



**Course : Global Marketing**  
**Lecture 3 : Global Information Systems and**  
**Market Research**



Lecturer : Rambu Yetti Kalaway



# Konteks: Era Digital dan Globalisasi



## Era Digital

Era di mana teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah mengubah secara fundamental cara kita berinteraksi, berkomunikasi, bekerja, dan hidup.

Era digital adalah periode dalam sejarah yang dicirikan oleh transformasi signifikan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet, komputer, dan perangkat seluler, yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita berkomunikasi, bekerja, belajar, dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita.



## Definisi Era Digital

1. Definisi Era Digital menurut "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence" oleh Don Tapscott (1995): Era digital adalah periode di mana teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan individu dan organisasi untuk terhubung dalam jaringan global, berbagi informasi, dan berkolaborasi dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.
2. Definisi Era Digital menurut "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies" oleh Erik Brynjolfsson dan Andrew McAfee (2014): Era digital adalah periode di mana komputer, pemrosesan data yang canggih, dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan percepatan signifikan dalam inovasi, produktivitas, dan transformasi ekonomi.





3. Definisi Era Digital menurut "The Industries of the Future" oleh Alec Ross (2016): Era digital adalah periode di mana teknologi digital, seperti big data, cloud computing, dan Internet of Things (IoT), memungkinkan perubahan dramatis dalam berbagai sektor ekonomi dan industri.
4. Definisi Era Digital menurut "Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction" oleh Thomas M. Siebel (2019): Era digital adalah periode di mana organisasi dan perusahaan yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan data secara efektif akan bertahan, sementara yang tidak mungkin akan mengalami kesulitan.
5. Definisi Era Digital menurut "The Fourth Industrial Revolution" oleh Klaus Schwab (2017): Era digital adalah periode dalam sejarah manusia yang ditandai oleh perpaduan teknologi fisik, digital, dan biologis yang mempengaruhi semua aspek kehidupan, pekerjaan, dan bisnis.



# Karakteristik Utama:



## Konektivitas yang luas.

mengacu pada kemampuan untuk terhubung, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan cepat dan efisien melalui jaringan komunikasi digital.

Berikut adalah beberapa aspek konektivitas yang luas dalam era digital:

### 1. Internet Global:

Internet adalah tulang punggung konektivitas dalam era digital. Ini memungkinkan individu, bisnis, dan organisasi di seluruh dunia untuk terhubung satu sama lain. Orang dapat mengakses informasi, berkomunikasi melalui email, video call, media sosial, dan menjalankan bisnis secara global melalui internet.





## 2. Perangkat Seluler:

Perangkat seluler seperti smartphone dan tablet telah menjadi alat utama konektivitas. Mereka memungkinkan akses internet dan komunikasi di mana saja dan kapan saja. Ini memungkinkan individu untuk selalu terhubung dengan informasi dan orang lain.

## 3. Internet of Things (IoT):

IoT melibatkan koneksi berbagai perangkat fisik ke internet. Ini termasuk segala hal mulai dari perangkat rumah pintar hingga kendaraan otonom. IoT menciptakan lingkungan yang terhubung di mana perangkat dapat berkomunikasi satu sama lain.



## 5. Media Sosial:

Platform media sosial memungkinkan orang untuk berinteraksi dan berbagi informasi dengan cepat. Mereka menciptakan jaringan sosial yang luas di seluruh dunia.

## 6. E-commerce:

Konektivitas yang luas memungkinkan perdagangan elektronik (e-commerce) berkembang pesat. Orang dapat berbelanja online dari toko-toko di seluruh dunia.

## 7. Telekomunikasi Cepat:

Jaringan telekomunikasi seperti 4G dan 5G memungkinkan transmisi data yang cepat dan streaming video berkualitas tinggi, meningkatkan pengalaman pengguna di berbagai perangkat.

Konektivitas yang luas dalam era digital memengaruhi cara kita bekerja, berkomunikasi, berbisnis, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Ini telah menciptakan peluang baru dan perubahan signifikan dalam berbagai industri, sementara juga memunculkan tantangan terkait privasi, keamanan siber, dan akses yang merata.



# Perkembangan teknologi seperti IoT, AI, dan Big Data

## 1. Internet of Things (IoT):

IoT adalah konsep di mana berbagai perangkat fisik, benda, atau sistem terhubung ke internet dan dapat saling berkomunikasi. Ini mencakup segala hal mulai dari perangkat rumah pintar, kendaraan otonom, hingga sensor industri.

## 2. Kecerdasan Buatan (AI):

AI adalah bidang yang berfokus pada pengembangan sistem komputer yang dapat melakukan tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, seperti pemrosesan bahasa alami, pengenalan gambar, dan pengambilan keputusan. AI digunakan dalam berbagai aplikasi, termasuk layanan pelanggan otomatis, analisis data, dan pengembangan produk.

Contoh: Asisten virtual seperti Siri atau chatbot yang dapat merespons pertanyaan pengguna.



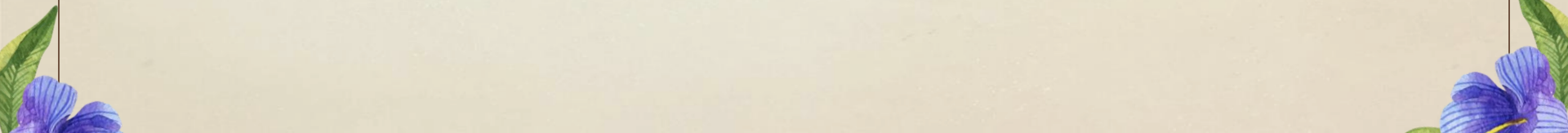


### 3. Big Data:

Big Data mengacu pada jumlah data yang sangat besar dan beragam yang dihasilkan oleh berbagai sumber, termasuk perangkat IoT, situs web, media sosial, dan banyak lagi. Dalam era digital, Big Data memungkinkan organisasi untuk menganalisis dan mendapatkan wawasan dari data yang dulu sulit diolah.

Contoh: Analisis Big Data digunakan dalam pemasaran untuk memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi.

Ketiga teknologi ini, yaitu IoT, AI, dan Big Data, saling terkait dan saling mendukung. IoT menghasilkan data yang dapat diolah oleh sistem AI untuk menghasilkan wawasan yang berharga, dan Big Data berfungsi sebagai fondasi untuk menangani jumlah data yang besar dan beragam yang dihasilkan oleh IoT. Mereka telah mengubah cara bisnis beroperasi, pelayanan kesehatan disampaikan, dan banyak aspek lain dalam era digital. Selain itu, mereka juga memberikan potensi besar untuk inovasi di masa depan.





## Transformasi bisnis dan industri

Transformasi bisnis dan industri dalam era digital adalah proses signifikan yang melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengubah operasi, model bisnis, dan cara organisasi berinteraksi dengan pelanggan, rekan bisnis, dan pasar.

Berikut adalah beberapa aspek utama dari transformasi bisnis dan industri dalam era digital:

1. Model Bisnis Digital: Bisnis-bisnis tradisional berubah menjadi bisnis digital, di mana produk dan layanan sering disampaikan secara daring. Contohnya adalah toko ritel yang mengembangkan keberadaan e-commerce dan platform media yang menawarkan konten digital.





2. **Pengalaman Pelanggan Digital:** Era digital telah memfokuskan perhatian pada pengalaman pelanggan yang lebih personal dan terhubung. Penggunaan data pelanggan dan analisis untuk memberikan pengalaman yang disesuaikan telah menjadi fokus utama.
3. **Big Data dan Analisis:** Perusahaan mengumpulkan data besar dari berbagai sumber, dan analisis data digunakan untuk mendapatkan wawasan bisnis yang berharga. Ini mencakup analisis perilaku pelanggan, prediksi tren pasar, dan optimasi operasi.
4. **Internet of Things (IoT):** IoT memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengontrol perangkat dan proses secara real-time. Ini memiliki aplikasi dalam manufaktur, transportasi, energi, dan sektor lainnya.





5. Kecerdasan Buatan (AI) dan Otomatisasi: AI digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan otomatisasi dalam berbagai aspek bisnis, termasuk manajemen rantai pasokan, layanan pelanggan, dan pengambilan keputusan.
6. Rantai Pasokan Digital: Rantai pasokan menjadi lebih terhubung dan terprediksi, dengan visibilitas yang lebih besar atas pergerakan barang dan inventaris. Ini memungkinkan manajemen yang lebih baik dan respons yang lebih cepat terhadap perubahan permintaan.
7. Perubahan Kultur Organisasi: Transformasi digital juga melibatkan perubahan budaya dalam organisasi. Perusahaan harus menjadi lebih fleksibel, inovatif, dan terbuka terhadap perubahan.
8. Keamanan dan Privasi Data: Keamanan siber menjadi fokus penting karena perusahaan menyimpan dan mengakses data pelanggan dan bisnis yang sensitif. Perusahaan harus melindungi data ini dari ancaman siber.







## 9. Perubahan Model Operasional:

Era digital juga melibatkan perubahan dalam cara perusahaan mengelola operasi mereka, termasuk proses internal, manajemen inventaris, dan logistik.




Transformasi bisnis dan industri dalam era digital telah membuka peluang baru, mengubah cara bisnis dilakukan, dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang mampu beradaptasi dan mengadopsi teknologi digital dengan efektif. Dalam prosesnya, perusahaan juga harus mengatasi tantangan baru, seperti keamanan siber dan persaingan yang semakin ketat.




# Proliferasi Perangkat Mobile

Proliferasi mengacu pada penyebaran yang luas dan cepat dari perangkat mobile di seluruh dunia

1. **Konektivitas yang Lebih Baik:** Perangkat mobile menyediakan akses internet yang lebih mudah dan cepat, menghubungkan individu ke dunia maya di mana saja dan kapan saja. Ini telah menciptakan masyarakat yang lebih terhubung secara digital.
2. **Akses ke Informasi:** Perangkat mobile memberikan akses ke berbagai jenis informasi, dari berita dan data cuaca hingga pencarian internet dan referensi dalam hitungan detik.

- 
3. Komunikasi yang Lebih Mudah: Smartphone memungkinkan komunikasi yang lebih mudah melalui panggilan suara, pesan teks, email, dan aplikasi pesan instan.
  4. Meningkatkan Produktivitas: Proliferasi perangkat mobile telah membantu produktivitas individu dan bisnis dengan memungkinkan akses ke alat produktivitas seperti email, kalender, aplikasi kantor, dan aplikasi manajemen proyek.
  5. Hiburan dan Media Sosial: Perangkat mobile adalah platform utama untuk hiburan, termasuk streaming video, musik, dan permainan. Mereka juga digunakan untuk mengakses dan berpartisipasi dalam media sosial.
- 
- 






## 6. Perdagangan Elektronik (E-commerce):

Proliferasi perangkat mobile telah mendorong pertumbuhan e-commerce, dengan banyak orang berbelanja secara online melalui aplikasi dan situs web mobile.

## 7. Aplikasi Mobile:

Aplikasi mobile yang beragam, baik gratis maupun berbayar, telah menciptakan ekosistem ekonomi baru. Mereka mencakup aplikasi untuk hampir semua kebutuhan, dari berbelanja hingga hiburan dan produktivitas.







## 8. Sensor dan Kemampuan Pencitraan:

Perangkat mobile dilengkapi dengan berbagai sensor seperti kamera, GPS, akselerometer, dan lainnya yang memungkinkan berbagai aplikasi, termasuk navigasi, pengenalan wajah, dan realitas virtual.

Proliferasi perangkat mobile telah mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia, bekerja, bermain, dan belajar. Ini telah menciptakan peluang baru dalam bisnis dan teknologi, tetapi juga menghadirkan tantangan terkait privasi data dan penggunaan yang berkelanjutan. Perkembangan ini terus berlanjut, dengan inovasi terbaru seperti 5G dan Internet of Things (IoT) yang semakin mengintegrasikan perangkat mobile ke dalam kehidupan sehari-hari.








# Dampak Era Digital : Transformasi Digital Bisnis dan Industri

Ini mencakup proses di mana organisasi dan industri mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengubah cara mereka beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis.

Berikut adalah beberapa dampak utama dari transformasi digital bisnis dan industri dalam era digital:

1. **Perubahan Model Bisnis:** Banyak perusahaan yang dulunya berfokus pada model bisnis fisik, seperti penjualan langsung, beralih ke model bisnis digital. Ini mencakup e-commerce, berlangganan, dan layanan berbasis langganan.
2. **Pengalaman Pelanggan yang Ditingkatkan:** Perusahaan menginvestasikan dalam pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui platform digital. Mereka menyediakan situs web yang mudah dinavigasi, aplikasi mobile, dan layanan pelanggan digital yang responsif.
3. **Otomatisasi Proses Bisnis:** Automasi dan otomatisasi proses bisnis menggunakan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan otomasi robotik proses (RPA) telah meningkatkan efisiensi dan produktivitas.



- 
4. Analisis Data yang Mendalam: Data yang dihasilkan dari berbagai sumber, termasuk pelanggan, perangkat IoT, dan transaksi, digunakan untuk analisis mendalam. Ini memberikan wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan dan perencanaan strategi.
  5. Koneksi Rantai Pasokan yang Lebih Baik: Perusahaan menggunakan teknologi untuk meningkatkan transparansi dan pengelolaan rantai pasokan mereka. Ini membantu dalam manajemen persediaan yang lebih efisien dan respons yang lebih cepat terhadap permintaan.
  6. Manufaktur yang Terhubung: Industri manufaktur mengadopsi Internet of Things (IoT) untuk memonitor dan mengendalikan mesin dan proses produksi. Ini menciptakan pabrik yang lebih cerdas dan efisien.
  7. Pemasaran Digital: Pemasaran digital telah menggantikan iklan tradisional dalam banyak kasus. Perusahaan menggunakan platform media sosial, iklan berbayar online, dan kampanye pemasaran digital untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih terfokus.
- 
- 





## 8. Mobilitas Kerja:

Mobilitas kerja telah meningkat dengan adopsi perangkat mobile dan akses ke aplikasi bisnis dari mana saja. Karyawan dapat bekerja dari jarak jauh dengan lebih efektif.

## 9. Perubahan Budaya Organisasi:

Transformasi digital seringkali melibatkan perubahan budaya dalam organisasi, termasuk peningkatan kolaborasi, fleksibilitas, dan inovasi.

Transformasi digital bisnis dan industri adalah proses yang berkelanjutan karena teknologi terus berkembang. Organisasi yang berhasil mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi digital dengan baik akan mendapatkan keunggulan kompetitif dan dapat bersaing dengan lebih baik dalam era digital yang terus berubah.




## Perubahan perilaku konsumen

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya internet dan perangkat seluler, telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk, layanan, dan merek.

Berikut adalah beberapa perubahan perilaku konsumen yang menjadi dampak era digital:

1. **Pencarian Informasi Lebih Mendalam:** Konsumen sekarang memiliki akses mudah ke berbagai informasi tentang produk dan layanan melalui internet. Mereka cenderung melakukan pencarian online yang mendalam sebelum membuat keputusan pembelian.
2. **Pembelian Daring (Online Shopping):** E-commerce atau pembelian daring telah berkembang pesat. Konsumen dapat membeli berbagai produk secara online, dari barang sehari-hari hingga barang mewah, tanpa harus pergi ke toko fisik.
3. **Meningkatnya Penggunaan Perangkat Seluler:** Konsumen cenderung menggunakan perangkat seluler mereka untuk berbelanja, mencari informasi produk, membaca ulasan, dan melakukan pembayaran. Aplikasi e-commerce dan pembayaran digital semakin populer.



#### 4. Kehadiran Media Sosial:

Media sosial memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen sering mencari rekomendasi produk dari teman, keluarga, atau influencer di platform media sosial.

#### 5. Berbagi Ulasan dan Pengalaman:



Konsumen sering berbagi ulasan produk dan pengalaman mereka secara online. Ulasan ini dapat memengaruhi keputusan pembelian orang lain.

#### 6. Personalisasi dan Rekomendasi:

Perusahaan menggunakan data pelanggan untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dan menawarkan rekomendasi produk yang relevan.

#### 7. Keamanan dan Privasi Data:

Konsumen semakin peduli tentang keamanan data mereka. Mereka lebih berhati-hati dalam memberikan informasi pribadi dan mengharapkan perlindungan data yang kuat dari perusahaan.





## 8. Penggunaan Aplikasi Mobile:



Aplikasi mobile memainkan peran penting dalam interaksi konsumen dengan merek dan produk.

Konsumen sering menggunakan aplikasi untuk berkomunikasi dengan merek, melacak pesanan, dan mendapatkan penawaran khusus.

## 9. Ekspektasi Layanan yang Cepat:

Konsumen sering mengharapkan layanan yang cepat dan responsif. Mereka dapat berkomunikasi dengan perusahaan melalui berbagai saluran, termasuk obrolan langsung dan media sosial, dan mengharapkan tanggapan yang cepat.

10. Kesetiaan Merek yang Lebih Fleksibel: - Konsumen seringkali lebih fleksibel dalam kesetiaan merek mereka dan bersedia mencoba merek baru jika mereka menawarkan nilai yang lebih baik.




# Terbentuknya ekonomi berbasis data

Dalam ekonomi berbasis data, data menjadi aset yang sangat berharga dan digunakan untuk menginformasikan keputusan bisnis, inovasi, dan strategi pemasaran.

Berikut beberapa aspek kunci terkait dengan terbentuknya ekonomi berbasis data sebagai dampak era digital:

1. Pengumpulan Data yang Luas: Dalam era digital, data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk perangkat IoT, transaksi e-commerce, media sosial, sensor, dan perangkat seluler. Data ini mencakup berbagai informasi, dari perilaku konsumen hingga data geografis.
2. Analisis Data yang Mendalam: Data yang dikumpulkan dianalisis secara mendalam menggunakan teknologi seperti analisis data besar (Big Data) dan kecerdasan buatan (AI). Ini memberikan wawasan yang mendalam tentang tren, pola, dan peluang bisnis.
3. Personalisasi Layanan dan Produk: Data digunakan untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi pelanggan. Ini mencakup rekomendasi produk yang disesuaikan, penawaran khusus, dan pengiriman pesan yang relevan.



#### 4. Pengambilan Keputusan Berbasis Data:



Bisnis mengandalkan data untuk mengambil keputusan strategis. Data membantu dalam perencanaan produksi, manajemen rantai pasokan, alokasi sumber daya, dan pengembangan produk baru.

#### 5. Inovasi Bisnis:

Data memungkinkan inovasi bisnis yang lebih besar. Perusahaan dapat menggunakan data untuk mengembangkan model bisnis baru, mengeksplorasi peluang pasar yang belum terpenuhi, dan menciptakan produk dan layanan baru.

#### 6. Pemasaran yang Lebih Efektif:

Data digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Ini mencakup penargetan iklan yang lebih tepat sasaran, pengukuran efektivitas kampanye, dan penyesuaian taktik pemasaran berdasarkan data pelanggan.








## 7. Perubahan Model Bisnis:

Terbentuknya ekonomi berbasis data telah mengubah model bisnis dalam berbagai sektor. Contohnya adalah perusahaan yang menyediakan layanan berbasis berlangganan dan perusahaan teknologi yang mengandalkan data sebagai sumber pendapatan utama.

## 8. Persaingan yang Lebih Ketat:

Data memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan lebih baik di pasar. Ini juga menciptakan persaingan yang lebih ketat karena banyak perusahaan yang berinvestasi dalam teknologi data.







## 9. Keamanan Data:

Keamanan data menjadi prioritas penting dalam ekonomi berbasis data. Perusahaan harus melindungi data pelanggan dan bisnis mereka dari ancaman siber.

10. Tantangan Etika dan Privasi: Penggunaan data dalam ekonomi berbasis data juga memunculkan pertanyaan etika dan privasi tentang bagaimana data konsumen digunakan dan disimpan.




# Tantangan Keamanan Siber

Dengan adopsi teknologi informasi dan komunikasi yang semakin meluas, terbuka peluang baru bagi para pelaku jahat untuk melancarkan serangan siber terhadap organisasi, individu, dan infrastruktur digital. Berikut adalah beberapa tantangan keamanan siber yang menjadi dampak era digital:

**Serangan Siber yang Beragam:** Serangan siber datang dalam berbagai bentuk, termasuk serangan malware (virus, ransomware), serangan phishing, serangan DDoS (Distributed Denial of Service), dan banyak lagi. Pelaku jahat terus mengembangkan teknik baru untuk meretas sistem dan mencuri data.



**Data yang Tidak Aman:** Data digital, termasuk data pribadi, finansial, dan bisnis, menjadi target utama serangan siber. Pelanggaran data (data breaches) dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi yang serius.




Ketergantungan pada Teknologi: Ketergantungan yang semakin besar pada teknologi digital meningkatkan kerentanan terhadap serangan siber. Bisnis dan individu sangat bergantung pada infrastruktur digital, dan gangguan dapat memiliki dampak yang merusak.

Kekurangan Keamanan Perangkat dan Perangkat Seluler: Proliferasi perangkat seluler dan IoT telah menciptakan lebih banyak titik masuk potensial untuk serangan siber. Banyak perangkat ini memiliki keamanan yang rendah dan rentan terhadap eksploitasi.

Kekurangan Keamanan Perangkat Lunak: Perangkat lunak yang tidak diperbarui atau rentan terhadap kerentanannya juga menjadi ancaman. Perusahaan perangkat lunak terus berusaha untuk mengatasi kerentanan yang ditemukan, tetapi pengguna sering tidak memperbarui perangkat lunak mereka dengan tepat.








Kurangnya Kesadaran Keamanan: Banyak orang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang keamanan siber dan cara melindungi diri mereka secara online. Ini membuat mereka lebih rentan terhadap serangan siber, terutama melalui teknik phishing.

Serangan Terarah (Targeted Attacks): Pelaku jahat semakin canggih dalam merencanakan serangan yang ditargetkan terhadap individu, perusahaan, atau pemerintahan. Serangan semacam ini dapat memiliki dampak yang lebih besar dan lebih berbahaya.

Pencurian Identitas: Pencurian identitas digital adalah masalah serius. Penjahat dapat mencuri informasi identitas seseorang dan menggunakannya untuk tujuan penipuan atau kejahatan lainnya.



Kurangnya Keterlibatan Pemerintah: Beberapa negara mungkin tidak memiliki peraturan dan undang-undang yang memadai untuk mengatasi keamanan siber, dan ini dapat menciptakan celah untuk serangan siber yang tidak terkendali.





Perangkat Lunak Ransomware: Serangan ransomware, di mana data pengguna dienkripsi dan dibutuhkan tebusan untuk mendekripsi data, telah menjadi ancaman yang sangat serius. Ini dapat menyebabkan kerugian finansial besar dan kerusakan operasional.

Untuk mengatasi tantangan keamanan siber dalam era digital, organisasi dan individu perlu mengambil langkah-langkah proaktif untuk melindungi diri mereka. Ini termasuk investasi dalam keamanan siber, pendidikan dan pelatihan keamanan, dan kesadaran yang lebih tinggi tentang ancaman siber. Selain itu, kerja sama antar negara dan organisasi untuk menghadapi serangan siber yang bersifat lintas batas juga menjadi penting.







# Globalisasi

Definisi Globalisasi: Proses integrasi ekonomi, politik, sosial, dan budaya di seluruh dunia yang menghubungkan negara-negara dan individu dengan lebih erat.

Globalisasi dalam pemasaran global adalah proses di mana perusahaan memperluas operasi pemasaran, penjualan, dan distribusi produk atau layanannya di pasar internasional atau global. Ini melibatkan integrasi pasar global sebagai bagian integral dari strategi bisnis perusahaan.

Dalam konteks pemasaran global, globalisasi mencakup beberapa aspek:

Ekspansi Geografis: Perusahaan memutuskan untuk tidak hanya beroperasi di pasar domestiknya, tetapi juga untuk menjalankan bisnisnya di berbagai negara di seluruh dunia. Ini dapat mencakup ekspor produk ke luar negeri, mendirikan cabang atau anak perusahaan di luar negeri, atau bermitra dengan distributor internasional.




# Globalisasi

Definisi Globalisasi: Proses integrasi ekonomi, politik, sosial, dan budaya di seluruh dunia yang menghubungkan negara-negara dan individu dengan lebih erat.

Globalisasi dalam pemasaran global adalah proses di mana perusahaan memperluas operasi pemasaran, penjualan, dan distribusi produk atau layanannya di pasar internasional atau global. Ini melibatkan integrasi pasar global sebagai bagian integral dari strategi bisnis perusahaan.







Dalam konteks pemasaran global, globalisasi mencakup beberapa aspek:

**Ekspansi Geografis:** Perusahaan memutuskan untuk tidak hanya beroperasi di pasar domestiknya, tetapi juga untuk menjalankan bisnisnya di berbagai negara di seluruh dunia. Ini dapat mencakup ekspor produk ke luar negeri, mendirikan cabang atau anak perusahaan di luar negeri, atau bermitra dengan distributor internasional.

**Adaptasi Produk dan Pemasaran:** Globalisasi memerlukan adaptasi produk dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai negara. Ini mungkin melibatkan perubahan dalam fitur produk, penyesuaian harga, bahasa iklan, dan desain kemasan agar sesuai dengan budaya dan pasar lokal.

**Manajemen Rantai Pasokan Global:** Perusahaan harus mengelola rantai pasokan yang kompleks dan seringkali global untuk memastikan ketersediaan produk di berbagai negara. Ini termasuk logistik internasional, produksi di lokasi yang berbeda, dan manajemen persediaan.





**Promosi dan Komunikasi Global:** Perusahaan perlu merancang kampanye pemasaran yang mempertimbangkan budaya dan preferensi konsumen yang berbeda di seluruh dunia. Ini mencakup penggunaan media internasional, pemasaran digital, dan strategi komunikasi yang efektif di berbagai pasar.

**Penyesuaian Hukum dan Regulasi:** Globalisasi juga melibatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap regulasi perdagangan internasional, hukum pajak, dan hukum lain yang berlaku di negara-negara tempat perusahaan beroperasi.

**Pemahaman tentang Dinamika Pasar Global:** Perusahaan harus memahami kondisi pasar global, persaingan, tren konsumen, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku pembelian di berbagai negara.





Manajemen Risiko Internasional: Perusahaan perlu mengelola risiko yang terkait dengan bisnis internasional, termasuk risiko mata uang, risiko politik, dan risiko bisnis lainnya yang mungkin timbul dalam konteks pasar global.

Globalisasi dalam pemasaran global memberikan peluang bagi perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar dan pertumbuhan bisnis yang signifikan, tetapi juga menghadirkan tantangan yang kompleks. Perusahaan yang berhasil dalam globalisasi harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang pasar global, budaya, dan lingkungan pengaturan, sambil mempertimbangkan strategi yang tepat untuk setiap pasar yang mereka jajaki.





Karakteristik Utama Globalisasi :

**Perdagangan internasional yang meningkat.**

Globalisasi telah mengubah cara negara-negara berinteraksi dalam perdagangan, investasi, dan pertukaran barang dan jasa.

Berikut adalah beberapa faktor yang menyebabkan peningkatan perdagangan internasional dalam konteks globalisasi:



Teknologi Informasi


Transportasi

Liberasi Perdagangan

Globalisasi Ekonomi: Perusahaan multinasional mendirikan anak perusahaan dan cabang di berbagai negara, meningkatkan investasi langsung asing, dan mencari pelanggan di seluruh dunia.

Ekonomi Terbuka: Negara-negara yang mengadopsi kebijakan ekonomi terbuka cenderung lebih terlibat dalam perdagangan internasional.








Spesialisasi dan Perdagangan Komparatif: Globalisasi memungkinkan negara-negara untuk mengkhususkan diri dalam produksi barang dan jasa tertentu berdasarkan keunggulan komparatif mereka. Ini mengarah pada perdagangan yang lebih efisien dan peningkatan produktivitas.

Perubahan Teknologi Produksi: Teknologi produksi yang lebih canggih dan otomatisasi telah mengurangi biaya produksi, membuat produk lebih kompetitif secara global, dan meningkatkan perdagangan internasional.

Peningkatan Daya Beli: Peningkatan pendapatan dan daya beli di negara-negara berkembang telah menciptakan pasar konsumen yang besar, mendorong ekspor dari negara-negara maju ke negara-negara tersebut.







Pasar Global: Globalisasi telah menciptakan pasar global yang lebih terintegrasi, di mana konsumen di berbagai negara memiliki akses ke berbagai produk dan merek dari seluruh dunia. Ini telah mendorong pertumbuhan perdagangan internasional.

Kompetisi Global: Perusahaan harus bersaing di pasar global untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Ini memacu inovasi, efisiensi, dan peningkatan kualitas produk.

Peningkatan perdagangan internasional dalam konteks globalisasi telah memberikan manfaat ekonomi dan peluang pertumbuhan bagi banyak negara dan perusahaan. Namun, juga menimbulkan tantangan seperti perlindungan lingkungan, ketidaksetaraan, dan isu-isu ketenagakerjaan yang perlu diatasi dalam rangkaian globalisasi yang berkelanjutan.





## **Mobilitas tenaga kerja**

Globalisasi telah meningkatkan kemampuan tenaga kerja untuk berpindah antar negara dan wilayah demi peluang kerja, pengembangan karir, dan meningkatkan kondisi ekonomi mereka.

Berikut adalah beberapa hal yang perlu diketahui tentang mobilitas tenaga kerja dalam konteks globalisasi:



Peningkatan Migrasi Internasional


Tenaga Kerja Migran

Mobilitas Tingkat Tinggi

Pekerja Migran Tidak Terampil

Tantangan dan Masalah Mobilitas: tenaga kerja dalam globalisasi juga menciptakan tantangan dan masalah. Ini termasuk isu-isu seperti eksploitasi tenaga kerja, penindasan hak-hak pekerja, ketidaksetaraan gaji, dan isu-isu kesejahteraan sosial bagi pekerja migran.







Keterampilan dan Pelatihan

Hak Asasi Manusia

Kebijakan Imigrasi



## **Perkembangan infrastruktur global**

Infrastruktur yang lebih baik memungkinkan konektivitas yang lebih baik antar negara dan wilayah, memfasilitasi perdagangan internasional, investasi, dan pertumbuhan ekonomi.

Berikut adalah beberapa aspek perkembangan infrastruktur global dalam konteks globalisasi:

Transportasi

Telekomunikasi

Energi

Perdagangan Internasional

Pengembangan Wilayah Pedesaan

Konektivitas Digital

Perlindungan Lingkungan

Ketahanan Infrastruktur



## **Penyebaran budaya dan ide**

Globalisasi telah memfasilitasi pertukaran ide, nilai, budaya, dan informasi antar negara dan wilayah. Ini telah mengarah pada penyebaran berbagai unsur budaya dan ideologi di seluruh dunia.

Berikut adalah beberapa cara bagaimana penyebaran budaya dan ide terjadi dalam konteks globalisasi:

Media dan Hiburan

Internet dan Media Sosial

Perdagangan

# Dampak Globalisasi

## Pertumbuhan Ekonomi Global

Globalisasi telah berdampak pada ekonomi dunia dengan berbagai cara, dan salah satu hasilnya adalah pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat di banyak negara.

Berikut adalah beberapa cara bagaimana globalisasi telah mempengaruhi pertumbuhan ekonomi global:

Perluasan Pasar


Investasi Asing Langsung

Peningkatan Produktivitas

Spesialisasi dan Perdagangan Komparatif: Globalisasi mendorong negara-negara untuk lebih mengkhususkan diri dalam produksi barang dan layanan yang mereka memiliki keunggulan komparatif.

Peningkatan Konektivitas dan Infrastruktur

Inovasi dan R&D Global





Peningkatan Daya Beli

Pasar Modal Global

Keuntungan Skala: Globalisasi memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan skala dengan memproduksi dalam jumlah besar.

Meskipun globalisasi telah membawa banyak manfaat ekonomi, perlu diingat bahwa dampaknya juga dapat bersifat tidak merata, dengan beberapa kelompok dan negara yang mungkin tidak mendapatkan manfaat yang sama.



## **Perubahan dalam rantai pasokan global.**


Globalisasi telah menghasilkan banyak perubahan dalam rantai pasokan global, yang mencakup perjalanan produk dari produksi hingga konsumen akhir.

Beberapa perubahan kunci dalam rantai pasokan global melibatkan:

**Lebihnya Jaringan Pasokan:** Rantai pasokan global menjadi lebih rumit dengan peningkatan jumlah mitra bisnis dan pemasok yang berlokasi di berbagai negara. Ini menciptakan ketergantungan yang lebih besar antara perusahaan di seluruh dunia.

**Kepemilikan Global**

**Teknologi dan Informasi:** Kemajuan dalam teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk memantau rantai pasokan mereka secara real-time.



Logistik dan Transportasi

Peningkatan Kepatuhan dan Regulasi:

Pasar E-commerce:

Inovasi dan Desentralisasi Produksi:

Perubahan Geopolitik:

Ketahanan Rantai Pasokan: Ini mencakup diversifikasi pemasok, perencanaan risiko, dan langkah-langkah untuk mengatasi gangguan seperti bencana alam atau pandemi.

Kepedulian Lingkungan



# Persaingan Global

Persaingan global merujuk pada kompetisi yang terjadi antara perusahaan, merek, dan produk dari berbagai negara di pasar global. Berikut beberapa poin penting terkait persaingan global:

Akses ke Pasar Global

Peningkatan Persaingan


Inovasi dan Kualitas

Diferensiasi Produk

Harga dan Efisiensi

Adaptasi Lokal

Teknologi dan Digitalisasi





Kerjasama Internasional

Kepatuhan Regulasi

Reputasi dan Etika

Persaingan global menawarkan banyak peluang, tetapi juga memiliki tantangan yang signifikan.

Perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis global yang cepat, mengelola risiko yang lebih besar, dan berinvestasi dalam sumber daya manusia dan teknologi untuk tetap bersaing.



# Konvergensi Era Digital dan Globalisasi

## Interaksi Era Digital dan Globalisasi

Bagaimana era digital mempercepat dan memperdalam proses globalisasi, serta bagaimana globalisasi memengaruhi perkembangan teknologi digital.

Interaksi antara era digital dan globalisasi memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di seluruh dunia :


Akses Informasi Global

Komunikasi Internasional

Pasar E-commerce Global

Pengembangan Produk Global

Pendidikan Online





Ekonomi Berbagi (Sharing Economy): Teknologi digital telah mendorong perkembangan ekonomi berbagi yang memungkinkan individu untuk berbagi sumber daya seperti akomodasi (Airbnb), transportasi (Uber), dan keahlian (platform freelance) di seluruh dunia.

Kolaborasi Global

Pengaruh Budaya Global

Namun, interaksi antara era digital dan globalisasi juga membawa beberapa tantangan. Beberapa dari tantangan ini meliputi privasi data, keamanan siber, penyebaran informasi palsu, ketidaksetaraan akses teknologi, dan konflik hukum yang melibatkan transaksi dan aktivitas digital yang melintasi batas negara.



# Pengaruh Era Digital terhadap Globalisasi

## Komunikasi global yang cepat

Salah satu pengaruh paling mencolok adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara cepat dan efisien di seluruh dunia.

Berikut beberapa cara era digital memengaruhi komunikasi global yang cepat:

Pengiriman Pesan Instan


Email

Media Sosial

Video Konferensi

Berita Online


Kerja Jarak Jauh



Dukungan Pelanggan Global: Bisnis dapat menyediakan dukungan pelanggan global secara online melalui platform chat, email, atau media sosial. Ini memungkinkan pelanggan di berbagai negara untuk berinteraksi dengan perusahaan dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka dengan cepat.

Kemampuan Berbagi Konten





## Ekspansi pasar global untuk bisnis kecil

Ini dapat membuka peluang baru, meningkatkan pendapatan, dan memperluas pangsa pasar.

Berikut adalah beberapa langkah yang dapat membantu bisnis kecil dalam proses ekspansi pasar global:

Pelan Ekspansi Global yang Tepat



Penelitian Pasar


Diversifikasi Produk atau Layanan

Kemitraan dan Distribusi Lokal

Keamanan Hukum

Konsiderasi Keuangan







Pemasaran Global

Manajemen Logistik dan Rantai Pasokan

Pelatihan Tim

Evaluasi dan Pengukuran

Ekspansi pasar global adalah langkah besar yang memerlukan persiapan yang matang. Dengan perencanaan yang tepat, risiko dapat dikelola dengan baik, dan bisnis kecil dapat berhasil mengakses pasar global yang luas.



# Pengaruh Globalisasi terhadap Era Digital

Penyebaran teknologi digital ke berbagai wilayah.

Globalisasi telah memainkan peran sentral dalam penyebaran teknologi digital ke berbagai wilayah di seluruh dunia. Dampak globalisasi terhadap era digital mencakup:

Akses Universal ke Internet


Pengembangan Ekosistem Teknologi

Kolaborasi Internasional

Pasar Global

Penyebaran Gadget dan Perangkat Digital

Edukasi dan Pelatihan Digital





Kebijakan dan Regulasi

Perpindahan Tenaga Kerja Teknologi

Inovasi Kolaboratif

Perubahan dalam Gaya Hidup



# **Pertumbuhan pasar global untuk perusahaan teknologi.**

Berikut adalah beberapa aspek pertumbuhan pasar global untuk perusahaan teknologi:

Akses Internet yang Meningkat


Pertumbuhan Penggunaan Smartphone

Peningkatan E-commerce

Internet of Things (IoT)

Cloud Computing

Keamanan Siber



Teknologi Kesehatan (Healthtech)



Inteligensi Buatan (AI) dan Analitik

Pendidikan dan E-learning

Transportasi dan Mobilitas

Energi Terbarukan

Inovasi Terus-Menerus: Inovasi terus-menerus dalam teknologi seperti 5G, blockchain, dan komputasi kuantum akan membuka pintu bagi perkembangan lebih lanjut dalam pasar global.



# Tantangan dan Peluang

Tantangan dalam Era Digital dan Globalisasi:

## Keamanan siber dan privasi data.

Serangan Siber yang Semakin Canggih, Kekurangan Keterampilan Keamanan, Serangan Negara dan Spionase, Kekurangan Kesadaran Keamanan, Penyusupan Privasi, Perdagangan Data, Ketidakjelasan Regulasi, Ketidaksetaraan Akses, Teknologi Pengejaran (Surveillance).

## Ketidaksetaraan digital global

Ketidaksetaraan digital global merujuk pada kesenjangan atau perbedaan yang signifikan dalam akses, pemanfaatan, dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) antara berbagai negara, wilayah, komunitas, atau individu di seluruh dunia, misalnya Akses Internet Terbatas, Kurangnya Perangkat, Ketidakmampuan Teknologi, Ketidaksetaraan Ekonomi, Isolasi Digital, Ketidaksetaraan Gender, Kurangnya Konten Lokal, Kurangnya Keamanan Digital.

# Tantangan dan Peluang

## Persaingan global yang meningkat.

Faktor-faktor Penyebab Persaingan Global yang Meningkatkan:

Globalisasi, Teknologi Informasi, Inovasi, Akses ke Modal, Perubahan Demografis, Perubahan Regulasi.

Dampak Persaingan Global yang Meningkatkan:

Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan, Inovasi, Pilihan Konsumen yang Lebih Luas, Peningkatan Efisiensi, Tantangan dan Risiko Baru, Peningkatan Peluang Kerja, Pengaruh pada Dinamika Industri: Persaingan global dapat mengubah dinamika industri secara keseluruhan, termasuk konsolidasi perusahaan, perubahan dalam pemain kunci, dan pengaruh eksternal yang lebih besar.

Peluang dalam Era Digital dan Globalisasi:

### Akses pasar global yang lebih besar


Akses pasar global lebih besar dianggap sebagai peluang penting karena adanya :

Potensi Pertumbuhan: Akses ke pasar global memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang pertumbuhan yang jauh lebih besar daripada hanya beroperasi di pasar domestik. Ini menciptakan peluang peningkatan pendapatan dan ekspansi bisnis.

Diversifikasi Risiko

Kreativitas dan Inovasi

Skala Operasional



Akses ke Sumber Daya dan Talenta Global



Daya Saing Global

Pasar yang Lebih Besar

Teknologi Digital

Eksplorasi Niche Markets

Kolaborasi Global



## Inovasi teknologi yang cepat

Pengembangan Perangkat Keras

Internet of Things (IoT)

Kecerdasan Buatan (AI)

Komputasi Kuantum

5G dan Komunikasi Nirkabel Cepat

Ketahanan Energi dan Transportasi Berkelanjutan

Blockchain dan Teknologi Ledger Terdistribusi (DLT)

Genomika dan Kedokteran Presisi

Robotik

Realitas Virtual (VR) dan Augmented Reality (AR)

Keamanan Siber dan Kriptografi

## Kemampuan untuk berkolaborasi di seluruh dunia.

Kolaborasi Global

Tim Virtual

Akses ke Sumber Daya Global

Keragaman Perspektif

Fleksibilitas Kerja

Pendidikan Jarak Jauh

Kolaborasi Lintas Batas Industri

Kemitraan Bisnis Global

Kolaborasi Ilmiah

Isu Global dan Kemanusiaan



# Transformasi Bisnis dan Masyarakat

## Model bisnis digital.


Model bisnis digital merujuk pada cara perusahaan menghasilkan pendapatan, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola operasional mereka dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet. Ini adalah perubahan mendasar dalam cara bisnis dilakukan dan telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan.

Berikut adalah beberapa cara model bisnis digital telah mengubah bisnis:

Pasar Global

E-commerce

Pendapatan Berbasis Langganan



Pemasaran Digital

Analitik dan Big Data

Model Bisnis Berbasis Data

Layanan Cloud



Internet of Things (IoT)

Penggunaan Teknologi Disruptif

Platform dan Ekosistem

Kemitraan Digital

Pendekatan Berbasis Layanan



## Penyesuaian strategi pemasaran

Penyesuaian strategi pemasaran adalah suatu tindakan yang diperlukan untuk mengakomodasi perubahan dalam lingkungan bisnis dan pasar. Perubahan ini dapat melibatkan berbagai aspek, seperti perubahan dalam preferensi pelanggan, persaingan yang lebih intens, perkembangan teknologi, atau perubahan dalam situasi ekonomi.

## Perubahan dalam rantai pasokan.

Perubahan dalam rantai pasokan adalah hal yang umum terjadi dalam dunia bisnis, terutama dalam lingkungan yang terus berubah. Rantai pasokan mencakup semua langkah yang terlibat dalam produksi, pengiriman, dan distribusi produk atau layanan dari produsen hingga konsumen akhir. Perubahan ini dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk perubahan dalam permintaan pelanggan, perubahan teknologi, perubahan dalam persyaratan peraturan, dan banyak lagi.

## Perubahan gaya hidup digital.

Perubahan gaya hidup digital telah memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat modern.

Transformasi ini mencakup perubahan dalam cara individu, keluarga, dan komunitas berinteraksi, bekerja, belajar, dan bermain.

## Akses informasi global.

Akses informasi global merujuk pada kemampuan individu, organisasi, dan masyarakat untuk mengakses dan mendapatkan informasi dari seluruh dunia, terutama melalui internet dan media digital. Fenomena ini menjadi semakin penting dalam era globalisasi dan digitalisasi.

## Perubahan budaya dan nilai-nilai.

Perubahan budaya dan nilai-nilai adalah fenomena yang alami dalam perkembangan masyarakat.


Budaya mencakup norma, kepercayaan, praktik, bahasa, dan nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi. Perubahan budaya dan nilai-nilai dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan sosial, teknologi, ekonomi, politik, dan lingkungan.

# Pentingnya Sistem Informasi dalam Riset Pemasaran

Sistem Informasi adalah rangkaian prosedur, metode, instruksi, dan alat-alat yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, menganalisis, mengambil, dan menyebarkan informasi guna mendukung pengambilan keputusan dan manajemen dalam suatu organisasi atau entitas. Sistem Informasi tidak hanya mencakup teknologi komputer dan perangkat lunak, tetapi juga melibatkan aspek manusia, prosedur bisnis, dan data.



**Manajemen Informasi:** Ini mencakup proses pengelolaan keseluruhan sistem, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan sistem informasi untuk memastikan bahwa data dan informasi dapat diakses dan digunakan dengan efektif.

**Teknologi Informasi:** Ini melibatkan perangkat keras (hardware) seperti komputer dan perangkat lunak (software) yang digunakan untuk menjalankan sistem informasi. Teknologi informasi juga mencakup jaringan komputer dan infrastruktur lainnya yang mendukung operasi sistem informasi.



Sistem Informasi dapat digunakan di berbagai bidang, termasuk bisnis, pendidikan, pemerintahan, kesehatan, dan lainnya. Tujuan utamanya adalah untuk menyediakan akses cepat dan akurat ke informasi yang diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan yang baik, perencanaan, pengelolaan sumber daya, dan kegiatan operasional dalam organisasi.

Sistem Informasi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi, mengurangi kesalahan manusia, dan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik berdasarkan data dan fakta. Sistem Informasi juga dapat digunakan untuk memonitor kinerja organisasi, mengidentifikasi tren, dan merespons perubahan pasar dan lingkungan dengan lebih cepat dan efisien.



# Pentingnya Sistem Informasi dalam Riset Pemasaran

Komponen Sistem Informasi

## **Input (Masukan):**

Data: Informasi mentah atau fakta yang dimasukkan ke dalam sistem. Data dapat berupa teks, angka, gambar, suara, atau bentuk lainnya.



Sumber Data: Tempat asal data, misalnya formulir, sensor, perangkat lunak, atau perangkat keras.

**Proses:**

Perangkat Keras (Hardware): Komponen fisik sistem informasi, termasuk komputer, server, perangkat penyimpanan, perangkat jaringan, dan perangkat input/output (I/O).

Perangkat Lunak (Software): Program-program yang menjalankan operasi sistem informasi. Ini termasuk sistem operasi, aplikasi bisnis, basis data, perangkat lunak analisis, dan sebagainya.

Prosedur (Procedures): Langkah-langkah atau instruksi yang digunakan dalam pengolahan data. Ini mencakup algoritma, kebijakan, dan panduan.





## **Database:**



Basis Data (Database): Tempat penyimpanan struktur yang terorganisir untuk data. Basis data memungkinkan penyimpanan, pengambilan, dan pengelolaan data dalam suatu format yang terstruktur.

Sistem Manajemen Basis Data (DBMS): Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan mengakses basis data.

## **Output (Keluaran):**

Informasi: Hasil yang dihasilkan dari pemrosesan data. Informasi dapat berupa laporan, grafik, grafis, atau tindakan lain yang mendukung pengambilan keputusan.

Penerimaan (Output Medium): Cara penyampaian informasi kepada pengguna, termasuk layar komputer, pencetak, tampilan grafis, atau perangkat lainnya.



# Pentingnya Sistem Informasi dalam Riset Pemasaran

Fungsi Utama Sistem Informasi dalam Bisnis (Laudon & Laudon, 2018)

Mengumpulkan Data: Menyimpan Data

Mengolah Data

Menghasilkan Informasi

Mendukung Pengambilan Keputusan

Pengembangan Bisnis: Komunikasi

Pelayanan Pelanggan

Analisis dan Perencanaan

Pemantauan dan Pelaporan

Manajemen Basis Data

# Konsep Riset Pemasaran Global

Riset Pemasaran Global adalah suatu proses yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memahami informasi yang berkaitan dengan pasar global atau pasar internasional di mana mereka beroperasi.

Riset pemasaran global berfokus pada pemahaman tentang pasar luar negeri, pelanggan potensial, pesaing, tren industri, dan faktor-faktor lingkungan yang memengaruhi strategi pemasaran global.

Riset pemasaran global dimulai dengan pemahaman yang mendalam tentang pasar global yang dituju, termasuk karakteristik demografis, sosial, ekonomi, dan budaya. Ini mencakup analisis tentang siapa target pasar, apa kebutuhan mereka, dan bagaimana mereka berperilaku.

Lingkungan bisnis global sangat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan politik, ekonomi, hukum, dan budaya di berbagai negara. Riset pemasaran global harus mencakup analisis terhadap faktor-faktor ini untuk memahami risiko dan peluang.

# Pentingnya Riset Pemasaran dalam Perdagangan Internasional

Riset Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam konteks perdagangan internasional. Ketika perusahaan memutuskan untuk beroperasi di pasar internasional, riset pemasaran menjadi alat kunci dalam mengidentifikasi peluang dan risiko yang ada.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa riset pemasaran sangat penting dalam perdagangan internasional:


Pemahaman Pasar Lokal

Identifikasi Peluang Pasar

Analisis Persaingan

Pemilihan Saluran Distribusi yang Tepat

Penyesuaian Produk dan Layanan





Manajemen Risiko

Pengembangan Strategi Pemasaran

Pengukuran Kinerja

Kepatuhan Regulasi



# Peran Sistem Informasi dalam Riset Pemasaran Global

Pengumpulan Data Global

Pengolahan Data

Keamanan Data

Pengukuran Kinerja

Integrasi dengan Sumber Data Eksternal

Sistem Informasi yang kuat dan terintegrasi adalah aset yang sangat berharga dalam Riset Pemasaran Global. Mereka membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik, memahami pasar global dengan lebih baik, dan merespons perubahan pasar dengan cepat dan efektif.

# Keuntungan Integrasi

Integrasi dalam konteks sistem informasi merujuk pada penggabungan atau penyatuan berbagai komponen, aplikasi, atau sistem yang berbeda menjadi satu kesatuan yang lebih besar dan terhubung. Integrasi ini dapat memberikan sejumlah keuntungan dalam berbagai aspek bisnis dan teknologi:

Peningkatan Efisiensi Operasional

Penyatuan Data

Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Penghematan Biaya

Peningkatan Layanan Pelanggan

Fleksibilitas dan Skalabilitas

Keamanan Data yang Lebih Baik

Meningkatkan Produktivitas Karyawan

# Kendala dalam Riset Pemasaran Global

Riset Pemasaran Global adalah proses yang penting untuk memahami pasar internasional dan memutuskan strategi yang efektif dalam perdagangan internasional. Namun, seperti halnya kegiatan bisnis lainnya, riset pemasaran global juga menghadapi berbagai kendala dan tantangan.

Berikut adalah beberapa kendala utama dalam Riset Pemasaran Global:

Perbedaan Budaya

Pemilihan Sampel yang Representatif

Biaya

Ketergantungan pada Pihak Ketiga

Keterlambatan Data

Kesulitan dalam Memahami Tren Pasar





Teknologi Pencitraan

Platform Survey Online

Pemetaan Geospasial

Chatbot dan Kecerdasan Buatan dalam Survei

Analisis Pencarian Online



## **Pentingnya Integrasi Sistem Informasi dan Riset Pemasaran dalam Era Global bagi bisnis**

Integrasi Sistem Informasi dan Riset Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam era global bagi bisnis. Keduanya bekerja bersama untuk membantu perusahaan memahami pasar global, mengambil keputusan yang lebih baik, dan menjalankan operasi dengan lebih efisien.

Berikut adalah pentingnya integrasi sistem informasi dan riset pemasaran dalam era global bagi bisnis:

Memahami Pasar Global

Keputusan yang Lebih Baik

Pengembangan Produk yang Tepat

Efisiensi Operasional

Analisis Tren Global

# Tantangan yang Harus Diatasi

Meskipun integrasi Sistem Informasi dan Riset Pemasaran memiliki banyak manfaat bagi bisnis dalam era global, ada beberapa tantangan yang harus diatasi dalam proses ini:

Perbedaan Infrastruktur Teknologi

Kebijakan Privasi Data

Kualitas Data yang Berbeda

Perbedaan Budaya dan Bahasa

Koordinasi Tim Global

Konsistensi Merek

Keamanan Data

Biaya Implementasi

Kualifikasi Personel

Kepemimpinan yang Kuat

Kualitas dan Ketersediaan Infrastruktur Jaringan



**Thank You**



# Daftar Pustaka

- Avlonitis, G. J., & Karayanni, D. A. (2000). The Impact of Internet Use on Business-to-Business Marketing: Examples from American and European Companies. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 441-459.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies." New York: W. W. Norton & Company.
- Hair, J. F., Wolfinbarger, M., Ortinau, D. J., & Bush, R. P. (2020). *Essentials of Marketing Research*. New York: McGraw-Hill.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). *Global Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Pearson.
- Malhotra, N. K. (2017). *Marketing Research: An Applied Orientation*. United Kingdom: Pearson.
- Ross, A. (2016). "The Industries of the Future." New York: Simon & Schuster.
- Schwab, K. (2017). "The Fourth Industrial Revolution." Crown Business.
- Siebel, T. M. (2019). "Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction." New York: RosettaBooks.
- Tapscott, D. (1995). "The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence." New York: McGraw-Hill.