

Analisis Lingkungan Bisnis dan Pengaruhnya terhadap Strategi Pengembangan Bisnis pada Perusahaan Paragon

Radifa Nur Azizah*, Aditya Rizki Tamami, Rendy Anditya Aldy W, Ferthalia Jovita P, Adam Akbar, Elvira Rahma K, Maharani Ikaningtyas

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh analisis lingkungan bisnis terhadap strategi pengembangan organisasi dan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan utama yang membentuk arah strategis PT Paragon Technology and Innovation. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari sumber sekunder seperti jurnal akademik, laporan perusahaan, dan artikel industri, yang dianalisis secara deskriptif dan sistematis. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa lingkungan bisnis memainkan peran penting dalam membentuk strategi pengembangan organisasi. Secara internal, budaya kerja yang kolaboratif, pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan, dan struktur organisasi yang fleksibel merupakan faktor pendukung utama. Secara eksternal, pergeseran preferensi konsumen, peraturan sertifikasi halal, tren digital, dan isu keberlanjutan mendorong perusahaan untuk berinovasi dan menyesuaikan strategi bisnisnya. PT Paragon juga menerapkan kepemimpinan transformasional, adopsi teknologi, dan kolaborasi eksternal untuk meningkatkan pertumbuhan organisasi. Hasil ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan analisis lingkungan dengan strategi internal untuk membangun organisasi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan di tengah lanskap industri kosmetik yang kompetitif.

Kata kunci: Lingkungan Bisnis, Strategi Organisasi, Inovasi, Budaya Kerja

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i4.4373>

*Correspondence: Radifa Nur Azizah

Email: 23042010188@student.upnjatim.ac.id

Received: 18-06-2025

Accepted: 25-06-2025

Published: 31-08-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the influence of business environment analysis on organizational development strategies and to identify key environmental factors that shape the strategic direction of PT Paragon Technology and Innovation. The research employs a case study method using a descriptive qualitative approach. Data were obtained from secondary sources such as academic journals, company reports, and industry articles, which were analyzed descriptively and systematically. The findings reveal that the business environment plays a significant role in shaping the organization's development strategies. Internally, a collaborative work culture, continuous human resource development, and a flexible organizational structure are the main supporting factors. Externally, shifting consumer preferences, halal certification regulations, digital trends, and sustainability issues drive the company to innovate and adjust its business strategies. PT Paragon also implements transformational leadership, technology adoption, and external collaboration to enhance organizational growth. These results highlight the importance of integrating environmental analysis with internal strategies to build an adaptive, innovative, and sustainable organization amid the competitive cosmetics industry landscape.

Keywords: Business Environment, Organizational Strategy, Innovation, Work Culture

Pendahuluan

PT Paragon merupakan sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor kosmetik dan perawatan pribadi. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan ini telah mengalami perkembangan yang pesat dan telah menjadi salah satu aktor penting di sektor tersebut. Namun, seiring dengan meningkatnya tingkat persaingan dan perubahan dalam bisnis yang sangat dinamis, PT Paragon perlu melakukan evaluasi terhadap lingkungan usaha untuk mengenali peluang dan tantangan yang dihadapi.

Pertumbuhan industri kosmetik tidak lepas dari berbagai tantangan yang rumit. Ketatnya persaingan, baik dari merek lokal maupun asing, mendorong perusahaan untuk terus berupaya berinovasi dalam produk, layanan, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Selain itu, perubahan di luar perusahaan, seperti ketidakstabilan ekonomi, pergeseran perilaku konsumen, kemajuan teknologi digital, serta peraturan pemerintah yang selalu berubah juga mempengaruhi bagaimana perusahaan menjalankan aktivitasnya. Dalam situasi ini, penting bagi perusahaan seperti PT Paragon untuk memahami berbagai faktor eksternal melalui analisis lingkungan bisnis yang komprehensif.

Wheelen dan Hunger (2021) menyoroti pentingnya *PESTEL Analysis* (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Hukum) sebagai alat untuk menilai faktor eksternal yang dapat mempengaruhi strategi perusahaan. Mereka menjelaskan bahwa perusahaan perlu memahami kekuatan yang ada di luar mereka secara sistematis agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar, kebijakan pemerintah, teknologi, dan tren sosial.

Dalam konteks PT Paragon, pendekatan ini membantu perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi operasional dan arah strategis bisnis. Analisis lingkungan bisnis adalah langkah sistematis untuk menemukan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan strategi perusahaan baik dalam jangka pendek maupun panjang. Dengan menganalisis faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (PESTEL), serta mengidentifikasi kekuatan kompetitif dalam industri, perusahaan dapat menemukan peluang yang bisa dimanfaatkan dan mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Untuk PT Paragon, analisis ini sangat penting untuk memastikan bahwa strategi pengembangan bisnis yang direncanakan sejalan dengan perubahan eksternal yang bisa terjadi secara mendadak.

Menurut David dan David (2020), strategi pengembangan bisnis harus berlandaskan pemahaman akan sumber daya internal dan kapabilitas unik perusahaan. Teori ini menekankan bahwa keuntungan kompetitif yang berkelanjutan berasal dari pemanfaatan aset internal yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Bagi PT Paragon, kekuatan internal seperti inovasi produk halal, keunggulan dalam manufaktur, dan kemampuan dalam *branding* menjadi dasar dalam merumuskan strategi diversifikasi, memperluas pasar, dan

investasi teknologi. Strategi pengembangan bisnis yang efektif harus didasarkan pada pemahaman menyeluruh terhadap lingkungan bisnis yang ada.

Menurut Hill, C. W. L., Schilling, M. A., dan Jones, G. R. (2020) dalam bukunya *Strategic Management: Theory: An Integrated Approach*, dijelaskan bahwa analisis lima kekuatan Porter (Porter's Five Forces) sangat penting dalam menilai daya tarik dan tingkat persaingan di sebuah industri. Lima kekuatan tersebut meliputi: ancaman dari pendatang baru, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar pemasok, kekuatan tawar pembeli, dan tingkat persaingan di antara para pesaing. Dalam konteks PT Paragon yang beroperasi dalam industri kosmetik yang sangat kompetitif, teori ini berguna untuk memahami posisi strategis perusahaan dibandingkan dengan pesaing baik lokal maupun internasional, serta membantu dalam merumuskan strategi diferensiasi PT Paragon yang telah mengukir posisi strategis di pasar domestik. Perusahaan perlu memperkuat posisinya melalui diversifikasi produk, ekspansi ke pasar baru, pemanfaatan teknologi digital, dan peningkatan citra merek. Langkah-langkah strategis tersebut harus diambil dengan hati-hati dan berdasarkan informasi yang tepat mengenai tren pasar, keinginan konsumen, dan dinamika persaingan. Di sinilah analisis lingkungan bisnis menjadi sangat penting dalam menentukan arah kebijakan perusahaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan PT Paragon Technology and Innovation sebagai objek utama untuk mengeksplorasi pengaruh lingkungan bisnis terhadap strategi pengembangan perusahaan. Data yang digunakan bersifat sekunder dan diperoleh dari sumber-sumber kredibel seperti artikel ilmiah, jurnal akademik, berita industri, dan publikasi resmi perusahaan. Analisis dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, serta analisis sistematis untuk menyusun pola dan tren dari studi terdahulu. Tujuannya adalah menghasilkan pemahaman mendalam dan terstruktur mengenai hubungan antara lingkungan bisnis dan strategi yang dijalankan oleh Paragon.

Penelitian ini memiliki kerangka berpikir yang bertujuan untuk memahami bagaimana lingkungan bisnis memengaruhi strategi pengembangan PT Paragon Technology and Innovation. Fokus utama adalah hubungan antara dinamika lingkungan eksternal dan internal dengan keputusan strategis perusahaan. Penelitian dilakukan melalui metode studi kasus dengan menggunakan data sekunder dari sumber yang kredibel. Analisis dilakukan dalam dua dimensi, yaitu lingkungan eksternal (ekonomi, sosial, politik, teknologi, regulasi) dan internal (sumber daya, budaya, struktur, kapabilitas). Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan kondisi bisnis secara menyeluruh dan analisis sistematis untuk mengidentifikasi pola dari literatur

yang relevan. Kesimpulan disusun berdasarkan integrasi kedua analisis tersebut, guna menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat membantu perusahaan merespons perubahan lingkungan bisnis secara efektif.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Lingkungan Bisnis PT Paragon

1. Analisis Lingkungan Internal

PT Paragon dikenal memiliki pendekatan *human-centric* dalam manajemen SDM. Perusahaan menerapkan *People Development* melalui pelatihan berkelanjutan, *mentoring*, serta pembentukan budaya kerja kolaboratif dan inovatif. Pada tahun 2023, PT Paragon memiliki lebih dari 11.000 karyawan dengan proporsi besar dari generasi muda, khususnya Gen Z dan milenial (Paragon, 2023). PT Paragon juga dikenal aktif mengembangkan *leadership pipeline* dan program *internship*, seperti “*Paragon Leader Development Program*” (PLDP). Struktur organisasi PT Paragon didesain *agile* dan adaptif, dengan pembagian departemen berbasis fungsi (*HR, R&D, Operasional, Marketing, dll*). Perusahaan telah menerapkan *Good Corporate Governance* dan *Continuous Improvement System* dalam proses pengambilan keputusan. Keberadaan sistem informasi terintegrasi memungkinkan koordinasi antar divisi menjadi lebih efektif (Cybertrend x Paragon, 2025). Budaya kerja PT Paragon bertumpu pada lima nilai inti: Ketuhanan, Kepedulian, Kerendahan Hati, Ketangguhan, dan Inovasi. Nilai ini diinternalisasikan melalui aktivitas internal seperti kegiatan sosial, pelatihan nilai, dan ritual pagi. PT Paragon juga menerapkan *Creative Organizational Culture* yang mendorong eksplorasi ide dan kolaborasi antar divisi.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Dalam dekade terakhir, PT Paragon Technology and Innovation telah memanfaatkan peluang eksternal signifikan untuk memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri kosmetik halal di Indonesia. Secara ekonomi, peningkatan daya beli masyarakat pascapandemi dan perpindahan preferensi ke belanja daring telah mendukung pertumbuhan penjualan Wardah, Make Over, dan Emina, meskipun fluktuasi harga bahan baku dan nilai tukar rupiah tetap menjadi tantangan makroekonomi yang perlu diantisipasi (Ferdinand & Ciptono, 2022; Puteri et al., 2025). Di ranah politik dan regulasi, kebijakan pemerintah melalui BPOM serta dorongan terhadap sertifikasi halal mendukung kredibilitas produk PT Paragon, meski adaptasi cepat terhadap perubahan regulasi sangat krusial untuk menjaga kepatuhan dan reputasi perusahaan. Sementara itu, pergeseran sosial berupa meningkatnya kesadaran konsumen terutama generasi milenial dan Gen Z terhadap produk yang ramah lingkungan, etis, dan halal telah menjadi sumber peluang utama (Puteri et al., 2025).

Dari sisi lingkungan, tren global menuju *clean beauty* dan *sustainability* mendesak PT Paragon untuk terus meningkatkan praktik ramah lingkungan dalam produksi dan kemasan suatu upaya yang tertuang dalam Sustainability Report 2023 serta analisis studi SWOT industri kosmetik nasional (Paragon ESG Report, 2023; Ferdinand & Ciptono, 2022). Terakhir, tantangan hukum seperti perubahan regulasi BPOM dan persyaratan keamanan bahan kosmetik menghadirkan risiko baru, namun sekaligus membuka peluang untuk memperkuat posisi sebagai pelopor kosmetik halal berstandar internasional.

B. Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>
Adanya kebijakan perusahaan yang mendukung pengembangan sumber daya manusia adalah salah satu kekuatan penelitian ini. Banyak program pelatihan yang tersedia di PT Paragon ditujukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan untuk berinteraksi dengan orang lain dan berkomunikasi dengan lebih baik. Kebijakan yang berpusat pada hubungan antarmanusia ini meningkatkan semangat kerja dan meningkatkan rasa apresiasi karyawan. Dengan budaya perusahaan yang inklusif dan terlibat, karyawan merasa dihargai dan penting bagi organisasi. Aspek-aspek ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fondasi hubungan manusia yang kuat yang membantu karyawan menjadi lebih bahagia di tempat kerja mereka.	Dalam beberapa divisi, ada kesenjangan komunikasi antara manajer dan karyawan. Akibatnya, beberapa karyawan merasa kurang terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Karena tidak ada persepsi keterbukaan dan penghargaan yang konsisten di seluruh perusahaan, hal ini dapat menurunkan motivasi dan kepuasan kerja mereka.	PT Paragon memiliki peluang besar untuk meningkatkan program hubungan manusia melalui inovasi teknologi seperti aplikasi komunikasi internal yang mempermudah kolaborasi antardepartemen dan meningkatkan transparansi. Selain itu, PT Paragon memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dengan menawarkan program evaluasi yang berkelanjutan. Dengan menggunakan teknologi dan sistem evaluasi ini, PT Paragon dapat lebih cepat menanggapi kebutuhan karyawan dan meningkatkan kepuasan kerja mereka.	Perubahan ekspektasi karyawan yang terus berkembang merupakan ancaman yang mungkin dihadapi, terutama di kalangan generasi muda yang lebih menuntut keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan mereka (<i>work-life balance</i>). PT Paragon akan mengalami peningkatan yang berkemungkinan <i>turnover</i> jika program hubungan manusia mereka tidak disesuaikan dengan kebutuhan generasi ini. Selain itu, perubahan dinamika tim yang disebabkan oleh tren kerja yang lebih fleksibel juga dapat mengganggu hubungan interpersonal di perusahaan.

C. Pengaruh Analisis Lingkungan Bisnis Terhadap Strategi Pengembangan Organisasi

Analisis lingkungan bisnis merupakan elemen penting dalam proses perumusan strategi organisasi. Lingkungan bisnis yang kompleks dan dinamis menuntut perusahaan untuk mampu mengidentifikasi perubahan eksternal yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi kelangsungan bisnis. Dalam konteks ini, PT Paragon Technology and Innovation (Paragon) menunjukkan bagaimana analisis lingkungan yang sistematis dan menyeluruh dapat dijadikan landasan dalam menyusun strategi pengembangan organisasi yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

Sebagai perusahaan kosmetik terkemuka di Indonesia, PT Paragon secara konsisten melakukan pemantauan terhadap faktor-faktor eksternal yang memengaruhi industrinya. Analisis lingkungan makro, seperti sosial budaya dan teknologi, sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Misalnya, meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap produk halal menjadi sinyal bagi PT Paragon untuk mengembangkan dan memperkuat brand Wardah sebagai pelopor kosmetik halal. Hal ini membuktikan bahwa faktor sosial budaya dapat memengaruhi arah dan *positioning* strategi produk yang dijalankan oleh organisasi.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga berdampak besar terhadap strategi pengembangan bisnis PT Paragon. Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih aktif di platform digital mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran berbasis digital (*digital marketing*). PT Paragon memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, dan *big data* untuk memahami preferensi konsumen dan merancang strategi komunikasi yang lebih personal. Keputusan ini lahir dari hasil analisis lingkungan yang mampu membaca pergeseran tren konsumen ke arah digitalisasi.

Selain itu, faktor ekonomi dan regulasi pemerintah juga menjadi perhatian dalam analisis lingkungan bisnis PT Paragon. Kebijakan yang mendukung produk lokal serta insentif industri kosmetik memberikan ruang bagi PT Paragon untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas pasar domestik. PT Paragon juga merespons kondisi ekonomi seperti inflasi, nilai tukar, dan harga bahan baku global dengan melakukan efisiensi proses produksi dan penguatan rantai pasok dalam negeri. Dengan demikian, strategi operasional perusahaan menjadi lebih tangguh dalam menghadapi ketidakpastian eksternal.

Dampak analisis lingkungan tidak hanya terbatas pada aspek eksternal organisasi, tetapi juga memengaruhi pengembangan struktur internal. PT Paragon menyadari bahwa untuk tetap kompetitif, organisasi harus memiliki kapabilitas internal yang mendukung strategi bisnis. Oleh karena itu, perusahaan membangun budaya organisasi yang *agile* dan inovatif serta mendorong pengembangan kompetensi sumber daya manusia yang adaptif terhadap perubahan, khususnya dalam hal penguasaan teknologi dan pemikiran kreatif.

Hal ini menunjukkan keterkaitan erat antara pemahaman lingkungan eksternal dan strategi pengembangan organisasi dari dalam.

D. Faktor-Faktor Lingkungan Bisnis yang Berpengaruh Pada PT Paragon

Dalam menjalankan usahanya, PT Paragon Technology and Innovation sebagai salah satu perusahaan kosmetik terkemuka di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh lingkungan bisnis yang terus berubah. Lingkungan bisnis mencakup berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan, strategi perusahaan, serta kelangsungan operasional. Dengan mengelola merek seperti Wardah, Make Over, Emina, dan Kahf, PT Paragon dituntut untuk adaptif terhadap setiap dinamika pasar agar tetap relevan dan kompetitif.

Dari sisi internal, kesuksesan PT Paragon banyak dipengaruhi oleh kekuatan budaya organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia. Perusahaan menjunjung tinggi nilai-nilai profesionalisme, spiritualitas, serta kebermanfaatan sosial yang tertanam dalam seluruh aktivitas kerjanya. Budaya kerja yang kolaboratif, terbuka terhadap pembelajaran, dan menjunjung integritas menjadi fondasi utama dalam membangun kinerja yang solid. Struktur organisasi yang fleksibel juga memungkinkan munculnya inovasi di berbagai lini. Di samping itu, sistem pelatihan dan pengembangan karyawan yang berkelanjutan menjadikan SDM tidak hanya sebagai pekerja, melainkan sebagai mitra strategis perusahaan. Hal ini memperkuat daya saing internal serta membentuk stabilitas dalam menghadapi tekanan eksternal.

Sementara dari aspek eksternal, PT Paragon menghadapi berbagai tantangan dari sisi konsumen, pesaing, pemasok, hingga distribusi. Perubahan preferensi konsumen terhadap produk halal, tren kecantikan, dan isu lingkungan menuntut perusahaan untuk terus berinovasi. PT Paragon merespons dengan merilis produk yang sesuai kebutuhan pasar lokal, seperti kosmetik halal yang ringan dan cocok untuk iklim tropis. Dalam menghadapi kompetitor, baik dari merek lokal maupun global, perusahaan memperkuat strategi *branding*, menjalin kemitraan distribusi yang kuat, serta aktif dalam *e-commerce* guna menjaga loyalitas konsumen.

Faktor ekonomi seperti fluktuasi nilai tukar dan daya beli masyarakat juga berpengaruh terhadap strategi harga dan ekspansi bisnis. Sementara itu, meningkatnya kesadaran terhadap isu sosial seperti keberlanjutan, inklusivitas, dan pemberdayaan perempuan mendorong PT Paragon mengembangkan citra merek yang beretika dan berwawasan sosial. Hal ini sejalan dengan *positioning* Wardah yang menekankan kecantikan yang etis dan spiritual. Di sisi teknologi, transformasi digital menjadi bagian penting dari strategi perusahaan, mencakup otomatisasi produksi, pemanfaatan data, dan kehadiran digital. Selain itu, kesadaran akan pentingnya lingkungan mendorong PT

Paragon berinovasi dalam pengemasan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab.

E. Strategi Pengembangan Organisasi yang Efektif

PT Paragon menempatkan budaya organisasi sebagai inti pengembangan perusahaan, dengan menanamkan nilai integritas, kolaborasi, inovasi, dan kepedulian sebagai fondasi utama. Hal ini sejalan dengan pendapat Schein (2010) bahwa budaya organisasi membentuk pola perilaku yang mempengaruhi cara kerja dan keputusan dalam organisasi. Dalam upaya meningkatkan kualitas SDM, Paragon menerapkan pendekatan kepemimpinan transformasional seperti dijelaskan oleh Bass & Avolio (1994), di mana pemimpin berperan sebagai inspirator dan fasilitator pertumbuhan karyawan. Program pelatihan, jalur karir yang terstruktur, dan ruang bagi ide inovatif menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kinerja optimal dan loyalitas tinggi.

Selain itu, PT Paragon mengimplementasikan strategi *employee engagement* yang tinggi melalui pelibatan karyawan dalam pengambilan keputusan, yang sesuai dengan teori Kahn (1990) tentang pentingnya rasa memiliki dalam keterikatan kerja. Dukungan teknologi seperti ERP dan *e-learning* juga memperkuat transformasi digital perusahaan (Laudon & Laudon, 2020), meningkatkan efisiensi dan akurasi pengambilan keputusan. Kolaborasi eksternal dengan lembaga pendidikan dan komunitas industri memperluas peluang inovasi, sejalan dengan pandangan Chesbrough (2003) mengenai *open innovation*. Melalui strategi keberagaman, manajemen perubahan, dan program CSR, Paragon menunjukkan ketangguhan organisasi dan komitmen terhadap pertumbuhan berkelanjutan, baik secara bisnis maupun sosial.

Simpulan

Berdasarkan penilaian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa keberhasilan strategi pengembangan organisasi PT Paragon sangat bergantung pada kemampuannya untuk melakukan analisis lingkungan bisnis secara menyeluruh dan berkelanjutan. Lingkungan internal yang kuat, yang ditunjukkan dengan budaya kerja yang saling mendukung, struktur organisasi yang fleksibel, dan pengelolaan sumber daya manusia yang inovatif, menjadi dasar yang kokoh dalam menghadapi berbagai perubahan industri.

Selain itu, kemampuan perusahaan untuk memahami dan menanggapi faktor-faktor eksternal seperti pergeseran minat konsumen, kemajuan teknologi digital, meningkatnya kesadaran terhadap produk halal dan berkelanjutan, serta regulasi pemerintah telah membantu PT Paragon merumuskan strategi bisnis yang relevan, kreatif, dan berorientasi masa depan. Kombinasi antara kekuatan internal dan peluang dari luar inilah yang

memungkinkan PT Paragon untuk menjaga keunggulan kompetitif dan memperluas pangsa pasar, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa analisis lingkungan bisnis bukan hanya berfungsi sebagai alat strategis, tetapi juga sebagai komponen penting dalam menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan daya saing yang tinggi.

Daftar Pustaka

- Appisi. (2025). Peran Corporate Communication terhadap Citra Perusahaan PT Paragon.
- Asharhani, I. S., & Gupitasari, M. (2021). PERILAKU ADAPTASI DAN PERUBAHAN PENATAAN HUNIAN DI MASA PANDEMI COVID-19. *MODUL*, 21(2), 102–110.
- Cahyono, E. (2023). STRATEGI PENGELOLA PASAR TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN SUPER MARKET (ANALISIS ETIKA BISNIS DALAM ISLAM). *SIBATIK JOURNAL | VOLUME*, 2(7).
- Cybertrend. (2025). Paragon tingkatkan efisiensi operasional dengan sistem berbasis data dari Cybertrend.
- Farisi. (2020). Dinamika Perubahan Lingkungan Bisnis
- Ferdinand, M., & Ciptono, W. S. (2022). Indonesia's Cosmetics Industry Attractiveness, Competitiveness and Critical Success Factor Analysis. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 15(2), 209–223.
- Ifrel Research. (2024). Analisis SWOT PT Paragon Technology and Innovation.
- JoMAS. (2022). Operational Excellence for Innovative and Purposeful Business in Indonesia: Case of PT Paragon.
- Jurnal IBIK. (2023). Influence of Creative Organizational Culture on Innovation Sustainability in PT Paragon.
- Kurniati, N. (n.d.-a). ANALISA LINGKUNGAN BISNIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN. In *Pusdansi.org* (Vol. 2, Issue 3).
- Kusnadi, D., & Yuliana, S. (2021). Strategi Inovasi dan Pengembangan SDM di Perusahaan Kosmetik Nasional: Studi Kasus PT Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 45–58.
- Mardiyono, A. M. A. (2013). Pengaruh Faktor Lingkungan Bisnis Eksternal Dan Faktor Manajerial Terhadap Perencanaan Strategik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Industri Kecil Makanan Wingko Babat Di Kota Semarang). *Serat Acitya*, 1(2), 60.
- Prasetyo, H. (2020). Transformasi Digital dan Budaya Organisasi di Industri Kosmetik Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis*, 5(1), 110–117.

-
- Puteri, A., Suci, F. R., Arissafia, R. A., Panjaitan, D., & Nisa, K. (2025). SWOT Analysis in The Indonesian Cosmetics Industry. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 9(1), 123–150.
- Putri, A., et al. (2025). Analisis SWOT pada PT Paragon Technology and Innovation. *Ifrel Research*.
- Republika. (2021, Agustus 15). PT Paragon terus tingkatkan inovasi produk berbasis halal dan berkelanjutan.
- Rosyida, R. H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Paragon Technology And Innovation Di Yogyakarta
- Safira, N. A., Rahayu, N. F. A., Aini, N. H., Larassetya, N. T. D., & Laksana, N. A. (2024). Peran Human Relations pada Kepuasan Kerja : Analisis SWOT pada PT Paragon Technology and Innovation. *Harmoni Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(4), 133–141.
- View of Strategi Adaptasi UMKM Kuliner pada Masa Pandemi COvid-19 (Studi kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Pekalongan). (n.d.).