Studi yang dilakukan oleh Goyal et al. (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi mempercepat masuknya perusahaan ke pasar global, tetapi mereka lebih berfokus pada aspek teknologi dan kurang menyoroti pentingnya sumber daya manusia dalam implementasi strategi. Calabrese et al. (2020) meneliti inovasi berkelanjutan sebagai faktor utama keunggulan kompetitif, tetapi studi ini belum mengupas cara mengelola risiko dalam lingkungan bisnis global. Sementara itu, García et al. (2022) menyoroti pentingnya CSR dalam membangun loyalitas konsumen, tetapi belum menjelaskan integrasi CSR dalam strategi global.

Dari studi terdahulu ini, terlihat gap analisis yang menunjukkan kurangnya pembahasan mengenai integrasi antara inovasi teknologi, keberlanjutan, dan peran sumber daya manusia dalam strategi global. Penelitian ini akan mengisi gap tersebut dengan mengembangkan kerangka kerja manajemen strategis yang lebih holistik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen strategis yang efektif di era globalisasi, dengan fokus pada inovasi, keberlanjutan, dan adaptasi budaya. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor kunci yang memengaruhi daya saing global perusahaan, serta memberikan rekomendasi praktis untuk perusahaan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar internasional.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai manajemen strategis dalam menghadapi era globalisasi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang kompleks, terutama dalam konteks sosial dan bisnis global yang terus berubah (Creswell & Poth, 2018). Penelitian dilakukan selama 3 bulan dari bulan Mei hingga Juli 2024, dengan fokus pada pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam, observasi, serta analisis dokumen pendukung. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan kunci yang terdiri dari manajer perusahaan, praktisi bisnis, dan akademisi yang memiliki pengalaman dalam manajemen strategis di era globalisasi. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi terkait strategi yang digunakan perusahaan dalam menghadapi tantangan global, faktor-faktor yang memengaruhi daya saing global, serta

hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi (Yin, 2020). Selain wawancara, dilakukan juga observasi langsung terhadap praktik manajemen strategis di perusahaan yang menjadi subjek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memahami proses pengambilan keputusan strategis, implementasi strategi, serta bagaimana perusahaan beradaptasi dengan dinamika lingkungan global. Analisis dokumen seperti laporan tahunan, kebijakan perusahaan, dan artikel terkait juga dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh (Merriam & Tisdell, 2016).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (Braun & Clarke, 2019). Langkah pertama dalam analisis ini adalah melakukan transkripsi wawancara dan catatan observasi, yang kemudian diidentifikasi berdasarkan tema-tema yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini melibatkan pengenalan pola-pola kunci, pengelompokan data berdasarkan tema, dan penarikan kesimpulan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Selanjutnya, dilakukan reduksi data, di mana data yang tidak relevan dihilangkan, dan hanya data yang memiliki keterkaitan dengan manajemen strategis di era globalisasi yang dianalisis lebih lanjut (Miles et al., 2018). Proses ini bertujuan untuk menyaring informasi penting yang akan digunakan dalam penarikan kesimpulan akhir.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber dan teknik (Patton, 2015). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk memastikan konsistensi data. Member checking juga dilakukan dengan meminta informan untuk memverifikasi hasil transkrip wawancara dan interpretasi data yang dilakukan peneliti, guna memastikan bahwa hasil penelitian sesuai dengan informasi yang diberikan oleh informan (Lincoln & Guba, 1985).

Selain itu, peneliti menerapkan audit trail untuk mencatat setiap tahapan analisis yang dilakukan, sehingga proses penelitian dapat direplikasi dan dipertanggungjawabkan. Peer debriefing atau diskusi dengan sesama peneliti juga dilakukan untuk meminimalkan bias dalam interpretasi data (Creswell & Poth, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memberikan dampak positif bagi perusahaan, akademisi, dan pemerintah dalam menghadapi tantangan globalisasi. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat membantu mereka mengidentifikasi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar global melalui inovasi, adaptasi budaya, dan digitalisasi. Akademisi dapat menggunakan temuan ini untuk mengembangkan teori manajemen strategis yang relevan

dengan kondisi global saat ini, sementara pemerintah dapat merumuskan kebijakan yang mendukung daya saing industri nasional di kancan internasional. Namun, penelitian ini juga memiliki dampak negatif yang perlu diperhatikan. Penerapan strategi global yang kompleks dapat menyebabkan tekanan tambahan pada sumber daya perusahaan, terutama bagi UMKM yang memiliki kapasitas terbatas. Selain itu, adaptasi strategi berbasis teknologi membutuhkan investasi yang besar dan pengembangan keterampilan karyawan, yang dapat menjadi tantangan bagi perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola sumber daya mereka dengan bijak agar dapat memanfaatkan hasil penelitian ini secara optimal tanpa menghadapi risiko yang signifikan.

Penelitian ini menemukan bahwa manajemen strategis di era globalisasi sangat dipengaruhi oleh inovasi teknologi, adaptasi budaya, keberlanjutan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Perusahaan yang mampu mengadopsi teknologi digital seperti big data analytics, kecerdasan buatan (AI), dan otomasi memiliki keunggulan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses pengambilan keputusan strategis. Namun, implementasi strategi global ini membutuhkan adaptasi budaya yang baik agar perusahaan dapat beroperasi secara efektif di berbagai pasar dengan perbedaan norma, bahasa, dan kebiasaan lokal.

Dari hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa 45% perusahaan yang menjadi subjek penelitian telah mengintegrasikan transformasi digital dalam strategi mereka, sementara 55% lainnya masih berada dalam tahap awal digitalisasi. Selain itu, perusahaan yang menerapkan praktik keberlanjutan (CSR) dalam strategi bisnis mereka cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen yang lebih tinggi, terutama di pasar global yang semakin peduli dengan isu lingkungan dan sosial.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan tingkat adopsi elemen-elemen strategi global di perusahaan yang diteliti:

Tabel 1

Elemen Strategi	Persentase Perusahaan yang Mengadopsi
Inovasi Teknologi	45 %
Adaptasi Budaya	65 %
Keberlanjutan (CSR)	50 %
Pengelolaan Sumber Daya Manusia	70 %

Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia menjadi elemen paling dominan dalam strategi global, dengan perusahaan berfokus pada pengembangan kompetensi lintas budaya dan keterampilan digital karyawan. Sementara itu, perusahaan yang belum sepenuhnya mengadopsi inovasi teknologi menghadapi kendala dalam meningkatkan daya saing global.

Dari sisi tantangan, ditemukan bahwa UMKM menghadapi kesulitan dalam menerapkan manajemen strategis global karena keterbatasan modal dan sumber daya. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah dan kebijakan yang proaktif untuk membantu UMKM mengakses teknologi dan meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi persaingan global.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengadopsi pendekatan holistik dalam manajemen strategis, dengan memadukan teknologi, keberlanjutan, adaptasi budaya, dan pengembangan sumber daya manusia untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar internasional.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengadopsi pendekatan manajemen strategis berbasis inovasi, adaptasi budaya, dan keberlanjutan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar di era globalisasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan perusahaan di pasar global sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan lingkungan bisnis yang terus berubah dan semakin kompleks. Pada bagian ini, hasil temuan akan dibahas secara lebih mendalam dengan menyandingkannya dengan studi-studi terdahulu untuk memberikan pemahaman yang komprehensif.

Inovasi Teknologi sebagai Kunci Keunggulan Kompetitif

Temuan penelitian menunjukkan bahwa 45% perusahaan yang menjadi subjek penelitian telah mengintegrasikan transformasi digital dalam strategi bisnis mereka. Perusahaan yang berhasil mengadopsi teknologi seperti big data analytics, kecerdasan buatan (AI), dan otomatisasi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pengambilan keputusan strategis, dan mengidentifikasi peluang pasar baru. Studi terdahulu oleh Hill et al. (2022) menyatakan bahwa perusahaan yang mengadopsi teknologi digital lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar global yang cepat. Teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk memantau perilaku konsumen secara real-time, memprediksi tren pasar, dan mengoptimalkan proses bisnis mereka. Sebagai contoh, penggunaan big data analytics membantu perusahaan dalam

mengidentifikasi pola konsumsi dan preferensi pelanggan di berbagai negara, yang pada akhirnya meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan pasar lokal.

Namun, studi oleh Goyal et al. (2023) menemukan bahwa tantangan utama dalam adopsi teknologi adalah kurangnya investasi yang memadai dan kurangnya keterampilan digital di kalangan karyawan. Hal ini juga terlihat dalam penelitian ini, di mana sebagian besar perusahaan yang belum mengadopsi inovasi teknologi menghadapi kendala dalam hal sumber daya finansial dan kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya berinvestasi dalam teknologi, tetapi juga dalam pengembangan keterampilan digital karyawan mereka.

Adaptasi Budaya dalam Manajemen Strategis Global

Temuan lain yang menarik dari penelitian ini adalah bahwa 65% perusahaan yang diteliti telah mengadopsi strategi adaptasi budaya sebagai bagian dari manajemen strategis mereka. Adaptasi budaya sangat penting dalam konteks globalisasi, karena perusahaan yang beroperasi di pasar internasional harus memahami perbedaan budaya, bahasa, dan norma sosial di berbagai negara. Menurut Gupta et al. (2022), adaptasi budaya adalah salah satu faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan perusahaan di pasar global. Studi tersebut menekankan bahwa perusahaan yang mampu menyesuaikan strategi pemasaran, komunikasi, dan manajemen sumber daya manusia mereka dengan budaya lokal akan lebih mudah membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemerintah setempat. Sebaliknya, perusahaan yang mengabaikan perbedaan budaya sering kali menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sebagai contoh, perusahaan multinasional seperti McDonald's dan Starbucks telah menyesuaikan menu mereka dengan preferensi lokal di berbagai negara. McDonald's di India, misalnya, tidak menyajikan daging sapi, tetapi menawarkan menu vegetarian yang sesuai dengan budaya setempat. Adaptasi semacam ini memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang berbeda-beda. Namun, adaptasi budaya juga menghadirkan tantangan tersendiri. Studi oleh Calabrese et al. (2020) menemukan bahwa adaptasi budaya membutuhkan waktu, sumber daya, dan pemahaman mendalam tentang budaya lokal. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penelitian pasar yang mendalam dan melibatkan karyawan lokal untuk membantu proses adaptasi tersebut.

Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Penelitian ini juga menemukan bahwa 50% perusahaan yang menjadi subjek penelitian telah mengintegrasikan praktik keberlanjutan dan CSR dalam strategi bisnis mereka. Perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen yang lebih tinggi, terutama di pasar global yang semakin peduli dengan isu lingkungan dan sosial. Studi oleh García et al. (2022) menunjukkan bahwa konsumen modern semakin memperhatikan praktik bisnis perusahaan, termasuk bagaimana perusahaan memperlakukan karyawan, menjaga lingkungan, dan berkontribusi pada masyarakat. Konsumen cenderung lebih loyal kepada perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa perusahaan kecil dan menengah (UMKM) menghadapi tantangan dalam mengadopsi praktik keberlanjutan karena keterbatasan sumber daya. Hal ini sejalan dengan temuan dari Calabrese et al. (2020), yang menyatakan bahwa UMKM sering kali kesulitan dalam menjalankan CSR karena kurangnya dukungan finansial dan kebijakan yang memadai. Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah dan organisasi internasional perlu memberikan dukungan yang lebih besar kepada UMKM dalam bentuk insentif, pelatihan, dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Era Globalisasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa 70% perusahaan telah memberikan perhatian khusus pada pengelolaan sumber daya manusia (SDM) sebagai bagian dari manajemen strategis mereka. Perusahaan yang sukses di pasar global cenderung memiliki karyawan dengan keterampilan lintas budaya, kemampuan beradaptasi dengan teknologi baru, dan pemahaman tentang pasar global. Menurut Rothaermel (2021), pengelolaan SDM yang efektif merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan implementasi strategi global. Karyawan yang memiliki keterampilan global dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan budaya, teknologi, dan regulasi yang berbeda di berbagai negara. Namun, studi oleh Goyal et al. (2023) menemukan bahwa perusahaan sering kali menghadapi tantangan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan dengan keterampilan global yang memadai. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan mereka untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar global.

Tantangan dan Peluang bagi UMKM

Penelitian ini juga menemukan bahwa UMKM menghadapi tantangan yang lebih besar dalam menerapkan manajemen strategis di era globalisasi. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan sumber daya, kurangnya akses ke teknologi, dan minimnya dukungan kebijakan dari pemerintah. Namun, UMKM juga memiliki peluang besar untuk memanfaatkan pasar global, terutama melalui digitalisasi dan e-commerce. Menurut Kuncoro dan Saraswati (2023), UMKM yang mampu memanfaatkan platform digital dan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar mereka ke berbagai negara dengan biaya yang lebih rendah.

Untuk mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan globalisasi, pemerintah perlu memberikan dukungan yang lebih besar dalam bentuk kebijakan proaktif, insentif, dan pelatihan. Selain itu, kolaborasi antara perusahaan besar dan UMKM juga dapat membantu mempercepat proses transformasi digital dan globalisasi UMKM.

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang ingin sukses di era globalisasi perlu mengadopsi pendekatan manajemen strategis yang holistik. Pendekatan ini mencakup inovasi teknologi, adaptasi budaya, keberlanjutan, dan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Selain itu, perusahaan perlu memahami tantangan dan peluang yang muncul di pasar global serta berinvestasi dalam pengembangan kapasitas internal mereka untuk menghadapi tantangan tersebut.

Studi ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global, sekaligus mengisi gap dalam literatur yang ada dengan menyoroti pentingnya integrasi antara teknologi, budaya, keberlanjutan, dan SDM dalam manajemen strategis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di era globalisasi perlu mengadopsi manajemen strategis yang mengintegrasikan inovasi teknologi, adaptasi budaya, keberlanjutan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Inovasi teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses pengambilan keputusan strategis. Adaptasi budaya membantu perusahaan untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan dan preferensi pasar lokal di berbagai negara, sementara keberlanjutan (CSR) semakin menjadi faktor yang menentukan kepercayaan dan loyalitas konsumen global. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif

memastikan perusahaan memiliki tenaga kerja yang kompeten dan mampu menghadapi tantangan lintas budaya serta memanfaatkan teknologi baru. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa banyak perusahaan, terutama UMKM, menghadapi tantangan dalam menerapkan strategi global karena keterbatasan sumber daya finansial dan kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang proaktif, insentif, dan pelatihan untuk mempercepat transformasi digital dan meningkatkan daya saing global UMKM.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi lebih dalam strategi digitalisasi yang dapat diimplementasikan oleh UMKM dengan biaya yang terjangkau serta mengkaji peran kebijakan pemerintah dalam mendorong adopsi strategi global. Selain itu, penelitian lanjutan dapat fokus pada pengembangan keterampilan lintas budaya dan literasi digital di kalangan tenaga kerja untuk memperkuat implementasi manajemen strategis di berbagai sektor industri. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing global perusahaan di berbagai skala.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, I., Rahmanu, I., Saputri, H., & Tahang, M. (2024). The strategic role of environmental accounting in promoting business sustainability in Indonesia. *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.59639/asik.v2i3.71>
- Arda, D. P. (2024). The importance of presenting cooperative financial reports to create good cooperative governance: Indonesia case. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v5i1.1258>
- Asmana, Y., Tukiran, M., Sukardi, S., & Zainuddin, Z. (2024). Factors that influence banking performance: A narrative literature review. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i1.141>
- Azzahra, S. A., Nurrahman, S., & Saefullah, A. (2024). Integrasi kecerdasan buatan dalam sistem rekomendasi produk untuk e-commerce. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.58169/saintek.v3i1.394>
- Azzahra, S. A., Saefullah, A., Tohiroh, T., Abas, F., Rifia, T. N. I., Zainuddin, Z., Putra, I. R., Nurhayati, N., Nurhakim, R., Hidayatullah, S., Saputri, H., & Tahang, M. (2024). Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan hewan kurban yang halal dan baik di Masjid Baiturrahman. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.60023/x3t9kw02>
- Calabrese, A., Dora, M., & Han, Y. (2020). Sustainable innovation and global competitiveness. *Journal of Business Research*, 120, 87-95. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.004>

- Carroll, A. B., & Laasch, O. (2021). Responsible business in a changing world: New managerial approaches. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1121-1145. <https://doi.org/10.1111/joms.12657>
- Chen, H., Tsai, M., & Liu, C. (2021). The role of digital transformation in global competitive advantage. *International Journal of Information Management*, 56, 102240. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102240>
- Dagnino, G. B., Levanti, G., & Minà, A. (2021). Benchmarking global strategies: Theory and practice. *Strategic Management Journal*, 42(4), 731-751. <https://doi.org/10.1002/smj.3138>
- García, M., Pérez, J., & González, C. (2022). Corporate social responsibility and consumer trust in global markets. *Sustainability*, 14(8), 4856. <https://doi.org/10.3390/su14084856>
- Ghosh, S., Dutta, S., & Banerjee, S. (2021). No barriers entry in the global market: An empirical study. *International Journal of Economics and Business*, 15(3), 45-67. <https://doi.org/10.1007/s41267-021-00493-8>
- Goyal, P., Tandon, A., & Agarwal, R. (2023). Digital transformation and speed of market entry. *Journal of Global Business Studies*, 3(1), 102-119. <https://doi.org/10.1108/JGBS-01-2023-0005>
- Gupta, R., Singh, S., & Mehta, P. (2022). Strategic management for global competitiveness. *Journal of Business Strategy*, 43(7), 100-125. <https://doi.org/10.1108/JBS-02-2022-0021>
- Hartono, R., Saksana, J. C., Zakaria, T. R., & Azzahra, S. A. (2024). Strategi manajemen, dalam meningkatkan disiplin, kemandirian dan integritas santri dengan penanaman nilai-nilai kebangsaan pada asrama Al-Fajar Ma'had Al-Zaytun Indramayu Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.60023/gb0nph57>
- Hill, C. W. L., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2022). *Strategic Management: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Jayaun, J. (2024). Peran kampus dalam pengembangan karir dan kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.60023/sa967850>
- Kuncoro, M., & Saraswati, R. (2023). Innovation and customer experience in the global era. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 67-85. <https://doi.org/10.1007/s10843-023-00278-3>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases*. McGraw-Hill Education.
- Saefullah, A., Hidayatullah, S., Fadli, A., & Candra, H. (2025). The impact of transformational leadership on energy innovation: A review from the viewpoint of the consumer. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 8(1.1), Article 1.1. <https://doi.org/10.29099/ijair.v8i1.1.1357>

Siregar, F. G., Saefullah, A., Candra, H., Fadli, A., & Pardian, R. (2024). Evaluasi penerapan ISAK 35 terhadap laporan keuangan di pendidikan tinggi: Studi kasus STIE Ganesha. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9787>

Yin, R. K. (2020). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.