

PELATIHAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS DAN MANAJEMEN: TREN TEKNOLOGI DAN IMPLIKASINYA BAGI DUNIA BISNIS

Isana S. C. Meranga¹⁾, Hendra Achmadi²⁾, Daniel Ong Kim Kui³⁾, Rinto Rain Barry⁴⁾, Margaretha Pink Berlianto⁵⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Tangerang

ABSTRAK

Massive technological advancements have fundamentally transformed the global business landscape. These changes not only affect companies' operational aspects but also reshape how consumers interact, shop, and make decisions. Literacy regarding the impact of technological advancement has become increasingly crucial for younger generations so that they can understand the direction of market changes. This activity aims to provide students of Mahabodhi Senior High School with insights into the importance of business environment analysis in the digital era. Through a narrative approach, participants were encouraged to understand that adaptation to technological advancement is the key to surviving future competition.

Keywords: Technological Advancement, Consumer Behaviour, Business Analysis, Digital Adaptation.

1. Pendahuluan

Kemajuan dan percepatan teknologi sangat memengaruhi hampir setiap aspek kehidupan manusia. Teknologi tidak lagi sekadar menjadi perangkat tambahan, melainkan telah menjadi tulang punggung dari aktivitas ekonomi global. Jika satu dekade lalu banyak inovasi digital dianggap sebagai masa depan, kini inovasi tersebut telah menjadi standar dasar dalam menjalankan usaha. Kecepatan perkembangan ini menuntut setiap individu dan organisasi untuk selalu memperbarui cara berpikir mereka agar tetap relevan di tengah persaingan yang dinamis (Mahdi Hamad & Jawad, 2024). Salah satu dampak paling nyata dari majunya teknologi adalah terjadinya perubahan drastis pada perilaku konsumen. Saat ini, masyarakat mengharapkan segala sesuatu berjalan dengan lebih cepat, lebih mudah, dan tersedia di tangan mereka kapan saja. Kemudahan akses informasi telah membuat konsumen menjadi lebih cerdas dan memiliki banyak pilihan dalam mengambil keputusan. Kondisi ini memaksa bisnis untuk tidak hanya menjual produk, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggannya (Sarala et al., 2025). Menurut Kotler, (2012), inti dari pemasaran modern saat ini memang terletak pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dan keterlibatan pelanggan melalui platform digital. Bisnis yang gagal memahami perubahan ekspektasi ini akan dengan mudah tertinggal oleh para pesaing yang lebih adaptif secara digital.

Kemajuan teknologi juga telah melahirkan fenomena disrupsi, di mana model bisnis lama yang telah mapan selama puluhan tahun dapat mengalami kegagalan dalam waktu singkat oleh kehadiran model bisnis baru yang lebih efisien. Hal ini terlihat dari bagaimana cara orang memesan transportasi, menonton film, hingga berbelanja kebutuhan sehari-hari berubah total. Perusahaan-perusahaan besar yang mendominasi pasar saat ini adalah mereka yang mampu memanfaatkan inovasi untuk menjawab permasalahan masyarakat dengan cara yang belum pernah terpikirkan sebelumnya (Teece, 2018).

Bagi siswa sekolah menengah, khususnya siswa SMA Mahabodhi, memahami perubahan ini adalah langkah awal yang sangat penting sebelum mereka melangkah ke jenjang

pendidikan tinggi atau dunia kerja. Mereka lahir di tengah kemajuan teknologi yang sangat pesat, namun seringkali hanya berperan sebagai pengguna akhir tanpa memahami bagaimana teknologi tersebut menggerakkan roda ekonomi. Dengan demikian penting untuk memberikan pemahaman mengenai analisis lingkungan bisnis agar mereka memiliki pandangan yang lebih luas tentang peluang dan tantangan di masa depan (Forsythe & Raftery, 2022).

Mempelajari lingkungan bisnis berarti melatih kemampuan untuk membaca fenomena atau melakukan pemindaian lingkungan secara strategis (Verhoef et al., 2021). Dengan memahami bahwa teknologi adalah variabel yang terus bergerak maju, siswa diajak untuk memiliki insting sejak dini. Kemampuan untuk menganalisis apakah sebuah kemajuan teknologi akan membantu atau justru menghambat sebuah usaha adalah keterampilan yang akan menentukan. Melalui seminar ini, diharapkan para siswa siap menghadapi masa depan dengan pola pikir yang tepat.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini dimulai dengan tahap perencanaan yang mendalam untuk merumuskan materi yang sesuai dengan profil siswa sekolah menengah. Fokus utamanya adalah bagaimana menerjemahkan konsep bisnis yang kompleks menjadi narasi yang mudah dimengerti, tanpa kehilangan kedalaman akademiknya (Achmadi, H., & Ong Kim Kui, D., 2026). Tim perencana melakukan analisis terhadap tren pasar saat ini untuk dijadikan bahan diskusi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari para siswa.

Sasaran utama dari pelatihan ini adalah para siswa SMA Mahabodhi. Mereka berada pada usia produktif yang akan segera menentukan arah karier mereka. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 30 Maret 2026, bertempat di Kampus Universitas Pelita Harapan. Seminar ini menggunakan metode penyampaian yang bersifat naratif dan dialogis sehingga siswa lebih mudah menangkap esensi dari setiap materi yang disampaikan. Sesi dibagi menjadi beberapa bagian utama:

1. **Pemaparan Dampak Teknologi:** Penjelasan mengenai bagaimana teknologi mengubah wajah dunia bisnis.
2. **Analisis Perilaku Konsumen:** Diskusi mengenai mengapa selera masyarakat berubah seiring majunya teknologi.
3. **Bedah Kasus Nyata:** Melihat contoh-contoh nyata di pasar tentang bisnis yang sukses melakukan transformasi digital.

Peserta diajak untuk berpartisipasi aktif dalam sesi diskusi kelompok kecil. Mereka diberikan skenario sederhana mengenai tantangan bisnis di era digital dan diminta untuk memberikan solusi berdasarkan sudut pandang mereka sebagai konsumen muda. Penggunaan contoh-contoh perusahaan populer membantu siswa untuk lebih cepat mengaitkan teori dengan praktik nyata di lapangan (Rese et al., 2022). Terdapat sesi tanya jawab, hal ini memberikan ruang bagi siswa untuk mengeksplorasi rasa ingin tahu mereka tentang bagaimana mereka harus bersiap menghadapi dunia kerja yang terus berubah. Refleksi di akhir sesi membantu memastikan bahwa setiap peserta pulang dengan pemahaman dasar yang kuat mengenai pentingnya adaptasi teknologi dalam manajemen bisnis modern.

Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap partisipasi siswa serta pengisian formulir umpan balik. Indikator keberhasilan antara lain menilai sejauh mana siswa

mampu menunjukkan pola pikir kritis terhadap perubahan lingkungan bisnis yang disebabkan oleh kemajuan teknologi (*The-Future-of-Jobs-Report-2025, 2025*).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa siswa memiliki minat yang sangat besar terhadap bagaimana teknologi mengubah cara kerja sebuah organisasi. Pembahasan ditekankan pada fakta bahwa kemajuan teknologi saat ini telah membuat batasan-batasan geografis dalam bisnis menjadi hilang. Perusahaan kini dapat menjangkau pelanggan di mana saja tanpa harus memiliki kantor fisik di lokasi tersebut. Namun, hal ini juga berarti persaingan menjadi semakin ketat, karena sebuah bisnis kecil kini harus bersaing dengan perusahaan global dalam satu layar ponsel konsumen (Ahmed et al., 2022).

Dalam sesi pembahasan, ditemukan pemahaman kolektif bahwa kunci kesuksesan bisnis di masa sekarang adalah kemampuan untuk ”mendengarkan” konsumen melalui data digital. Siswa mulai memahami bahwa kemajuan teknologi memungkinkan bisnis untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen bahkan sebelum konsumen tersebut mengucapkannya. Pembahasan ini membuka mata peserta bahwa di balik aplikasi yang mereka gunakan setiap hari, terdapat strategi manajemen yang rumit yang bertujuan untuk menjaga loyalitas mereka sebagai pelanggan (Perez Benegas & Zanfardini, 2025). Seminar ini diharapkan berhasil menanamkan pemahaman bahwa dalam dunia yang terus berubah, belajar adalah proses yang tidak pernah berhenti. Para siswa SMA Mahabodhi kini dapat memahami bahwa mereka harus terus memperbarui keterampilan mereka seiring dengan majunya teknologi. Hasil diskusi menunjukkan bahwa peserta merasa lebih percaya diri untuk mengeksplorasi bidang manajemen dan bisnis sebagai pilihan studi masa depan, karena mereka telah melihat betapa dinamis dan menantanginya bidang tersebut di era transformasi digital ini.

4. Kesimpulan

Kemajuan teknologi adalah sebuah kepastian yang harus dihadapi dengan kesiapan mental dan pengetahuan. Melalui pelatihan analisis lingkungan bisnis bagi siswa SMA Mahabodhi, terlihat bahwa literasi digital dalam perspektif bisnis sangat efektif untuk membangun pola pikir adaptif. Generasi muda yang memiliki kemampuan untuk membaca tren teknologi dan memahami perubahan perilaku konsumen akan memiliki peluang lebih besar untuk sukses di masa depan. Edukasi dini mengenai manajemen strategis merupakan investasi penting untuk menciptakan sumber daya manusia yang mampu membawa perubahan positif di tengah disrupsi global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini, terutama kepada pengurus dan siswa-siswi SMA Mahabodhi yang telah berpartisipasi dengan penuh semangat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, H., & Ong Kim Kui, D. (2026). *Business Environmental Analysis: Trends in Technology*. Seminar Material for SMA Mahabodhi.
- Ahmed, B., Zada, S., Zhang, L., Sidiki, S. N., Contreras-Barraza, N., Vega-Muñoz, A., & Salazar-Sepúlveda, G. (2022). The Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Behavioral Intentions: Does Competitive Choices Matters? *Frontiers in Psychology*, 13(May), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.864841>
- Forsythe, J., & Rafoth, J. (2022). Being Digital: Why Addressing Culture and Creating a Digital Mindset are Critical to Successful Transformation. *INSIGHT*, 25(1), 25–28. <https://doi.org/10.1002/inst.12368>
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Pearson Education International*.
- Mahdi Hamad, B., & Jawad, M. K. (2024). The Fourth Industrial Revolution: A Historical and Conceptual Review This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 30(141). <http://jeasiq.uobaghdad.edu.iq>
- Perez Benegas, J. Y., & Zanfardini, M. (2025). Customer engagement and loyalty: the moderating role of involvement. *European Journal of Management and Business Economics*, 34(3), 319–339. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-03-2022-0074>
- Rese, A., Görmar, L., & Herbig, A. (2022). Social networks in coworking spaces and individual coworker’s creativity. *Review of Managerial Science*, 16(2), 391–428. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00445-0>
- Sarala, R. M., Post, C., Doh, J., & Muzio, D. (2025). Advancing Research on the Future of Work in the Age of Artificial Intelligence (AI). *Journal of Management Studies*, 62(5), 1863–1884. <https://doi.org/10.1111/joms.13195>
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>
- /the-future-of-jobs-report-2025*. (2025). www.weforum.org
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>