



DOI: <https://doi.org/10.38035/dar.v1i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Analisis Lingkungan Eksternal, Kompetensi Inti dan Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan

Hafasyah Argioptaro¹, Hapzi Ali²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, hafasyahapt@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, Hapzi.ali@gmail.com

Corresponding author: hafasyahapt@gmail.com¹

Abstract: *The effect of external environment analysis, core competencies, and differentiation strategies on a firm's competitive advantage is a scientific study that draws on literature in the field of strategic management. This article seeks to create hypotheses linking these variables as a preamble for future research. It is sourced from various online libraries, including Google Scholar and other academic databases such as Mendeley. Descriptive qualitative analysis was conducted in the library research, which used e-books and open access electronics as its main sources. This article shows that the external environment can have a positive impact on entrepreneurial improvement, core competencies contribute significantly to competitive advantage, and differentiation strategies affect firm performance.*

Keyword: *Company Competitive Advantage, External Environment Analysis, Core Competencies, Differentiation Strategy*

Abstrak: Pengaruh Analisis lingkungan eksternal, kompetensi inti, dan strategi diferensiasi pada keunggulan kompetitif perusahaan adalah studi ilmiah yang mengacu pada literatur di bidang manajemen strategis. Artikel ini berusaha untuk membuat hipotesis yang mengaitkan variabel-variabel ini sebagai pembukaan untuk penelitian di masa depan. Ini bersumber dari berbagai perpustakaan online, termasuk Google Cendekia dan database akademik lainnya seperti Mendeley. Analisis kualitatif deskriptif dilakukan dalam penelitian perpustakaan, yang menggunakan e-book dan elektronik akses terbuka sebagai sumber utamanya. Artikel ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal dapat memiliki dampak positif pada peningkatan kewirausahaan, kompetensi inti berkontribusi secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dan strategi diferensiasi mempengaruhi kinerja perusahaan.

Keyword: Keunggulan Kompetitif Perusahaan, Analisis Lingkungan Eksternal, Kompetensi Inti, Strategi Diferensiasi

PENDAHULUAN

Tiap Mahasiswa, terlepas dari apakah mereka berada di Strata 1, Strata 2, atau Strata 3) perlu melaksanakan studi sesuai dengan pedoman yang disediakan dalam skripsi, tesis dan disertasi mereka. Kewajiban ini juga meluas ke dosen, penulis, serta personel fungsional lain yang ada pada studi aktif dan produksi artikel ilmiah untuk publikasi dalam jurnal akademik.

Karya ilmiah jadi salah satu syarat pokok untuk mahasiswa guna menyelesaikan studi di sebagian banyak perguruan tinggi di Indonesia, mencakup semua tingkat pendidikan: skripsi pada program Strata 1 (S1), tesis pada Strata 2 (S2), serta disertasi pada Strata 3 (S3).

Sesuai pengalaman yang ada, banyak mahasiswa serta penulis yang menghadapi kesulitan dalam menemukan artikel pendukung guna karya ilmiah mereka, baik itu menjadi studi sebelumnya ataupun artikel yang sesuai. Pentingnya artikel terkait terletak pada kemampuan mereka untuk memperkuat teori yang sedang diperiksa, menjelaskan dampak variabel, dan membangun hipotesis padat..

Para penulis akan memeriksa pengaruh analisis lingkungan eksternal, kompetensi inti, dan strategi diferensiasi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, sebagai bagian dari tinjauan literatur tentang manajemen strategi.

Dengan latar belakang ini, tujuan penyusunan artikel ini ialah guna membentuk hipotesis yang akan menjadi fondasi bagi penelitian selanjutnya. Secara khusus, artikel ini bertujuan untuk merumuskan tiga hal: pertama, bagaimana analisis lingkungan eksternal mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan; kedua, bagaimana kompetensi inti berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan; dan ketiga, bagaimana strategi diferensiasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan;

METODE

Teknik penyusunan artikel Literature Review dilakukan melalui Kajian Pustaka (library research) serta Systematic Literature Review (SLR). Analisis yang dilakukan bersifat kualitatif dan menggunakan sumber-sumber berasal aplikasi online seperti Google Scholar, Mendeley, serta platform akademik yang lain.

Systematic Literature Review (SLR) dapat dijelaskan menjadi sebuah proses yang meliputi identifikasi, evaluasi, serta interpretasi terhadap seluruh bukti studi yang ada, pada maksud memberikan jawaban yang spesifik terhadap pertanyaan studi (Kitchenham et al., 2009).

Pada analisis kualitatif, penting untuk menggunakan kajian pustaka dengan kontinu sesuai dugaan-dugaan metodologis yang sudah ditentukan. Saru dari alasan pada melakukan analisis kualitatif adalah karena sifat penelitian yang bersifat eksploratif (Ali, H., dan Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sesuai latar belakang, tujuan serta teknik, maka hasil artikel ini ialah seperti berikut:

Keunggulan Kompetitif Perusahaan

Keunggulan kompetitif perusahaan jadi pusat utama pada literatur manajemen strategis. Hal ini menekankan berbagai teknik yang dipakai oleh organisasi guna mengatasi pesaing serta meraih keberhasilan yang kontinu (Salmah et al., 2023; Zulaika et al., 2024).

Keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan merupakan strategi kunci untuk mengembangkan dan mempertahankan posisi unggul di masa depan. Berbagai faktor mempengaruhi keberlangsungan keunggulan kompetitif ini, antara lain pangsa pasar yang besar, kemampuan sumber daya dalam menjangkau pelanggan, serta kemampuan untuk mengatasi perkembangan pesaing. Biasanya, organisasi yang memiliki keunggulan dalam

bersaing dipimpin oleh para pemimpin dengan strategi yang sulit ditiru oleh pesaing (Salguero et al. , 2019).

Beberapa dimensi, indikator, sintesis, atau aspek yang memengaruhi keunggulan persaingan perusahaan diantaranya ialah pengelolaan sumber daya yang beragam pada institusi, stabilitas mobilitas sumber daya manusia, dan adanya persaingan yang sehat. Untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, perusahaan perlu menyusun struktur organisasi secara rasional, meningkatkan reputasi, melakukan inovasi berkelanjutan, serta menempatkan aset secara strategis (Minja, 2020).

Keunggulan Kompetitif Perusahaan ini telah banyak dianalisis dari penulis terdahulu diantaranya ialah (Ismail et al. 2013), (Armstrong et al. 2012), serta (Utaminingsih. 2016)

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis Lingkungan Eksternal merupakan tahap penting yang membantu kita memahami berbagai aspek di luar instansi yang bisa berpengaruh pada operasional serta strategi bisnis. Faktor-faktor ini meliputi persaingan, kondisi lingkungan, ancaman, perubahan tren pasar, ketentuan politik pemerintah, pertumbuhan teknologi, kegiatan pesaing, faktor ekonomi, tempat, aspek keamanan, serta elemen sosial, demografi, budaya, serta globalisasi..

Berdasarkan Chuck Williams (2001:51), lingkungan eksternal perusahaan mencakup seluruh peristiwa di luar instansi yang mempunyai peluang untuk memengaruhi kinerjanya. Melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal ini begitu utama guna mengidentifikasi potensi serta ancaman signifikan yang mungkin dihadapi oleh organisasi karena perubahan di sekitarnya. Dengan informasi ini, para manajer bisa menyusun metode yang efektif untuk memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan dampak dari ancaman yang mungkin muncul.

Dimensi, indikator, sintesis, atau faktor yang mempengaruhi analisis lingkungan eksternal dapat dijelaskan melalui pandangan para ahli, Herry Achmad Buchory serta Djaslim Saladin (2010:42). Mereka mengatakan bahwa bagian-bagian yang terlibat dalam analisis lingkungan eksternal:

- 1) Scanning: Informasi awal mengenai kecenderungan yang ada di lingkungan. Scanning berfungsi sebagai guna melihat aspek pada lingkungan umum.
- 2) Monitoring: Monitoring merupakan studi yang berkelanjutan, guna mengamati perubahan serta kecondongan yang terjadi di lingkungan.
- 3) Forecasting: Diagnosis yang bertujuan untuk memperkirakan perkembangan di masa mendatang, berdasarkan hasil yang telah diantisipasi dari perubahan serta kecondongan yang ditemukan selama proses monitoring.
- 4) Assessing: Assessing ialah tahap penilaian yang penting untuk menetapkan waktu serta memahami perubahan serta kecenderungan lingkungan, yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi perusahaan.

Analisis Lingkungan Eksternal tersebut telah banyak dianalisis dari penulis terdahulu diantaranya ialah (Porter, M. E. 1980), (Hambrick, D. C. 1982), (Jauch, L. R., & Glueck, W. F. 1988)

Kompetensi Inti

Kompetensi Inti, menurut Nursaid (2017), mengarah dalam keterampilan, wawasan, serta sumber daya yang dimiliki dari sebuah instansi. Faktor -faktor ini sangat penting dalam membangun keunggulan kompetitif keberlanjutan.

Definisi Kompetensi Inti bervariasi. Prahalad dan Hamel (1990), Kompetensi Inti adalah proses pelajaran kolektif dalam sebuah instansi yang memungkinkan hubungan oleh bermacam jenis teknologi dengan kemampuan produksi yang berbeda. Mereka juga menekankan tiga prasyarat penting dalam mengidentifikasi kompetensi inti perusahaan. Pertama, akses yang baik terhadap pasar; kedua, kontribusi yang signifikan pada produk akhir

yang diharapkan pembeli; dan ketiga, sifat yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Pandangan ini pun didukung dari penelitian Barney (1995) dan Barney, Wright, serta Ketchen (2001).

Kompetensi Inti tersebut telah banyak dianalisis dari penulis terdahulu diantaranya ialah (Prahalad, C. K., & Hamel, G. 1990), (Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. 1997)

Strategi Diferensiasi

Strategi Diferensiasi adalah pendekatan yang dirancang untuk menciptakan serangkaian perbedaan yang signifikan, guna membedakan tawaran perusahaan dari pesaingnya (Kodrat, 2009).

Meskipun sering kali dikaitkan dengan harga yang lebih tinggi, strategi diferensiasi tidak selalu berfokus pada aspek harga. Keberhasilannya dapat dicapai melalui berbagai cara; misalnya, dengan meningkatkan tampilan produk, kualitas, prestise, ciri khas, jaminan layanan, serta reliabilitas atau kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Strategi Diferensiasi tersebut telah banyak dianalisis dari penulis terdahulu diantaranya ialah (Treacy, M., & Wiersema, F. 1993), (Kotler, P., & Keller, K. L. 2006), (Kim, W. C., & Mauborgne, R. 2005)

Review Artikel Relevan

Melakukan tinjauan terhadap artikel-artikel yang sesuai sangat penting menjadi bagian pada merumuskan hipotesis studi. Hal ini melibatkan penjelasan mengenai temuan-temuan dari studi terdahulu, dan mengidentifikasi persamaan serta perbedaan dengan rencana studi yang sedang disusun. Sebagai ilustrasi, hal tersebut bisa dtinjau dalam studi-studi sebelumnya yang sesuai, yang dirangkum dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	Prihadyanti, D., Sari, K., & Hidayat, D. (2018)	Analisis Lingkungan Eksternal dan Kompetensi Inti berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Analisis Lingkungan Eksternal berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Kompetensi Inti berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	H1
2	Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024)	Analisis Lingkungan Eksternal serta Kompetensi Inti berpegaruh positif dan signifikan pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Analisis Lingkungan Eksternal berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Kompetensi Inti berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	H1
3	Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Susanti, A. (2019)	Kompetensi Inti dan Strategi Diferensiasi berpegaruh positif serta signifikan pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Kompetensi Inti mempunyai pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Strategi Diferensiasi memiliki pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	H2
4	Sulistiani, D. (2013)	Kompetensi Inti dan Strategi Diferensiasi berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Kompetensi Inti berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Strategi Diferensiasi berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	H2
5	Susanthi, P. R. (2017)	Strategi Diferensiasi dan Analisis Lingkungan Eksternal berpegaruh positif serta signifikan pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Strategi Diferensiasi mempunyai pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan	Analisis Lingkungan Eksternal berpegaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan	H3

Pembahasan

Sesuai kajian teori, artikel literature review ini dimaksudkan guna meninjau artikel-artikel yang sesuai, menganalisis pengaruh diantara variabel, dan merancang konsep pemikiran untuk rencana studi.

Selain itu, hasil studi menunjukkan bahwa pembahasan artikel ini tinjauan terhadap artikel-artikel sesuai, analisis interaksi diantara variabel, dan pengembangan konsep pemikiran dalam rencana penelitian.:

Pengaruh Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan

Analisis Lingkungan Eksternal ialah sebuah tahap yang dilaksanakan guna memahami berbagai faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar. Proses ini mencakup sejumlah aspek penting, seperti tingkat persaingan, kondisi lingkungan, potensi ancaman, perubahan tren pasar, ketetapan politik pemerintah, kemajuan teknologi, kegiatan pesaing, serta kondisi ekonomi. Selain itu, faktor-faktor seperti lokasi, keamanan, serta aspek sosial, demografis, budaya, dan pengaruh globalisasi juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam analisis ini.

Prinsip-prinsip atau konsep Analisis Lingkungan Eksternal adalah analisis PESTEL kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang berpengaruh terhadap organisasi: Political (Politik): Kebijakan pemerintah, regulasi, stabilitas politik, Economic (Ekonomi): Inflasi, tingkat suku bunga, pertumbuhan ekonomi, Social (Sosial): Tren budaya, demografi, gaya hidup konsumen, Technological (Teknologi): Perkembangan teknologi, inovasi digital, Environmental (Lingkungan): Perubahan iklim, keberlanjutan, regulasi lingkungan, Legal (Hukum): Hukum tenaga kerja, hak kekayaan intelektual, kepatuhan regulasi.

Analisis Lingkungan Eksternal memiliki pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan, jika Analisis Lingkungan Eksternal diartikan dengan baik akibatnya Keunggulan Kompetitif Perusahaan akan diartikan baik juga begitupun sebaliknya. Bahwa kualitas persepsi terhadap analisis lingkungan eksternal memiliki hubungan langsung dengan pemahaman mengenai keunggulan kompetitif perusahaan. Apabila perusahaan mampu mengidentifikasi, memahami, dan merespons faktor-faktor eksternal secara tepat seperti tren pasar, perubahan regulasi, perkembangan teknologi, dan dinamika persaingan maka perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih adaptif dan inovatif.

- 1) Aspek-aspek yang mempunyai pengaruh pada Analisis Lingkungan Eksternal ialah Faktor Politik serta Hukum: Kebijakan pemerintah, regulasi industri, stabilitas politik, perpajakan, serta perlindungan hak atas kekayaan intelektual menjadi elemen penting dalam menentukan arah kebijakan perusahaan
- 2) Faktor Ekonomi: Aspek seperti inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, tingkat pengangguran, dan tren investasi berperan signifikan dalam kondisi ekonomi yang memengaruhi keputusan bisnis
- 3) Faktor Sosial dan Demografi: Pertumbuhan populasi, tren perilaku konsumen, aspek budaya, tingkat pendidikan, serta kesadaran terhadap isu-isu lingkungan turut membentuk dinamika pasar
- 4) Faktor Teknologi: Kemajuan dalam inovasi teknologi, proses digitalisasi, penelitian dan pengembangan, e-commerce, serta aspek keamanan siber menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing di era digital
- 5) Faktor Lingkungan: Perubahan iklim, regulasi lingkungan, ketersediaan sumber daya, pengelolaan limbah, dan kebijakan keberlanjutan mempengaruhi operasional perusahaan dan tanggung jawab sosial mereka
- 6) Faktor Kompetitif: Tingkat persaingan di industri, strategi pesaing, daya tawar dari pemasok dan pelanggan, serta ancaman dari pendatang baru menjadi pertimbangan utama dalam merumuskan strategi perusahaan.

Untuk meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan pada memperhitungkan Analisis Lingkungan Eksternal, akibatnya yang perlu dilaksanakan dari manajemen ialah menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan lingkungan eksternal dimana setiap faktor eksternal dianalisis secara mendalam guna mengetahui peluang serta ancaman.

Analisis Lingkungan Eksternal berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan, hal tersebut selaras pada studi yang dilaksanakan dari: (Maulidya, S., Kusumaningrum, H., & Selvi 2024).

Pengaruh Kompetensi Inti terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan.

Kompetensi Inti adalah Kemampuan atau keahlian dasar yang dimiliki oleh suatu organisasi atau individu menjadi faktor penentu keunggulan kompetitif mereka.

Prinsip-prinsip atau konsep Kompetensi Inti Akses ke Pasar yang Luas: Kompetensi inti membuka peluang untuk menjelajahi berbagai pasar dan mendorong inovasi produk, Manfaat bagi Pelanggan: Kompetensi inti memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan, Keunikan: Karakteristik kompetensi inti yang sulit ditiru memberikan keuntungan kompetitif yang berharga, Integrasi Kemampuan: Kompetensi inti merupakan kombinasi yang efektif dari berbagai kemampuan yang ada di dalam organisasi, Pembelajaran Organisasi: Pengembangan kompetensi inti memerlukan proses pembelajaran yang berkesinambungan, Keberlanjutan: Kompetensi inti harus dapat bertahan dan tetap relevan dalam jangka waktu yang panjang.

Kompetensi Inti berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan, apabila Kompetensi Inti diartikan dengan baik akibatnya Keunggulan Kompetitif Perusahaan akan diartikan baik juga, begitupun sebaliknya. Hal tersebut bisa diuraikan bahwa Kompetensi Inti mempunyai peran yang begitu penting pada membentuk Keunggulan Kompetitif suatu instansi. Hal ini karena kompetensi inti mencerminkan keunikan, kapabilitas, dan sumber daya yang sulit ditiru oleh pesaing. Ketika Kompetensi Inti dipahami dengan baik, perusahaan akan dianggap memiliki keunggulan dalam hal inovasi, efisiensi operasional, serta diferensiasi produk atau layanan unggulan. Persepsi positif ini bisa menaikkan daya saing perusahaan, memperkuat posisi di pasar, serta meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan memperkuat Keunggulan Kompetitif. Sebaliknya, jika Kompetensi Inti tidak dikelola dengan baik atau dipandang negatif, perusahaan berisiko kehilangan identitasnya di pasar. Hal ini bisa menyebabkan kesulitan bersaing, serta menghadapi kemungkinan kehilangan pelanggan dan peluang bisnis.

Aspek-aspek yang memiliki pengaruh pada Kompetensi Inti adalah Sumber Daya; Keterampilan sumber daya manusia, pendanaan untuk inovasi, serta infrastruktur dan teknologi yang mendukung. Kapabilitas Organisasi; Efisiensi operasional, struktur yang fleksibel, serta budaya yang mengedepankan inovasi. Inovasi dan Teknologi; Penerapan teknologi baru, penelitian dan pengembangan, serta transformasi digital dalam bisnis. Pengalaman dan Pengetahuan; Pembelajaran dari industri, keahlian khusus, dan pengelolaan pengetahuan yang efektif. Reputasi dan Citra Merek; Kepercayaan dari pelanggan dan loyalitas terhadap merek. Jaringan dan Kemitraan; Hubungan strategis dengan pemasok, pelanggan, dan mitra bisnis untuk sinergi yang lebih baik. Adaptasi Lingkungan; Kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar dan regulasi yang dinamis.

Kompetensi Inti memiliki peran pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan, ini selaras pada studi yang dilaksanakan dari: (Hitt, Ireland, & Hoskisson 2001, 2017)

Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan.

Strategi Diferensiasi adalah strategi bisnis yang bertujuan untuk menciptakan produk atau layanan yang dianggap unik dan berbeda oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat membebaskan harga premium dan membangun loyalitas pelanggan.

Prinsip-prinsip atau konsep Strategi Diferensiasi ialah fokus dalam menciptakan nilai unik yang relevan bagi pelanggan, dengan memahami kebutuhan mereka (Customer Focus). Keunggulan ini harus sulit ditiru (Sustainable Advantage) dan dapat dicapai melalui berbagai aspek seperti fitur, kualitas, layanan, merek, teknologi, dan distribusi (Multiple Dimensions of Differentiation). berfokus pada menciptakan nilai unik yang relevan bagi pelanggan, dengan memahami kebutuhan mereka (Customer Focus). Keunggulan ini harus sulit ditiru (Sustainable

Advantage) dan dapat dicapai melalui berbagai aspek seperti fitur, kualitas, layanan, merek, teknologi, dan distribusi (Multiple Dimensions of Differentiation).

Strategi Diferensiasi mempunyai pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan, apabila Strategi Diferensiasi diartikan dengan baik akibatnya Keunggulan Kompetitif Perusahaan akan diartikan baik juga, begitu juga sebaliknya. Hal tersebut bisa diuraikan bahwa Strategi Diferensiasi memainkan peran penting dalam menciptakan Keunggulan Kompetitif Perusahaan karena memungkinkan perusahaan menawarkan nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing.

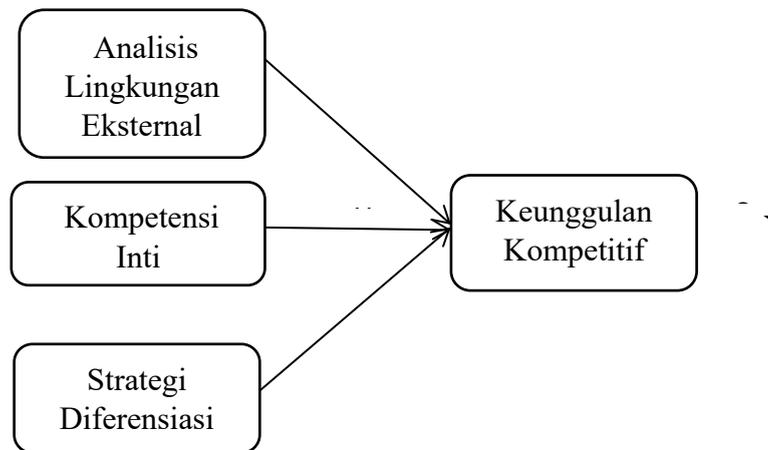
Jika Strategi Diferensiasi dipersepsikan dengan baik, pelanggan akan melihat produk atau layanan perusahaan sebagai lebih unggul, bernilai, dan eksklusif, yang meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat merek, serta memungkinkan perusahaan menetapkan harga premium. Akibatnya, Keunggulan Kompetitif Perusahaan juga akan dipersepsikan baik karena perusahaan mampu mempertahankan posisi pasar yang kuat.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Strategi Diferensiasi adalah Inovasi Produk dan Layanan, Keunggulan Merek serta Citra, Pemahaman terhadap Pelanggan, Teknologi dan Digitalisasi, Jaringan Distribusi, Sumber Daya dan Kapabilitas, Strategi Harga beserta Nilai Tambah, Lingkungan Industri dan Persaingan.

Strategi Diferensiasi memiliki peran pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan, ini selaras pada studi yang dilaksanakan dari: (Maryani, L., & Chaniago, H. 2019)

Rerangka Konseptual Penelitian

Sesuai rumusan masalah serta hasil pembahasan serta studi yang sesuai, dapat disusun kerangka konseptual artikel ini, yang ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Rerangka Konseptual

Sesuai gambar kerangka konseptual yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa Analisis Lingkungan Eksternal, Kompetensi Inti, dan Strategi Diferensiasi mempunyai pengaruh yang signifikan pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan. Selain ketiga variabel eksogen ini, ada banyak variabel lain yang juga berperan penting, di antaranya:

- 1) Analisis Lingkungan Eksternal: (Ali et al., 2022), (Novansa dan Ali, 1926), serta (Ali et al., 2016),
- 2) Kompetensi Inti: (Ali, Evi, et al., 2018), (Sitio dan Ali, 2019), dan (Ali et al., 2022),
- 3) Strategi Diferensiasi: (M dan Ali, 2017), (Ali dan Mappesona, 2016), serta (Ali, Narulita, et al., 2018).

KESIMPULAN

Sesuai tujuan, hasil, serta pembahasan yang telah disampaikan, kesimpulan dari artikel ini ialah merumuskan hipotesis guna penelitian berikutnya, yakni:

- 1) Analisis Lingkungan Eksternal memiliki pengaruh pada Keunggulan Kompetitif Perusahaan.
- 2) Kompetensi Inti memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan; dan
- 3) Strategi Diferensiasi memberikan dampak terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan.

REFERENSI

- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H., Evi, N., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Ali, H., Limakrisna, N., & Jamaluddin, S. (2016). Model of customer satisfaction: The empirical study at Bri in Jambi. *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Ali, H., & Mappesona, H. (2016). Build brand image: Analysis Service Quality and Product Quality (case study at Giant Citra Raya). *International Journal of Economic Research*.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS) The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Al Fikri, G., Marlina, E., Fitriani, P., Aliyudin, A., & Veranita, M. (2024). Strategi Manajemen: Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 6(1), 1-12.
- Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kebijakan Lingkungan, Pengembangan Teknologi dan Kompetensi Inti terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 54-63.
- Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Susanti, A. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Hargaterhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2).
- Hasyim, U., & Ali, H. (2022). Reuse Intention Models Through Customer Satisfaction During The Covid-19 Pandemic : Cashback Promotion And E-Service Quality Case Study : Ovo Electronic Money In. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 440–452.
- M, A., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Novansa, H., & Ali, H. (1926). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of*

- Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Prihadyanti, D., Sari, K., & Hidayat, D. (2018). Peran Ekspatriat dalam Penguatan Kompetensi Inti Perusahaan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(2), 126-150.
- Sitio, T., & Ali, H. (2019). Patient Satisfaction Model and Patient Loyalty: Analysis of Service Quality and Facility (Case Study at Rawamangun Special Surgery Hospital). *Scholars Bulletin*. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i10.002>.
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (Studi kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektronik*, 1(1), 30-42.
- Sulistiani, D. (2013). Mencapai keunggulan bersaing dengan strategi diferensiasi. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 4(2).