ANALISIS KONSEP, FUNGSI, STRATEGI, SERTA TANTANGAN MANAJEMEN BISNIS

Madar Zauabi[1], Affiq Faeyza[2], Inda Lestari[3], Nur Aini[4]

[1, 2, 3, 4]*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*
E-mail : madar.zauabi@uinsu.ac.id[1], affiqfaeyza4@gmail.com[2], indalestari2554@gmail.com[3], aini1817@gmail.com[4]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam tentang konsep, fungsi, strategi, serta tantangan dalam manajemen bisnis di Indonesia. Melalui metode studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi bahwa manajemen bisnis memiliki peran vital dalam menentukan keberhasilan dan daya saing perusahaan. Fungsi-fungsi utama seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian harus dijalankan secara terpadu dan adaptif untuk menghadapi dinamika lingkungan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan manajemen bisnis di era modern meliputi ketidakpastian ekonomi global, perkembangan teknologi, pengelolaan SDM, serta tuntutan terhadap keberlanjutan dan transformasi digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi manajemen yang inovatif dan berkelanjutan agar mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang kompetitif.

Kata Kunci : *Manajemen Bisnis, Strategi, Tantangan, Fungsi Manajemen, Daya Saing*

PENDAHULUAN

Manajemen bisnis merupakan aspek penting dalam keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Melalui manajemen bisnis yang efektif, organisasi dapat mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan produktivitas, serta meraih keuntungan yang maksimal. Manajemen bisnis tidak hanya mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, tetapi juga mencakup kemampuan dalam mengambil keputusan strategis yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan secara berkelanjutan (Iswandi, 2021).

Selain itu, dinamika persaingan global menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif. Dalam konteks ini, manajemen bisnis yang adaptif dan inovatif menjadi sangat penting. Kemampuan manajerial yang baik dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan perubahan pasar, teknologi, dan preferensi konsumen. Hal ini membuat manajemen bisnis menjadi kunci bagi organisasi untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan yang cepat (Alma, 2014).

Penerapan manajemen bisnis yang baik dapat memberikan dampak signifikan pada kesejahteraan karyawan, efisiensi operasional, serta kepuasan pelanggan peran manajer dalam membangun budaya organisasi yang kondusif akan berdampak positif terhadap kinerja karyawan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep manajemen bisnis secara menyeluruh menjadi hal yang esensial bagi keberhasilan organisasi.

Selain itu, perkembangan ilmu manajemen di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Menurut Umar (2010), banyak perusahaan di Indonesia yang mulai menerapkan prinsip-prinsip manajemen modern untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional. Hal ini mencakup pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, pemasaran, serta aspek-aspek lainnya yang mendukung pencapaian tujuan bisnis.

Dengan demikian, penelitian mengenai manajemen bisnis di Indonesia menjadi sangat relevan untuk dikaji lebih dalam. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana praktik manajemen bisnis dapat diterapkan secara efektif di perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas secara mendalam tentang, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

METODE

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode *library research* (studi literatur) studi literatur atau penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah objek penelitian dari referensi seperti buku, jurnal dan hasil penelitian yang sudah diteliti dan dikembangkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Silalahi dkk, 2020).

Definisi manajemen yaitu *"Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources*. Yang artinya; manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindaka-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya yang lainnya (Athoillah, 2010).

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari (Adawiyah, Karim & Fitria, 2024). Bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen. Bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi (Juliana, Faathir & Sulthan, 2019).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen bisnis adalah suatu pendekatan terpadu yang mengatur aktivitas bisnis secara sistematis dan terencana, sehingga dapat menciptakan nilai tambah baik bagi organisasi maupun masyarakat secara keseluruhan.

Manajemen bisnis adalah proses yang sistematis dan terpadu dalam mengelola seluruh aspek bisnis agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. Menurut Siagian (2020), manajemen bisnis mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya organisasi dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen bisnis bukan hanya sekadar mengelola sumber daya manusia, tetapi juga berperan dalam pengelolaan keuangan, operasional, pemasaran, dan inovasi yang menjadi pilar keberlangsungan perusahaan.

Selain itu, Handoko (2021) menekankan bahwa manajemen bisnis mencakup pengambilan keputusan yang berkesinambungan dalam merespons perubahan lingkungan eksternal, termasuk perkembangan teknologi, globalisasi, dan dinamika pasar. Oleh karena itu, manajemen bisnis harus mampu menjembatani antara visi dan misi organisasi dengan implementasi program kerja yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dan stakeholder. Dengan demikian, manajemen bisnis dapat dipahami sebagai kerangka kerja strategis yang mengintegrasikan seluruh aktivitas bisnis agar organisasi mampu bersaing secara berkelanjutan.

Teori Manajemen Bisnis

Berbagai teori mendasari praktik manajemen bisnis modern. Pertama, teori klasik yang dipelopori oleh Henri Fayol mengemukakan lima fungsi utama manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pemberian perintah (*commanding*), pengkoordinasian (*coordinating*), dan pengendalian (*controlling*) (Siagian, 2020). Teori ini menekankan pentingnya struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang spesifik, serta hierarki yang terdefinisi agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Kedua, teori perilaku organisasi (*behavioral theory*) menyoroti peran manusia sebagai pusat aktivitas organisasi. Menurut Handoko (2021), teori ini menekankan pentingnya aspek motivasi, kepemimpinan, komunikasi, dan dinamika kelompok dalam mencapai produktivitas yang optimal. Teori ini menggaris bawahi bahwa hubungan antarindividu dalam organisasi memengaruhi kinerja secara keseluruhan, sehingga manajer harus memahami kebutuhan karyawan agar tercipta lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Ketiga, teori kontingensi (*contingency theory*) menekankan bahwa tidak ada satu pendekatan manajemen yang berlaku universal. Menurut Hasibuan (2021), penerapan teori kontingensi harus mempertimbangkan faktor-faktor situasional yang memengaruhi organisasi, seperti ukuran organisasi, teknologi yang digunakan, budaya organisasi, serta dinamika pasar. Dengan demikian, teori ini mengajarkan bahwa manajemen harus bersifat fleksibel dan adaptif sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal organisasi.

Keempat, teori sumber daya (*resource-based theory*) yang dikembangkan dalam konteks manajemen strategis modern, menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi dapat dicapai melalui pengelolaan sumber daya yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing. Menurut Suryana (2021), sumber daya tersebut meliputi kapabilitas manusia, inovasi, teknologi, dan jaringan relasi bisnis yang menjadi modal penting dalam menghadapi persaingan global.

Fungsi-Fungsi Manajemen Bisnis

Dalam kerangka organisasi modern, fungsi manajemen bisnis telah berkembang seiring dengan kompleksitas tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Fungsi dasar manajemen yang dikenal sebagai **Planning, Organizing, Leading, dan Controlling (POLC)** menjadi fondasi dalam mengelola kegiatan bisnis secara strategis dan operasional. Empat fungsi utama ini saling terintegrasi dan mempengaruhi satu sama lain dalam proses pencapaian tujuan bisnis.

1) Perencanaan (Planning)

Perencanaan bisnis adalah tahapan awal yang sangat menentukan arah dan keberlanjutan suatu usaha. Fungsi ini melibatkan perumusan tujuan, pemetaan sumber daya, penentuan strategi, serta penjadwalan kegiatan usaha secara menyeluruh. Di Indonesia, pelaku UMKM yang menerapkan perencanaan strategis cenderung memiliki tingkat kelangsungan usaha yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Perencanaan juga membantu perusahaan menghadapi ketidakpastian dan perubahan pasar. Dalam praktiknya, bentuk perencanaan dapat berupa business plan, analisis SWOT, serta proyeksi keuangan. Sayangnya, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, hanya 20% dari UMKM di Indonesia yang memiliki dokumen rencana bisnis tertulis (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022). Ini menunjukkan perlunya literasi manajemen yang lebih luas dan pelatihan formal bagi pelaku usaha kecil.

2) Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian mencakup penyusunan struktur organisasi, pembagian kerja, dan alokasi sumber daya. Dalam konteks bisnis Indonesia, terutama di sektor informal, struktur organisasi yang kurang jelas sering kali menimbulkan tumpang tindih pekerjaan, rendahnya akuntabilitas, dan konflik internal (Suryanto, 2019).

Menurut Suryanto (2019), struktur organisasi berbasis fungsional lebih cocok diterapkan pada UMKM karena lebih fleksibel dan tidak memerlukan biaya tinggi. Namun, untuk skala bisnis menengah dan besar, pendekatan matriks atau divisi lebih disarankan agar pengelolaan dapat lebih spesifik sesuai lini produk atau wilayah operasional.

Digitalisasi juga turut mengubah model pengorganisasian bisnis. Struktur hierarki tradisional kini bergeser ke arah struktur datar (flat structure) yang mendorong kolaborasi antartim dan mempercepat pengambilan keputusan. Platform seperti Trello, Notion, dan ERP bahkan memfasilitasi pengorganisasian lintas lokasi geografis.

3) Pengarahan (Leading)

Fungsi pengarahan erat kaitannya dengan gaya kepemimpinan, motivasi, komunikasi, serta budaya organisasi. Dalam organisasi bisnis Indonesia, khususnya perusahaan keluarga, sering kali fungsi pengarahan dijalankan secara informal dan tidak terstandar (Pohan, 2021). Hal ini menimbulkan perbedaan persepsi antara manajemen dan karyawan, serta berpotensi menurunkan produktivitas.

Studi Dewi (2021) menemukan bahwa gaya kepemimpinan transformasional memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan dan kinerja organisasi di sektor jasa dan perdagangan. Gaya ini ditandai dengan kemampuan pemimpin dalam membangun visi jangka panjang, memberi inspirasi, serta memperhatikan pengembangan pribadi bawahan. Selain itu, pemberdayaan karyawan dan pengakuan atas prestasi individu juga merupakan bagian penting dari proses pengarahan yang efektif.

4) Pengendalian (Controlling)

Pengendalian dilakukan untuk memastikan bahwa setiap bagian organisasi berjalan sesuai dengan rencana. Fungsi ini mencakup penetapan standar, pengukuran hasil kerja, analisis penyimpangan, dan pengambilan tindakan korektif. Sistem pengendalian yang baik memungkinkan manajemen untuk mendeteksi masalah sejak dini dan mencegah kerugian yang lebih besar (Handoko, 2020).

Sayangnya, banyak bisnis kecil di Indonesia belum memiliki sistem pelaporan dan evaluasi kinerja yang memadai. Menurut Yuliani (2020), lemahnya pengendalian internal menjadi penyebab utama tingginya angka kegagalan UMKM. Oleh karena itu, penggunaan sistem digital seperti Software Akuntansi (Accurate, Jurnal, dsb.) serta ERP menjadi langkah penting dalam meningkatkan kontrol internal.

Strategi Manajemen Bisnis

Strategi manajemen bisnis adalah serangkaian rencana dan kebijakan yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Strategi bisnis merupakan komponen utama dalam manajemen karena menentukan arah dan posisi kompetitif perusahaan di pasar. Strategi ini dipengaruhi oleh faktor internal (kapasitas produksi, SDM, modal) maupun eksternal (tren pasar, persaingan, regulasi).

1) Strategi Diferensiasi

Strategi ini bertujuan untuk menawarkan nilai yang unik kepada pelanggan, baik melalui fitur produk, layanan tambahan, atau pengalaman pengguna. Di Indonesia, banyak pelaku bisnis kuliner dan fashion lokal yang berhasil menciptakan diferensiasi melalui unsur budaya lokal dan kreativitas desain (Prabowo, 2020). Produk-produk seperti batik kontemporer, kopi lokal dengan konsep modern, atau makanan tradisional dengan kemasan premium merupakan contoh nyata.

2) Strategi Biaya Rendah

Strategi ini sangat relevan di pasar Indonesia yang mayoritas konsumennya sensitif terhadap harga. Perusahaan seperti Indomie dan Alfamart adalah contoh keberhasilan dalam menerapkan efisiensi operasional untuk menekan harga jual. Namun, strategi ini harus diimbangi dengan pengendalian mutu agar tidak menurunkan kepuasan pelanggan (Prabowo, 2020).

3) Strategi Fokus Pasar

Strategi ini menargetkan segmen tertentu secara spesifik. Banyak startup Indonesia seperti Sayurbox, Warung Pintar, dan Ruangguru menggunakan strategi fokus untuk menggarap kebutuhan

kelompok tertentu, seperti ibu rumah tangga, warung tradisional, atau pelajar sekolah menengah (Arifin dan Nugroho, 2021). Fokus pasar membuat perusahaan lebih dekat dengan kebutuhan konsumen dan membangun loyalitas yang kuat.

Menurut Wheelen dan Hunger (2021), strategi bisnis dapat dikembangkan melalui analisis lingkungan eksternal dan internal organisasi. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan alat penting dalam proses formulasi strategi yang membantu organisasi memahami posisi kompetitifnya.

Lebih lanjut, Porter (dalam Suryana, 2021) mengemukakan tiga strategi generik yang dapat diterapkan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing, yaitu:

1) *Cost Leadership* (kepemimpinan biaya rendah), yaitu strategi untuk menjadi produsen dengan biaya paling efisien sehingga dapat menawarkan harga lebih rendah kepada konsumen;
2) *Differentiation* (pembedaan produk), yaitu strategi untuk menciptakan produk atau layanan yang unik sehingga memiliki nilai tambah di mata konsumen;
3) *Focus Strategy* (fokus pada segmen pasar tertentu), yaitu strategi untuk melayani ceruk pasar tertentu secara lebih mendalam dari pada pesaing.

Dalam konteks Indonesia, strategi manajemen bisnis juga harus mempertimbangkan kondisi lokal dan global, termasuk perubahan regulasi pemerintah, digitalisasi, serta preferensi konsumen yang semakin dinamis (Suryana, 2021). Oleh karena itu, manajer bisnis perlu mengintegrasikan inovasi, teknologi informasi, dan transformasi digital dalam menyusun strategi bisnis agar mampu bersaing di era industri 4.0.

Strategi manajemen bisnis yang efektif juga harus bersifat berkelanjutan dan inklusif. Hal ini dapat dicapai dengan mengutamakan nilai-nilai etika bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, serta pemberdayaan karyawan agar organisasi tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan (Hasibuan, 2021). Dengan demikian, strategi manajemen bisnis yang komprehensif akan membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Tantangan dalam Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis dalam konteks modern telah berkembang menjadi disiplin yang sangat kompleks dan multidimensional. Tantangan yang dihadapi manajer dan pemilik usaha tidak lagi terbatas pada pengelolaan internal, tetapi juga mencakup adaptasi terhadap lingkungan eksternal yang sangat dinamis. Perubahan pasar yang cepat, disrupsi teknologi, ketidakpastian ekonomi, hingga ekspektasi sosial yang semakin tinggi terhadap tanggung jawab perusahaan, semuanya menjadi elemen yang membentuk lanskap baru dunia bisnis. Agar dapat bertahan dan berkembang, manajemen harus mampu menghadapi tantangan-tantangan ini dengan pendekatan yang strategis, adaptif, dan inovatif.

Berikut adalah uraian lengkap mengenai tantangan-tantangan utama dalam manajemen bisnis ini :

1) Volatilitas dan Ketidakpastian Ekonomi Global

Salah satu tantangan paling signifikan dalam manajemen bisnis adalah volatilitas ekonomi yang dipicu oleh faktor global seperti krisis keuangan, pandemi, konflik geopolitik, dan fluktuasi harga komoditas. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam merencanakan investasi, menyusun anggaran, dan menetapkan strategi jangka panjang. Ketidakpastian ekonomi juga memengaruhi perilaku konsumen, menyebabkan perubahan pola konsumsi yang mendadak dan tidak terduga.

Menurut Yustika (2020), dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, perusahaan memerlukan sistem manajemen risiko yang kuat dan penguatan struktur organisasi yang fleksibel. Manajer harus siap menyusun skenario alternatif dalam perencanaan bisnis dan membangun cadangan keuangan untuk menghadapi krisis tak terduga.

2) Perkembangan Teknologi dan Kecepatan Inovasi

Teknologi merupakan kekuatan utama yang mendorong transformasi bisnis saat ini. Namun, sekaligus menjadi tantangan besar. Perusahaan yang lambat mengadopsi teknologi akan tertinggal dari kompetitor. Tantangan ini meliputi:

a. Investasi awal yang besar;
b. Kebutuhan akan pelatihan SDM;
c. Adaptasi terhadap sistem digital;
d. Risiko keamanan data dan serangan siber.

Ramadhan (2020) menyebutkan bahwa transformasi digital merupakan faktor utama dalam peningkatan efisiensi bisnis, namun implementasinya membutuhkan perubahan besar dalam struktur organisasi dan budaya kerja. Di banyak perusahaan, resistensi terhadap perubahan teknologi menjadi penghambat utama keberhasilan digitalisasi.

3) Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Pengelolaan SDM menjadi salah satu tantangan yang semakin kompleks. Hal ini tidak hanya terkait dengan rekrutmen dan pelatihan, tetapi juga mencakup pengembangan budaya organisasi, manajemen kinerja, hingga manajemen generasi. Generasi milenial dan Gen Z memiliki harapan yang berbeda terhadap dunia kerja dibandingkan generasi sebelumnya—mereka lebih menghargai fleksibilitas, transparansi, dan kesempatan berkembang secara pribadi.

Dewi & Susanti (2021) menekankan pentingnya pendekatan manajerial yang berbasis pada pengembangan potensi individu dan penciptaan lingkungan kerja yang inklusif. Tingkat turn-over yang tinggi, stres kerja, dan konflik antar tim menjadi masalah yang harus diantisipasi secara sistematis.

4) Ketidaksesuaian Keterampilan (Skill Mismatch)

Tantangan ini muncul akibat ketidaksesuaian antara keterampilan yang dimiliki oleh lulusan pendidikan dan keterampilan yang dibutuhkan di dunia industri. Perusahaan sering kali kesulitan menemukan tenaga kerja yang siap pakai, terutama dalam bidang teknologi, manufaktur, dan keuangan digital.

Kementerian Tenaga Kerja RI (2021) melaporkan bahwa 55% perusahaan mengalami kesulitan dalam menemukan karyawan yang sesuai dengan kualifikasi teknis pekerjaan. Hal ini menunjukkan perlunya kolaborasi antara institusi pendidikan, pemerintah, dan dunia usaha dalam pengembangan kurikulum berbasis kebutuhan pasar.

5) Regulasi yang Dinamis dan Kompleks

Lingkungan regulasi yang berubah-ubah, tumpang tindih antar lembaga, dan kurangnya kepastian hukum menjadi kendala besar dalam manajemen bisnis. Meskipun pemerintah telah memperkenalkan sistem Online Single Submission (OSS) dan reformasi perizinan melalui UU Cipta Kerja, tantangan tetap muncul dalam implementasi lapangan.

Menurut KADIN Indonesia (2019), pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memahami dan mematuhi berbagai peraturan yang berubah dalam waktu singkat, terutama yang berkaitan dengan perpajakan, ketenagakerjaan, dan lingkungan.Biaya kepatuhan yang tinggi dapat membebani operasional, terutama bagi usaha kecil dan menengah.

6) Persaingan Global dan Disrupsi Model Bisnis

Kemajuan teknologi digital telah menurunkan hambatan masuk ke pasar, sehingga kompetisi tidak lagi datang hanya dari pelaku lokal, tetapi juga dari perusahaan global dan startup yang agresif. Bisnis tradisional di berbagai sektor seperti transportasi, perhotelan, pendidikan, hingga ritel telah digantikan oleh model bisnis berbasis platform digital seperti Gojek, Airbnb, Ruangguru, dan Tokopedia.

Prabowo (2020) menjelaskan bahwa perusahaan perlu terus menerus mengevaluasi model bisnis mereka agar tetap relevan dalam ekosistem digital. Kecepatan inovasi menjadi faktor penentu keberhasilan, bukan lagi ukuran atau usia perusahaan.

7) Tuntutan terhadap Praktik Berkelanjutan dan ESG

Konsumen dan investor kini semakin memperhatikan aspek *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam menilai kinerja perusahaan. Bisnis yang tidak menunjukkan komitmen terhadap isu lingkungan, sosial, dan etika akan ditinggalkan oleh pasar.

KLHK (2022) mencatat bahwa semakin banyak perusahaan mulai menerapkan pelaporan berkelanjutan (sustainability report), namun banyak yang masih sebatas formalitas dan belum diintegrasikan ke dalam sistem manajemen inti. Tantangan terbesar adalah bagaimana menyelaraskan keberlanjutan dengan profitabilitas tanpa menimbulkan beban biaya tambahan yang tidak efisien.

8) Keamanan Siber dan Perlindungan Data

Ketergantungan pada teknologi digital membawa risiko baru berupa ancaman keamanan siber. Kebocoran data, peretasan sistem, dan penyalahgunaan informasi pelanggan dapat merusak reputasi perusahaan dan menimbulkan kerugian finansial besar.

Menurut BSSN (2021), lebih dari 1 miliar upaya serangan siber terdeteksi dalam satu tahun terhadap sistem pemerintah dan korporasi. Perusahaan harus menginvestasikan sumber daya untuk memperkuat sistem keamanan siber dan melatih karyawan dalam manajemen risiko digital.

9) Perubahan Pola Konsumsi dan Ekspektasi Pelanggan

Konsumen masa kini menuntut lebih dari sekadar kualitas produk. Mereka menginginkan:

a. Layanan cepat dan personal;
b. Akses digital yang mudah;
c. Transparansi harga dan proses produksi;
d. Nilai-nilai etika dalam bisnis.

Hal ini menuntut manajemen untuk terus memahami tren dan perubahan perilaku konsumen melalui riset pasar dan data analitik. Perusahaan yang gagal membaca sinyal pasar akan kehilangan loyalitas pelanggan.

10) Ketahanan Bisnis dan Manajemen Krisis

Krisis seperti pandemi COVID-19, bencana alam, dan konflik geopolitik menuntut perusahaan memiliki sistem manajemen krisis yang matang. Banyak bisnis tidak memiliki skenario darurat atau cadangan keuangan untuk bertahan dalam situasi luar biasa.

LIPI (2021) mencatat bahwa hanya 17% UMKM memiliki rencana kelangsungan usaha (*business continuity plan*) saat menghadapi pandemi. Perusahaan perlu menyusun sistem ketahanan yang mencakup diversifikasi pemasok, pemetaan risiko, dan digitalisasi rantai pasok.

KESIMPULAN

Manajemen bisnis memainkan peran kunci dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan organisasi di tengah tantangan yang semakin kompleks. Fungsi-fungsi dasar manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian harus diimplementasikan secara terintegrasi agar organisasi dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Strategi yang tepat, baik diferensiasi, biaya rendah, maupun fokus pasar, perlu disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Di samping itu, tantangan seperti disrupsi teknologi, keterbatasan keterampilan tenaga kerja, dan regulasi yang dinamis menuntut adanya inovasi dan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan manajerial. Dengan pendekatan yang strategis dan berkelanjutan, manajemen bisnis dapat menjadi alat utama dalam mencapai keunggulan kompetitif dan menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, S. R., Karim, D. A., & Fitria, S. (2024). Peran Dan Fungsi Bahasa Sebagai Komponen Utama Dalam Komunikasi Bisnis. *Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Ekonomi*, *2*(1), 53-59.

Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arifin, Z., & Nugroho, Y. (2021). "Adaptasi Strategi UMKM selama Pandemi". Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen, 10(2), 120–134.

Athoillah, Anton. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.

BSSN. (2021). Laporan Tahunan Keamanan Siber Nasional. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.

Dewi, R. K. (2021). "Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kinerja Organisasi". Jurnal Manajemen Indonesia, 42(2), 88–103.

Dewi, R. K., & Susanti, M. (2021). "Tantangan Sumber Daya Manusia di Era Industri 4.0". Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(2), 110–123.

Handoko, T. H. (2020). Manajemen. Yogyakarta: BPFE.

Handoko, T. H. (2021). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Hasibuan, M. S. P. (2021). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Iswandi, A. (2021). Analisis pengelolaan manajemen sumber daya manusia (sdm) dalam upaya meningkatkan kinerja dan motivasi melalui reward system (artikel studi manajemen sumber daya manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, *1*(3), 280-288.

Juliana, J., Faathir, M., & Sulthan, M. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, *19*(1), 36-43.

KADIN Indonesia. (2019). Studi Iklim Usaha dan Hambatan Regulasi. Jakarta: KADIN.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). Profil UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.

Kementerian Tenaga Kerja RI. (2021). Laporan Ketidaksesuaian Keterampilan dan Kebutuhan Dunia Usaha. Jakarta: Kemnaker.

KLHK. (2022). Laporan Kinerja Lingkungan Korporasi Nasional. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

LIPI. (2021). Ketahanan Bisnis UMKM dalam Masa Krisis. Jakarta: LIPI Press.

Pohan, N. A. (2021). Manajemen Strategi Bisnis: Teori dan Praktik. Medan: Andalas University Press.
Prabowo, H. (2020). Manajemen Strategis dalam Era Disrupsi Digital. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
Prabowo, H. (2020). Manajemen Strategis dalam Era Disrupsi Digital. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
Ramadhan, A. (2020). Digitalisasi Bisnis dan Sistem Informasi Manajemen. Surabaya: Graha Ilmu.
Siagian, S. P. (2020). *Manajemen Bisnis Kontemporer*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
Silalahi, Marto dkk. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen dan Bisnis.* Medan: Yayasan Kita Menulis.
Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
Suryanto, A. (2019). "Struktur Organisasi dalam UMKM di Indonesia". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 35(1), 66–78.
Umar, Husein. (2010). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2021). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
Yuliani, T. (2020). Sistem Pengendalian Internal pada UMKM. Surabaya: Airlangga Press.
Yustika, A. E. (2020). Strategi Manajemen Risiko dalam Menghadapi Ketidakpastian Ekonomi. Malang: UB Press.