



## Analisis Lingkungan Eksternal pada Faktor Faktor Kunci yang Perlu Diperhatikan

Mohamad Afrizal Miradji<sup>1\*</sup>, Fitri Novita Putri Kirana<sup>2</sup>, Nabilla Natejwa Amanda<sup>3</sup>,  
Nurul Fitrianingtyas<sup>4</sup>, Tania Eka Sabrina<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana,  
Indonesia

Alamat: Jl. Dukuh Menanggal XII, Dukuh menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya 60234,  
Indonesia

Korespondensi penulis: [afrizal@unipasby.ac.id](mailto:afrizal@unipasby.ac.id)

**Abstract.** *The external environment consists of various factors outside the organization that influence performance and the strategic decision-making process. These factors include economic, social, political, legal, technological and competitive aspects that continue to develop. Therefore, organizations need to analyze and understand the external environment in order to recognize opportunities that can be utilized and anticipate potential threats. Through a comprehensive analysis, organizations can formulate flexible and responsive strategies so that they are able to maintain sustainability and increase competitiveness in a changing market. This study aims to first certainly explain the concept of external environmental analysis, second to explain macro environmental factors through the PESTEL approach, third to explain the analysis of the industrial environment that includes aspects of competition and market power, fourth to compile an industrial competition profile through identifying competitor and market strengths, and fifth to predict business environmental conditions that can affect organizational strategy. The method used is a literature study with a qualitative descriptive approach. The results of the discussion show that external environmental analysis makes an important contribution to the preparation of adaptive, innovative, and sustainable business strategies.*

**Keywords:** *Business strategy, External environment, Industry competition, PESTEL analysis*

**Abstrak.** Lingkungan eksternal terdiri dari berbagai faktor diluar organisasi yang yang berpengaruh terhadap terhadap kinerja serta proses pengambilan keputusan strategis. Faktor tersebut meliputi aspek ekonomi, sosial, politik hukum, teknologi dan persaingan yang terus berkembang. Oleh karena itu, organisasi perlu menganalisis dan memahami lingkungan eksternal guna mengenali peluang yang dapat dimanfaatkan serta mengantisipasi potensi ancaman. Melalui analisis yang menyeluruh, organisasi dapat merumuskan strategi yang fleksibel dan responsif sehingga mampu mempertahankan keberlanjutan serta meningkatkandaya sain dipasar yang terus berubah. Penelitian ini bertujuan untuk yang pertama pastinya menjelaskan konsep analisis lingkungan eksternak, kedua untuk menjelaskan faktor-faktor lingkungan makro melalui pendekatan PESTEL, ketiga menjelaskan analisis lingkungan industri yang mencakup aspek persaingan dan kekuatan pasar, yang ke empat menyusun profile persaingan industri melalui identifikasi kekuatan pesaing dan paar, serta yang ke lima meramalkan kondisi lingkungan bisnis yang dapat mempengaruhi strategi organisasi. Untuk metode yang dogunakan adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa analisis lingkungan eksternal memberikan kontribusi penting dala penyusunan strategi bisnis yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** Strategi bisnis, Lingkungan eksternal, Persaingan industri, Analisis PESTEL

### 1. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif dan berubah, penting untuk memahami berbagai pihak yang memengaruhi perusahaan. Tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan untuk memastikan kelangsungan hidupnya. Namun, di sisi lain, bisnis juga perlu memperhatikan aspek lingkungan (Miradji, 2023). Analisis lingkungan eksternal adalah bagian penting dari manajemen strategis karena memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif

dengan mengidentifikasi peluang dari ancaman di pasar.

Analisis PESTEL adalah cara sistematis untuk melihat berbagai hal diluar bisnis yang bisa memenuhi kinerja perusahaan. Hal-hal yang dilihat meliputi factor politik, ekonomi, social, teknologi, lingkungan, dan hukum. Dengan mengetahui dinamika yang terjadi di luar, perusahaan dapat lebih responsive terhadap perubahan dan membuat keputusan yang lebih baik dalam menghadapi persaingan. Dalam perkembangan industri akuntansi yang semakin kompleks, tuntutan untuk menyediakan layanan yang lebih baik menjadi semakin mendesak. Beberapa faktor telah berkontribusi pada hal ini, termasuk meningkatnya kejahatan akuntansi, kebutuhan akan transparansi dan akuntabilitas, perubahan regulasi dan standar akuntansi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dampak teknologi dalam proses audit, serta kepentingan pihak ketiga. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap laporan keuangan, sangat penting untuk memenuhi kebutuhan akan layanan industri akuntansi yang lebih baik (Miradji, 2024).

Kami akan membahas tentang pentingnya analisis lingkungan eksternal serta menguraikan beberapa faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh setiap organisasi agar tetap relevan dan berdaya saing tinggi ditengah kondisi pasar yang tidak menentu.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Tujuan dari proses sistematis yang dikenal sebagai analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengevaluasi berbagai faktor di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi operasi dan keberhasilan suatu organisasi. Faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan dalam analisis ini adalah politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum, yang sering disebutkan dalam analisis PESTEL. Faktor politik mencakup kebijakan pemerintah, stabilitas politik, dan regulasi yang dapat mempengaruhi operasi bisnis, seperti perubahan undang-undang perdagangan dan pajak. Faktor ekonomi meliputi kondisi pasar, siklus bisnis, inflasi, dan tren ekonomi yang berdampak pada daya beli konglomerat. Teknologi menjadi bagian penting dari inovasi produk dan efisiensi operasional perusahaan.

Dua komponen utama lingkungan eksternal adalah lingkungan umum, yang terdiri dari faktor-faktor makro seperti demografi, ekonomi, politik, sosial, budaya, dan teknologi; dan lingkungan industri, yang terdiri dari kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ancaman produk substitusi, hambatan masuk pendatang baru, dan intensitas persaingan. Analisis terhadap kedua lingkungan ini memungkinkan perusahaan untuk menemukan peluang dan ancaman.

Analisis lingkungan eksternal sangat penting karena dapat membantu perencanaan strategis, meningkatkan pengambilan keputusan, dan membantu bisnis tetap kompetitif di tengah dinamika bisnis yang cepat berubah. Dengan memahami elemen eksternal secara menyeluruh, manajemen dapat menanggapi perubahan dengan lebih cepat dan efisien serta mengantisipasi risiko yang mungkin muncul. Oleh karena itu, analisis lingkungan eksternal menjadi bagian penting dari manajemen strategis yang sukses untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi perusahaan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam berdasarkan data non-numerik dan interpretatif. Menurut Sugiono (2017), pendekatan kualitatif cocok digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif terhadap gejala sosial atau organisasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari studi literatur, yaitu dengan menelaah berbagai jurnal ilmiah, buku teks, dan artikel terpercaya yang relevan dengan topik analisis lingkungan eksternal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu pencarian, pengumpulan, dan telaah terhadap sumber-sumber skunder yang memuat teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas analisis faktor eksternal seperti kerangka PESTEL.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan cara mengidentifikasi pola, hubungan serta kecenderungan dari berbagai literatur yang dikaji. Teknis analisis ini bertujuan untuk menyusun kerangka berpikir yang sistematis dengan faktor-faktor kunci dalam lingkungan eksternal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menyusun strategi bisnisnya.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis lingkungan eksternal merupakan proses sistematis untuk mengevaluasi berbagai faktor di luar organisasi yang bias memengaruhi jalannya bisnis. Dengan memahami faktor-faktor ini yang sering disebut sebagai analisis PESTEL. Faktor-faktor ini dikelompokkan ke dalam enam kategori utama: politik (politik), ekonomi (ekonomi), sosial (sosial), teknologi (teknologi), lingkungan (lingkungan), dan hukum (hukum). Faktor politik termasuk kebijakan pemerintah, stabilitas ekonomi, dan undang-undang. Inovasi

dan kemajuan digital yang dihasilkan oleh teknologi dapat mengubah cara bisnis bekerja dan bersaing. Faktor lingkungan termasuk masalah keberlanjutan, perubahan iklim, dan peraturan yang mengharuskan bisnis mengadopsi praktik ramah lingkungan. Terakhir, elemen hukum termasuk undang-undang dan peraturan yang harus dipatuhi perusahaan untuk menghindari risiko hukum. Dengan memahami keenam kategori ini, bisnis dapat menemukan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dan membuat strategi yang lebih fleksibel untuk mengatasi dinamika pasar dan peraturan.

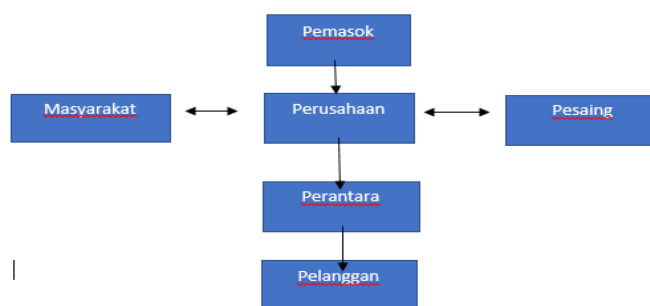
### **Aspek Penting dari Analisis Lingkungan Eksternal**

#### **a. Lingkungan Mikro**

Lingkungan mikro pemasaran adalah komponen yang berada di bawah kontrol langsung perusahaan dan berdampak langsung pada strategi pemasaran dan operasi perusahaan. Dalam dunia mikro pemasaran, pemasok, saluran distribusi, pesaing, pelanggan, dan pesaing baru adalah elemen penting. Perusahaan dapat membuat strategi pemasaran yang lebih responsif dengan mempelajari lingkungan mikro.

Analisis pesaing membantu bisnis memahami dinamika pasar, sementara pemahaman pelanggan membantu mereka membuat barang atau jasa yang lebih sesuai dengan pasar. Efektivitas operasi dapat ditingkatkan melalui hubungan yang baik dengan pemasok dan manajemen saluran distribusi yang efektif. Selain itu, bisnis dapat mengantisipasi risiko dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mempertahankan posisi pasar dengan mengetahui potensi pesaing baru. Dengan memperhatikan lingkungan mikro pemasaran, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja mereka, menghadapi persaingan dengan lebih baik, dan membuat strategi pemasaran yang lebih berkelanjutan untuk pasar yang terus berubah.

Berikut adalah unsur-unsur utama lingkungan mikro pemasaran: Ini adalah elemen yang berada dalam kontrol langsung suatu perusahaan dan berdampak langsung pada keputusan pemasaran dan kinerja bisnisnya.



**Gambar 1** unsur-unsur lingkungan mikro perusahaan

## b. Lingkungan Makro

Lingkungan mikro lebih dekat dengan perusahaan dan langsung mempengaruhi operasional sehari-hari. Lingkungan eksternal makro perusahaan terdiri dari berbagai faktor kekuatan dari luar perusahaan yang memengaruhi operasi perusahaan. Karena faktor-faktor ini merupakan faktor luar, perusahaan tidak memiliki kendali atas gejala perubahan yang terjadi pada faktor-faktor eksternal tersebut. Beberapa komponen eksternal makro ini terdiri dari banyak hal, berikut ini adalah penjelasan untuk masing-masing komponen lingkungan eksternal makro yang harus diperhatikan:

### 1) Kekuatan Pemasok

Kemampuan pemasok dalam menentukan harga dan kualitas bahan baku yang dapat mempengaruhi biaya produksi.

### 2) Kekuatan Pembeli

Pengaruh konsumen dalam menentukan harga dan kualitas produk yang diinginkan.

### 3) Ancaman Produk Pengganti

Kemunculan produk atau jasa alternatif yang dapat mengurangi permintaan produk perusahaan.

### 4) Persaingan Industri

Tingkat persaingan antar perusahaan dalam industri yang sama, termasuk strategi kompetitor dan pangsa pasar.

## c. Unsur-unsur Lingkung Eksternal Makro Dari Suatu Organisasi

### 1) Perkembangan Teknologi

Kemajuan dan perkembangan teknologi sangat penting untuk menentukan produk dan jasa apa yang akan diproduksi, peralatan apa yang akan digunakan, dan bagaimana suatu organisasi mengelola berbagai operasi. Perubahan ini dapat terjadi kapan saja dan mempengaruhi perusahaan apa pun. Pada akhirnya, hal ini juga akan mempengaruhi pers. Inovasi teknologi baru memengaruhi operasi bisnis. Otomatisasi, penelitian dan pengembangan, kesadaran teknologi.

### 2) Variable Ekonomi

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi, juga bisa menjadi masalah dalam suatu organisasi atau perusahaan. Hal tersebut menjadi tugas dari para manager untuk memikirkan jalan pemecahannya, tanpa mengurangi kualitas dari hasil produksi. Biaya-biaya yang dibutuhkan dalam suatu proses produksi, setiap saat dapat berubah sebagai akibat dari pengaruh faktor-faktor ekonomi tersebut. Seorang manager harus

dapat menganalisa dan mendiagnosa perubahan-perubahan dari faktor-faktor ekonomi untuk kemudian dijadikan suatu kekuatan dalam proses kegiatan suatu organisasi atau perusahaan. Faktor-faktor ekonomi yang bisa berpengaruh terhadap kegiatan suatu organisasi atau perusahaan adalah kecenderungan inflasi atau deflasi harga barang-barang dan jasa-jasa, kebijakan-kebijakan moneter, devaluasi atau revaluasi, dan yang menyangkut tingkat suku bunga, kebijakan-kebijakan fiskal, keseimbangan neraca pembayaran, serta harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing dan penyedia. Pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, suku bunga, dan tingkat inflasi adalah beberapa hal yang berkaitan dengan ekonomi sebuah Negara.

3) Lingkungan Sosial-Kebudayaan

Maju mundurnya suatu organisasi atau perusahaan tidak terpengaruh oleh masyarakat dan kebudayaannya. Lingkungan sosial dan kebudayaan yang dimaksud terdiri dari nilai-nilai, sikap, pandangan, tradisi, kelompok etnis, ekologi, demografis, geografis, serta agama dan kepercayaan masyarakat tertentu. Struktur organisasi perusahaan juga mencerminkan nilai-nilai dan kebiasaan masyarakat. Tingkat pertumbuhan penduduk, distribusi usia, pilihan karir, kesadaran kesehatan, dan faktor lain merupakan bagian dari demografi negara.

4) Variable Politik-Hukum

Selama beberapa waktu, faktor politik dan hukum juga memengaruhi operasi perusahaan dan organisasi. Dalam mengelola operasi suatu organisasi atau perusahaan, manajer tidak boleh mengabaikan keadaan politik, peraturan pemerintah, dan bagaimana hal-hal ini berdampak pada pemerintah dalam membuat keputusan. Peraturan dan batasan pemerintah dibuat untuk melindungi konsumen, lingkungan, dan perusahaan serta mencegah pembayaran karyawan yang tidak adil. Kebijakan pemerintah, stabilitas politik, kebijakan perpajakan, undang-undang ketenagakerjaan, dan pembatasan perdagangan adalah semua politik yang berdampak pada bisnis atau industri. Namun, hukum memengaruhi operasi bisnis. Mereka mencakup hukum khusus industri, bisnis, dan bahkan negara bagian.

### **Kenapa Analisis Lingkungan Eksternal Penting untuk Manajemen Strategi?**

Analisis lingkungan eksternal adalah langkah awal yang sangat penting dalam menyusun rencana strategis perusahaan. Berikut ini alasan mengapa analisis ini punya peran besar:

a. Identifikasi Peluang dan Ancaman

Perusahaan bias menemukan kesempatan baru yang sebelumnya belum dimaksimalkan dari ancaman yang perlu diwaspadai dengan melakukan analisis lingkungan eksternal. Informasi ini sangat penting dalam pembuatan rencana untuk mengoptimalkan kesempatan yang ada sekaligus meminimalkan risiko kerugian.

b. Penyusunan Strategis yang Lebih Efektif

Analisis lingkungan eksternal memberikan dasar yang kokoh bagi perusahaan dalam merancang strategi yang relevan dengan kondisi pasar dan dinamika industry. perusahaan yang melakukan analisis lingkungan eksternal secara menyeluruh biasanya mampu menyusun strategi yang lebih sesuai dengan kondisi pasar dan tren industry. Hal ini secara signifikan meningkatkan peluang keberhasilan implementasi strategi tersebut.

c. Kemampuan untuk Membuat Keputusan yang Lebih Akurat

Manajemen dapat membuat keputusan yang lebih cepat dan tepat jika mereka tahu tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis. Ini memungkinkan bisnis untuk tetap kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

d. Kemampuan Beradaptasi terhadap Perubahan

Perusahaan yang responsive terhadap perubahan memiliki keunggulan kompetitif karena dunia bisnis terus mengalami dinamika. Dengan melakukan analisis lingkungan eksternal secara berkala, perusahaan dapat memnatau perkembangan yang terjadi dan menyesuaikan strategi mereka secara efektif.

e. Mendorong Pembaruan dan Pemikiran Kreatif

Melalui analisis lingkungan eksternal, perusahaan memotivasi agar menghasilkan ide baru serta berinovasi menjumpai berbagai ancaman. Pemahaman terhadap arus pasar serta keperluan pelanggan membantu organisasi merancang ciptaan serta persiapan yang tepat, menarik, serta kompetitif.

### **Paduan untuk Menganalisis Lingkungan Eksternal**

Agar analisis lingkungan eksternal berjalan secara efektif, perusahaan dapat menjalankan tahapan sebagai berikut:

a. Mengumpulkan Data

Langkah pertama adalah menyatukan informasi beraneka macam aspek, seperti laporan pasar, publikasi industry, serta liputan khusus. Data ini memberikan gambaran mengenai trend an situasi yang memengaruhi bisnis.

b. Menggunakan Teknik Analisis

Alat bantu seperti matriks PESTEL atau SWOT bisa membantu mengatur serta merangkum informasi yang sudah dikumpulkan. Matriks ini juga memudahkan kita melihat serta memahami factor-factor eksternal yang penting di perusahaan.

c. Membangun Tim Multidisiplin

Setiap departemen membawa perspektif berbeda yang dapat memperkaya analisis. Mengajak anggota tim dari berbagai departemen, seperti keuangan, operasional, dan pemasaran, dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensi dan mendalam.

d. Penilaian dan Langkah Lanjutan

Pasca analisis rampung, tinjau kembali hasilnya dan susun rencana untuk langkah selanjutnya. Pertimbangkan cara hasil analisis dapat dimanfaatkan dalam perencanaan strategi serta pengambilan keputusan operasional perusahaan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Analisis lingkungan eksternal adalah proses sistematis untuk mengevaluasi berbagai factor di luar organisasi bias memengaruhi jalannya bisnis. Faktor-faktor ini sering disebut sebagai analisis PESTEL, yang dikelompokkan ke enam kategori utama: politik (politik), ekonomi (ekonomi), sosial (sosial), teknologi (teknologi), lingkungan (lingkungan), dan hukum (hukum). Faktor politik termasuk kebijakan pemerintah, stabilitas ekonomi, dan undang-undang. Inovasi dan kemajuan digital yang dihasilkan oleh teknologi dapat mengubah cara bisnis bekerja dan bersaing. Faktor lingkungan termasuk masalah keberlanjutan, perubahan iklim, dan peraturan yang mengharuskan bisnis mengadopsi praktik ramah lingkungan.

Aspek penting dari analisis lingkungan eksternal yang membantu bisnis memahami dinamika pasar, sementara pemahaman pelanggan membantu mereka membuat barang atau jasa yang lebih sesuai dengan pasar. Efektivitas operasi dapat ditingkatkan melalui hubungan yang baik dengan pemasok dan manajemen saluran distribusi yang efektif. Selain itu, bisnis dapat mengantisipasi risiko dan mengambil tindakan untuk mempertahankan posisi pasar dengan mengetahui potensi pesaing baru. Dengan memperhatikan lingkungan mikro pemasaran, perusahaan dapat optimalalkan kinerja mereka, menghadapi persaingan dengan lebih baik, dan membuat strategi pemasaran yang lebih berkelanjutan untuk pasar terus berubah.

Lingkungan eksternal makro perusahaan terdiri dari berbagai faktor kekuatan dari luar perusahaan yang memengaruhi operasi perusahaan. Unsur-unsur lingkungan eksternal



makro dari suatu organisasi terdiri dari kekuatan pemasok, pembeli, ancaman produk yang dapat mengurangi permintaan produk perusahaan, dan persaingan industri. Unsur-unsur lingkungan eksternal makro dari suatu organisasi adalah perkembangan teknologi, variable ekonomi, dan kecenderungan inflasi atau deflasi harga bar.

## DAFTAR REFERENSI

- Accurate. (n.d.). *Lingkungan mikro pemasaran*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/lingkungan-mikro-pemasaran/>
- Algoritma. (2022). *Analisis PESTEL 2022*. <https://algorit.ma/blog/analisis-pestel-2022/>
- Ciputra University. (2021). *Analisis lingkungan eksternal; kunci sukses dalam strategic management*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Grant, R. M. (2019). *Contemporary strategy analysis* (10th ed.). Wiley.
- Indibiz. (n.d.). *Apa itu analisis PESTEL dan mengapa ini penting bagi bisnis Anda*. <https://indibiz.co.id/artikel/apa-itu-analisis-pestel-dan-mengapa-ini-penting-bagi-bisnis-anda>
- Kajian, J., & Multidisipliner, I. (2024). Analisis lingkungan bisnis eksternal dan dampaknya terhadap keberhasilan perusahaan. *Jurnal Kajian Ilmu Multidisipliner*, 8(6), 325–334.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Merdeka. (n.d.). *Pengertian lingkungan eksternal makro dalam bisnis, pahami faktor pengaruhnya*. <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian-lingkungan-eksternal-makro-dalam-bisnis-pahami-faktor-pengaruhnya-klh.html>
- Miradji, M. A. (2023). Analisis akuntansi biaya lingkungan pada PT. Caplang. *Majalah Ekonomi*, 27(2), 12–25. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no2.a6375>
- Miradji, M. A. (2024). Studi empiris tentang faktor-faktor yang memengaruhi laporan keuangan. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 5(4), 139–146.
- Paydia. (n.d.). *Analisis PESTEL untuk strategi bisnis*. <https://paydia.id/analisis-pestel-untuk-strategi-bisnis/>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahrizal, H., Maisah, & Hakim, L. (2023). Analisis lingkungan eksternal lembaga pendidikan agama Islam. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i2.65>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). *Strategic management and business policy*. Pearson Education.