

## ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA TERHADAP BISNIS INTERNASIONAL

Qaanitah Sakha Adrian<sup>1</sup>, Refina Pebriyana Raharjo<sup>2</sup>, Nurhaliza Novianti<sup>3</sup>, Muhammad Rafi Rajendra<sup>4</sup>, Muhammad Fikri Adfit<sup>5</sup>, Jumawan<sup>6</sup>, Edy Susanto<sup>7</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [kanita4063@gmail.com](mailto:kanita4063@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [refinapebriyana04@gmail.com](mailto:refinapebriyana04@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [lizasnovianti21@gmail.com](mailto:lizasnovianti21@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [rafirajendra07@gmail.com](mailto:rafirajendra07@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [mfafikriadfit@gmail.com](mailto:mfafikriadfit@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [jumawan@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:jumawan@dsn.ubharajaya.ac.id)

<sup>7</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, [edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id)

Submitted: 1 June 2024	Accepted: 10 June 2024	Published: 11 June 2024
------------------------	------------------------	-------------------------

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh budaya dan globalisasi terhadap bisnis internasional. Metode yang digunakan adalah studi pustaka yang melibatkan literatur seperti buku, catatan, dan laporan penelitian sebelumnya. Data dikumpulkan dengan menelaah jurnal penelitian, artikel ilmiah, buku, dan dokumen terkait. Analisis data dilakukan dengan mengkaji dokumen untuk menghasilkan gagasan baru yang mendukung penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa budaya, nilai, perilaku, pengetahuan, moral, dan hukum yang ada dalam masyarakat sangat memengaruhi cara perusahaan beroperasi. Budaya memiliki pengaruh besar dalam perdagangan internasional karena setiap masyarakat memiliki cara hidup yang diwariskan dan terus berkembang. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu menerapkan strategi yang berbeda untuk memasarkan produk di berbagai negara.

**Kata kunci:** Pengaruh, Budaya, Bisnis Internasional

### ABSTRACT

This research aims to understand the influence of culture and globalization on international business. The method used is a literature study involving literature such as books, notes and previous research reports. Data was collected by reviewing research journals, scientific articles, books and related documents. Data analysis is carried out by reviewing documents to produce new ideas that support research. The results of the analysis show that the culture, values, behavior, knowledge, morals and laws that exist in society greatly influence the way companies operate. Culture has a big influence on international trade because every society has a way of life that is inherited and continues to develop. Therefore, business people need to implement different strategies to market products in various countries.

**Keywords:** Influence, Culture, International Business

### PENDAHULUAN

Pemasaran internasional sudah dilakukan sejak zaman dahulu melalui jalur laut dan darat. Namun, dulu pemasaran dilakukan secara sederhana tanpa strategi khusus. Saat ini, pemasaran internasional menjadi lebih kompleks dan memerlukan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis global agar perusahaan bisa bertahan dan beroperasi efektif di seluruh dunia. Salah satu aspek penting dalam pemasaran internasional adalah faktor budaya. Pelaku bisnis internasional harus menyadari dan siap menghadapi tantangan budaya yang berbeda di setiap

daerah. Budaya mempengaruhi keistimewaan produk dan hubungan bisnis antar pihak. Perilaku konsumen yang berbeda-beda membuat orientasi budaya menjadi landasan penting dalam pemasaran global.

Salah satu aspek terpenting dalam pemasaran internasional adalah faktor budaya. Pelaku bisnis internasional perlu menyadari pengaruh budaya dan bersiap menghadapi tantangan yang mereka hadapi karenanya. Hal ini dikarenakan setiap daerah dan daerah mempunyai kebudayaan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dalam pembuatan suatu produk, budaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi karakteristik produk tersebut. Di sisi lain, hubungan bisnis antar pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis juga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya dan nasional.

Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan global adalah semakin kompleksnya perilaku konsumen. Hal ini karena perilaku pembelian dan kebutuhan konsumen bergantung secara budaya. Bisnis global berarti bekerja dengan pelanggan, mitra utama, distributor, dan pesaing yang mempunyai pemikiran berbeda. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin menjalankan bisnis di seluruh dunia perlu mempertimbangkan keselarasan budaya agar dapat dijadikan landasan dalam melakukan upaya pemasaran perusahaannya. Kesulitan utama berkaitan dengan perbedaan budaya di antara para manajer Amerika ketika mengelola proyek bisnis internasional.

Hambatan budaya seringkali tersembunyi namun mempunyai dampak langsung terhadap perdagangan internasional. Hasil penelitian dengan menggunakan teknik wawancara menunjukkan bahwa Internet dapat membantu mengatasi hambatan dan jarak, baik dalam komunikasi maupun budaya. Budaya mempunyai dampak yang sangat besar terhadap pengelolaan sumber daya manusia. Budaya mempengaruhi bagaimana karyawan terlibat dalam pengelolaan insentif gaji dan non-gaji, bagaimana perusahaan diatur, dan bagaimana manajer mengembangkan dan melaksanakan strategi bisnis internasional.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini menggunakan teori merkantilisme, teori keunggulan absolut, dan teori keunggulan komparatif. Teori merkantilisme menekankan ekspor maksimal dan impor minimal untuk memperkaya negara. Teori keunggulan absolut dari Adam Smith menyatakan bahwa negara harus mengekspor barang yang bisa diproduksi dengan biaya lebih rendah dibandingkan negara

lain. Teori keunggulan komparatif menekankan pada fokus produk yang paling menguntungkan dan hanya mengimpor produk yang dibutuhkan (Harahap et al., 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, yang melibatkan penelaahan buku, catatan, dan laporan penelitian terdahulu. Data dikumpulkan dengan membandingkan jurnal penelitian, artikel ilmiah, buku, dokumen, dan informasi lain yang relevan dengan judul penelitian. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menguraikan dan mensintesis dokumen untuk menghasilkan gagasan baru yang mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan. Teknik Analisa Data Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yaitu dengan cara menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat serta pernyataan untuk mempermudah membaca dan memahami data (Suhairi et al., 2023).

## HASIL PEMBAHASAN

Globalisasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk ideologi, politik, ekonomi, budaya, sosial, serta pertahanan dan keamanan. Teknologi informasi dan komunikasi mempercepat proses globalisasi, memungkinkan informasi menyebar dengan mudah. Di bidang ekonomi, globalisasi mendorong pertumbuhan pasar internasional, memudahkan ekspor-impor, menarik perusahaan asing, menciptakan bisnis e-commerce, dan meningkatkan sektor pariwisata. Namun, globalisasi juga memiliki dampak negatif seperti terhambatnya pertumbuhan industri lokal, ketergantungan pada impor, kesenjangan sosial, dan kapitalisme yang berkembang pesat. Oleh karena itu, pemahaman tentang budaya sangat penting bagi manajemen internasional untuk menghindari bencana bisnis (Gunanto & Gusti, 2017; Harahap et al., 2024).

### Strategi adaptasi budaya

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk beradaptasi dengan budaya yang berbeda seperti:

1. Lokalisasi yaitu mengubah produk, layanan, dan pesan pemasaran agar sesuai dengan budaya lokal.

2. Etnosentrisme yaitu dengan menerapkan praktik bisnis dari negara asal perusahaan tanpa mempertimbangkan budaya lokal.
3. Politeknik, strategi ini membahas tentang mengadopsi beberapa elemen budaya lokal sambil mempertahankan beberapa elemen budaya perusahaan.
4. Transnasionalisme yaitu menciptakan budaya perusahaan global yang melampaui budaya nasional.

### **Tantangan dan peluang budaya**

Budaya dapat menghadirkan tantangan dan peluang bagi bisnis internasional, yang termasuk tantangannya yaitu kesalahan pemahaman, konflik dan resiko reputasi sedangkan peluangnya yaitu peningkatan penjualan, keuntungan yang lebih tinggi, dan keunggulan kompetitif.

### **Penelitian budaya**

Penelitian ini sangat penting karena untuk memahami dan beradaptasi dengan budaya yang berbeda, penelitian ini dilakukan berbagai cara, seperti melakukan survei dan wawancara dengan konsumen, mitra bisnis dan karyawan, bekerja sama dengan konsultan budaya dan mempelajari budaya lain dari buku, artikel, dan situs web di internet

### **Pengaruh Budaya dalam Strategi Marketing Mix di Pemasaran Internasional**

Marketing mix adalah strategi yang diterapkan untuk mencapai tujuan pemasaran, melibatkan produk, harga, tempat, dan promosi. Budaya sangat mempengaruhi produk yang dibuat, harga yang ditetapkan, tempat penjualan, dan strategi promosi. Pemasar internasional harus memahami perbedaan budaya dan menyesuaikan strategi pemasaran agar sesuai dengan target pasar yang dinamis dan beragam. (Lestari et al., 2019).

1. Harga : perbandingan harga dari suatu produk dipengaruhi oleh budaya. Produk yang harganya rendah memiliki kualitas yang rendah juga dan mereka menolak jika harga suatu produk lebih mahal.
2. Distribusi (tempat): faktor budaya ini mempengaruhi preferensi tempat pembelian barang belanjaan, sebagian besar konsumen lebih memilih untuk membeli suatu barang

menggunakan aplikasi online shop tetapi ada juga konsumen yang memilih untuk membeli di tempat langsung.

3. Promosi: jika kita ingin menjual suatu produk maka kita harus mempromosikan produk kita ke media sosial. Saat mempromosikan produk, kita harus memikirkan strategi apa yang digunakan agar konsumen tertarik untuk membeli produk kita.

## KESIMPULAN

Perdagangan internasional dipengaruhi oleh keanekaragaman kondisi produksi, spesialisasi, dan perbedaan selera. Dampak positif dan negatif globalisasi tergantung pada bagaimana suatu negara menyikapi. Globalisasi membawa peluang dan tantangan yang perlu disikapi dengan bijak agar memberikan manfaat optimal.

## SARAN

Globalisasi mempunyai dampak positif dan negatif. Masyarakat diharapkan bisa bijak dan tanggap terhadap pengaruh luar. Pemerintah juga perlu mendorong semangat cinta produk nasional dan mengurangi impor barang dan jasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunanto, E., & Gusti, Y. K. (2017). Pengaruh Lintas Budaya Pada Pemasaran Internasional Dengan Pendekatan Perilaku Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 1(2), 168–176. <https://doi.org/10.32477/jrm.v1i2.28>
- Harahap, I., Matondang, K., Saajidah, A., & Ginting, H. N. B. (2024). Analisis Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 2(1), 159–164. <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i1.1549>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>

Suhairi, Azmi Lubis, A., Savira Viantika, D., Anjely Hasibuan, E., Pratama Tarigan, A., & Harahap, F. (2023). Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Bisnis International. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(1), 24–36.