



Pengaruh Aliansi strategis, Diferensiasi produk dan Penggunaan teknologi terhadap Keberlanjutan bisnis

Selina Permata¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, Selinapermata02@gmail.com

Corresponding Author: Selinapermata02@gmail.com¹

Abstract: *The effect of Strategic alliance Product differentiation and Use of technology on Business continuity is a scientific article in the literature study within the scope of the field of science. The purpose of this article is to build a hypothesis of the influence between variables that will be used in further research. Research objects in online libraries, Google Scholar, Mendeley and other academic online media. The research method with the research library comes from e-books and open access e-journals. The results of this article: Strategic alliance has an effect on Business continuity, Product differentiation has an effect on Business continuity, Use of technology has an effect on Business continuity*

Keyword: *Business continuity, Strategic alliance, Product differentiation, Use of technology*

Abstrak: Pengaruh Aliansi strategis, Diferensiasi produk dan Penggunaan teknologi terhadap Keberlanjutan bisnis ialah artikel ilmiah studi pustaka pada ruang lingkup Manajemen strategik. Tujuan artikel ini membentuk hipotesis pengaruh diantara variabel yang akan dipakai dalam studi berikutnya. Objek riset dalam pustaka online, Google Scholar, Mendeley serta media online akademik lain. Metode riset dengan library research berasal pada e-book serta open access e-journal. Analisis deskriptif kualitatif. Hasil artikel ini: Aliansi strategis mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis, Diferensiasi produk memiliki pengaruh pada Keberlanjutan bisnis, Penggunaan teknologi mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis.

Kata Kunci: Keberlanjutan bisnis, Aliansi strategis, Diferensiasi produk, Penggunaan teknologi

PENDAHULUAN

Tiap mahasiswa baik Strata 1, Strata 2 serta Strata 3, perlu melaksanakan studi pada bentuk skripsi, tesis serta disertasi. Begitupun untuk dosen, penulis serta tenaga fungsional lain aktif melaksanakan studi serta menyusun artikel ilmiah guna dipublikasikan dalam jurnal-jurnal ilmiah. Karya ilmiah adalah menjadi satu syarat untuk mahasiswa guna menyelesaikan studi dalam sebagian banyak Perguruan Tinggi di Indonesia. Ketetapan tersebut berlaku bagi seluruh tingkat jenjang pendidikan yakni Skripsi strata satu (S1), Tesis strata dua (S2) Disertasi strata tiga (S3).

Sesuai pengalaman empirik tidak sedikit mahasiswa serta penulis yang kesulitan pada mendapatkan artikel yang membantu pada karya ilmiahnya menjadi studi sebelumnya ataupun menjadi studi yang sesuai. Artikel yang sesuai dibutuhkan guna memperkuat teori yang dianalisis, guna mengetahui korelasi atau pengaruh diantara variabel serta membentuk hipotesis. Artikel ini mengkaji pengaruh Aliansi strategis, Diferensiasi produk, dan Penggunaan teknologi pada Keberlanjutan bisnis, sebuah riset literature review pada sektor Manajemen strategik.

Sesuai latar belakang maka **tujuan penulisan** artikel ini ialah membentuk hipotesis untuk studi berikutnya, yakni guna membuat rumusan:

- 1) Pengaruh Aliansi strategis pada Keberlanjutan bisnis
- 2) Pengaruh Diferensiasi produk pada Keberlanjutan bisnis
- 3) Pengaruh Penggunaan teknologi pada Keberlanjutan bisnis

METODE

Teknik penyusunan artikel Literature Review ialah dengan menggunakan teknik Kajian Pustaka (library research) serta Systematic Literature Review (SLR), dianalisa kualitatif, berdasarkan aplikasi online Google Scholar, Mendeley serta aplikasi akademik online lainnya.

Systematic Literature Review (SLR) has been described as the process of finding, assessing and interpreting all accessible research evidence to provide a response to research questions specifically (Kitchenham et al, 2009).

Pada analisis kualitatif, studi pustaka perlu dipakai dengan kontinu diikuti asumsi-asumsi metodologis. Satu dari alasan pada melaksanakan analisis kualitatif adalah studi ini sifatnya eksploratif (Ali H & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sesuai latar belakang, tujuan serta metode, akibatnya hasil artikel ini ialah seperti berikut:

Keberlanjutan bisnis

Keberlanjutan bisnis ialah kesanggupan sebuah bisnis untuk bertahan serta terus tumbuh pada jarak yang lama, Dengan memperhitungkan efek sosial, lingkungan, serta ekonomi oleh aktivitas bisnisnya (*Hilali, et al, 2020*). Pada konteks keberlanjutan, bisnis perlu bisa mencukupi kebutuhan sekarang ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (*Hawa, S. D., Raharja, M. C., & Rianto, S. 2023*).

Keberlanjutan bisnis adalah akibat atau keuntungan baik yang memunculkan bisnis berkesinambungan dan terus melaksanakan operasional bisnis secara Panjang panjang. Bisnis yang berkelanjutan (*Business sustainabillity*) terdiri dari 3 jenis, yaitu: Business Sustainabillity1.0 (*Refined Shareholder Value Managment*), Business sustainabillity2.0 (*Managing the Triple Bottom Line, namely social, economic and environmental*) dan Business sustainabillity3.0 (*True Sustainabillity*) (Dyllick & Muff, 2016). Suhatman, R. C., Fauzi, A., Husadha, C., Ismawan, R. J., Aristawidya, S., Ambarita, S. F. N., & Zalendra, Z. (2023).

Dimensi, indikator, sintesis atau factor yang mempengaruhi Keberlanjutan bisnis adalah dapat dicapai dengan menerapkan berbagai strategi. Yaitu, seperti pengolahan sumber daya yang kontinu, penurunan emisi gas rumah kaca, penciptaan lapangan kerja yang layak, dan pembayaran pajak yang adil (*Supriandi 2022*). Al Mubarak, M., Limongan, T., Tene, M. B., Yusran, S. P., Eriko, M. S., & Mustikarini, C. N. (2025)

Berkelanjutan bisnis ini telah seringkali diteliti dari penulis terdahulu diantaranya (*Hilali, et al 2020*), (*Dyllick & Muff 2016*), serta (*Supriandi 2022*).

Aliansi strategis

Aliansi strategis ialah persetujuan (juga dikenal dengan usaha patungan) yang melewatinya sebuah instansi mendapatkan mitra asing guna memperoleh sumber daya yang dibutuhkan guna membentuk serta mengoperasikan bisnis baru di negara mitra (Ghzaiel et al., 2012) mengartikan aliansi strategi menjadi persetujuan diantara dua atau lebih mitra guna membagi informasi ataupun sumber daya pada upaya yang menguntungkan kedua belah pihak. Aliansi strategi bisa berbentuk kerjasama diantara dua atau lebih instansi yang memiliki teknologi ataupun sumber daya penjualan yang sama (Damayanti & Manajemen, 2022), (Ernawati, F. A., & Ali, H. 2024).

Aliansi strategis salah satu unit bisnis untuk mengembangkan pengetahuan, atau yang secara luas dikenal sebagai penciptaan pengetahuan. Bisnis dapat menggunakan keahlian mitra untuk memacu inovasi. Unit bisnis akan menjadi lebih kompetitif sebagai hasil dari inovasi. Menurut penelitian, kinerja aliansi dapat dimediasi oleh penciptaan pengetahuan dalam hal penggunaan pengetahuan eksternal (Kohtamäki et al., 2018) dan (Putri, T. N., & Ali, H. 2024).

Dimensi, indikator, sintesis ataupun aspek yang mempengaruhi Aliansi strategis ialah untuk memperoleh akses yang lebih baik terhadap teknologi baru, memperbaiki kualitas bahan yang dibeli, mengurangi siklus pesanan, dan mengurangi waktu ke pasar.

(Lawson et al. 2009) menemukan bahwa berbagi pengetahuan dengan pemasok dapat menyebabkan peningkatan hasil pengembangan produk (Syaefuddin, A., & Sos, S. 2018)

Aliansi strategis tersebut telah banyak dianalisis dari penulis terdahulu diantaranya ialah (Ghzaiel et al., 2012), (Damayanti & Manajemen, 2022), (Kohtamäki et al., 2018) dan Lawson et al. 2009).

Diferensiasi produk

Diferensiasi produk adalah Tujuan diferensiasi produk ialah bagian yang mana pelaku pasar berupaya membedakan produk mereka dengan produk pesaing sebuah bentuk persaingan bukan harga. Kegunaan dari diferensiasi produk yakni untuk melaksanakan pembaharuan yang substansi terhadap produk yang dihasilkan selama ini. Kotler & Keller (2009:9) menyatakan diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Kotler & Keller (2009:9) menjelaskan diferensiasi produk dapat dibedakan atas bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, keawetan, keandalan, mudah diperbaiki. Sahetapy, J. P. (2013).

Diferensiasi produk pembeli akan lebih terpicu dikarenakan barang yang diproduksi dari instansi dipandang berbeda, ada banyak alternatif baik pada aspek rasa, warna, bentuk ataupun kemasan yang ditampilkan ataupun unik di mata pembeli akibatnya pembeli ingin membeli produk yang diproduksi dari instansi yang melaksanakan diferensiasi produk (Tarida 2012) dan (Wulandari E & Murniawaty I. 2019).

Dimensi, indikator, sintesis atau factor yang mempengaruhi Diferensiasi produk adalah boleh dikatakan sebagai product baru. (Tampi N. H. R. 2015).

Diferensiasi produk ini telah banyak dikaji oleh para peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Kotler & Keller 2009:9) dan (Tarida, 2012).

Penggunaan teknologi

Aplikasi teknologi is Dan imbas penggunaan teknologi digital terhadap pergelaran pemasaran dan kemampuan daya saing bisnis (Istiqomah N. H. 2023).

Penggunaan teknologi Berkup (2014) menguraikan berbagai karakter Generasi Z terkait pada pemakaian teknologi. Berbagai karakter yang disebutkan ialah berinteraksi dengan internet, memakai internet dengan sangat cepat, memakai teknologi di tangan mereka condong efisien serta inovatif, lebih suka dengan permainan yang menantang kreativitas (Hastini L. Y, Fahmi R & Lukito H, 2020)

Pemakaian teknologi tersebut sudah banyak dianalisis oleh penulis terutama yang dilakukan terdahulu adalah (Prensky M, 2021), (Berkup, 2014) dan (Warschauer M, 2020).

Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang sesuai menjadi dasar pada menentukan hipotesis studi dengan menguraikan hasil studi sebelumnya, menguraikan persamaan serta perbedaan pada rencana studi dari studi sebelumnya yang sesuai dalam tabel 1 berikut ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

| No | Author (Tahun) | Hasil Riset Terdahulu | Persamaan Dengan Artikel Ini | Perbedaan Dengan Artikel Ini | H |
|----|--------------------|--|---|---|----|
| 1 | Anisa (2020) | Aliansi strategis dan Penggunaan teknologi mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada Keberlanjutan bisnis | Aliansi strategis memiliki pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | Diferensiasi produk mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | H1 |
| 2 | Putri (2024) | Aliansi strategis dan Penggunaan teknologi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Keberlanjutan bisnis | Aliansi strategis mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | Penggunaan Teknologi memiliki pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | H1 |
| 3 | Farah (2023) | Diferensiasi produk dan Aliansi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan bisnis | Diferensiasi produk berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis | Aliansi strategis berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis | H2 |
| 4 | Adelia (2024) | Diferensiasi produk dan Penggunaan teknologi mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada Keberlanjutan bisnis | Diferensiasi produk memiliki pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | Penggunaan Teknologi mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | H2 |
| 5 | Capriovesa, (2019) | Penggunaan teknologi dan Aliansi strategis memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Keberlanjutan bisnis | Penggunaan teknologi mempunyai pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | Aliansi strategis memiliki pengaruh pada Keberlanjutan bisnis | H3 |
| 6 | Lina (2023) | Penggunaan teknologi dan Diferensiasi produk mempunyai pengaruh positif serta signifikan | Penggunaan teknologi memiliki pengaruh pada | Diferensiasi produk mempunyai pengaruh pada | H3 |

| | | |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| pada Keberlanjutan bisnis | Keberlanjutan bisnis | Keberlanjutan bisnis |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|

Pembahasan

Sesuai telah teori akibatnya diskusi artikel literature review ini ialah melaksanakan telaah artikel yang sesuai, pengamatan hubungan pengaruh diantara variabel serta mengembangkan konseptual berpikir rencana studi:

Sesuai pada hasil studi akibatnya pembahasan pada artikel ini ialah melaksanakan review artikel yang sesuai, analisa pengaruh diantara variabel serta membentuk konseptual berpikir rencana studi

Pengaruh Aliansi strategis terhadap Keberlanjutan bisnis.

Strategic aliansi adalah Defee (2006) mengatakan bahwa aliansi strategis adalah media UMKM dapat meningkatkan keterampilan dan mengatur hal yang benar untuk berkembang di masa mendatang. Pengguna berkelanjutan atas aliansi strategis akan mengembangkan dan menghasilkan pengetahuan (Khouroh U, Windhyastiti I & Handayani, K 2019).

Prinsip-prinsip atau konsep Konsep aliansi strategis satu di antara konsep berpikir dalam mengguncangkan masalah yang muncul bersamaan sanggup mampu jembatani gap diantara institusi usaha yang kuat serta lemah (Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, 2006). Berdasarkan perspektif aliansi strategis owner usaha kecil berinvestasi dalam aliansi dalam hal ada potensi sumberdaya dapat disharing untuk sukses pada pasar yang bersaing tinggi (Miller et al, 2007). Aliansi strategis merupakan salah satu konsep kerjasama yang berisi beberapa muatan yang sifatnya operasional dalam bisnis yang mencakup: faktor distributif manfaat serta dana, faktor efisiensi berkenaan penggunaan sumberdaya, faktor resiko serta ketidakpastian, maksimalisasi kekuatan serta pengurangan kelemahan, interpretasi serta persepsi yang serupa, peraturan main (rule of the game), mempunyai core business, kesesuaian sistemik, keseimbangan hak serta kewajiban, transparansi pada batas-batas yang disetujui (Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, 2006). Kusnandar K, Utami B W & Anantanyu S. (2012)

Aliansi strategis memiliki pengaruh signifikan pada Keberlanjutan bisnis, jika Aliansi strategis diartikan dengan baik akibatnya keberlanjutan bisnis akan diartikan baik juga begitupun sebaliknya. Bahwa apabila aliansi strategis tidak diderevesikan dengan baik, akibatnya keberlanjutan bisnis juga akan terdampak secara negatif. Aliansi strategis yang tidak terkelola dengan baik dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam kerja sama, ketidaksesuaian tujuan, hingga potensi konflik yang menghambat pertumbuhan bisnis. Dengan demikian, penting bagi perusahaan agar merancang, mengelola, serta mengevaluasi aliansi strategis secara cermat agar dapat mendukung keberlanjutan bisnis secara optimal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Aliansi strategis adalah keselarasan tujuan, kompatibilitas budaya perusahaan, kepercayaan dan komitmen, struktur kerja sama, kemampuan dan sumber daya mitra, lingkungan eksternal, serta fleksibilitas dan adaptasi.

Untuk memperkuat Keberlanjutan bisnis dengan mengingat Aliansi strategis, maka apa yang perlu dilakukan oleh manajemen adalah merencanakan, mengelola, dan menilai aliansi secara sistematis, sedangkan manajemen perlu memastikan bahwa masing-masing mitra mempunyai visi yang sama, mengembangkan komunikasi yang efektif, serta menetapkan mekanisme kerja sama yang adil dan transparan.

Aliansi strategis mempengaruhi Keberlanjutan bisnis, ini selaras pada studi yang telah dilaksanakan dari (Defee 2006), (Miller et al, 2007), serta (Hitt M. A., Ireland R. D & Hoskisson R. E.2020).

Pengaruh Diferensiasi produk terhadap Keberlanjutan bisnis.

Produk differensiasi adalah Produk differensiasi adalah salah satu aksi mengubah produk menjadi lebih menarik (Sahetapy (2013), (Pewartu B. A. B), (Farida N) & (Prihatini A. E, 2022).

Prinsip-prinsip atau model Diferensiasi produk adalah produk akan sukses jika instansi dapat memakai sumber daya yang dimiliki serta kelebihan pada menggunakan bermacam perubahan guna memenangkan persaingan. Produk ini diperjual belikan pada pembeli pada daerah yang lebar dengan maksud guna memperoleh pelanggan menjadi pengganti pokok baik pada aspek mutu produk, pelayanan, penyaluran, serta lainnya. Pada penerapan metode tersebut, instansi perlu memahami keperluan serta kemauan pembeli dengan kontinu guna mengidentifikasi keperluan ataupun kemauan pembeli pada keunikan produk yang dianggap penting

Diferensiasi produk berpengaruh pada Keberlanjutan bisnis dengan mengerti Diferensiasi produk yang baik maka Keberlanjutan bisnis akan dipahami dengan baik pula begitu juga sebaliknya. Ini dapat dibuktikan bahwa apabila diferensiasi produk tidak dipahami dengan baik. Maka, keberlanjutan bisnis juga akan terpengaruh secara negatif. Diferensiasi produk yang baik dapat menghasilkan nilai tambah, meningkatkan daya saing dan mengerahkan loyalitas pelanggan. Sebelumnya, jika diferensiasi produk tidak jelas atau tidak sesuai dengan kebutuhan pasar, maka pelanggan tidak akan melihat keunikan atau keunggulan yang ditawarkan, sehingga dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi daya saing perusahaan. Strategi diferensiasi harus dirancang dengan mempertimbangkan persepsi pasar agar dapat mendukung keberlanjutan bisnis secara optimal.

Aspek-aspek yang memiliki pengaruh pada Diferensiasi produk ialah inovasi, mutu, desain, teknologi, citra merek, strategi harga, layanan pelanggan, pemahaman pasar, strategi pemasaran, and kepatuhan regulasi. Semua factor ini berperan dalam menciptakan keunikan produk, meningkatkan daya saing, dan mendukung keberlanjutan bisnis

Produk diferensiasi berperan terhadap Keberlanjutan bisnis ini beriring pada studi yang sudah dilaksanakan dari (Porter M. E, 2017), (Barney J. B. 2018) dan (Teece D. J, 2020).

Pengaruh Penggunaan teknologi terhadap Keberlanjutan bisnis.

Kejadian teknologi adalah Teknologi bermain peran suatu peranan penting untuk keberlanjutan perusahaan, dalam hal ini pada dasarnya melalui transformasi digital yang mengintegrasikan teknologi canggih untuk bertambahnya daya dan kemampuan perusahaan. Empiris menampilkan bahwa adopsi teknologi digital, innovation proses, dan optimal model operasional berkontribusi besar dengan meningkat efisiensi, daya kompetitif, dan kepuasan pelanggan (Saputri A, Agustin V, Hartati S & Sanjaya V. F. 2024).

Prinsip-prinsip atau konsep Penggunaan teknologi adalah efisiensi, yaitu meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya inovasi. Yaitu, menciptakan produk atau layanan baru yang lebih baik. Keberlanjutan yaitu mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial. keamanan dan privasi, yaitu melindungi data dan informasi pengguna fleksibilitas.

Yaitu, kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan bisnis aksesibilitas, yaitu memastikan teknologi dapat digunakan oleh semua orang; serta integrasi, yaitu menghubungkan teknologi dengan sistem lain agar bekerja secara sinergis. Dengan prinsip ini, teknologi bisa digunakan dengan maksimal guna menaikkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Penggunaan teknologi berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis. Jika, Penggunaan teknologi diartikan dengan baik akibatnya Keberlanjutan bisnis akan diartikan baik juga, begitupun sebaliknya. Hal tersebut bisa diuraikan bahwa apabila penggunaan teknologi tidak diartikan dengan baik, akibatnya keberlanjutan bisnis juga dapat terdampak negatif. Teknologi yang diterapkan dengan tepat dapat meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, serta

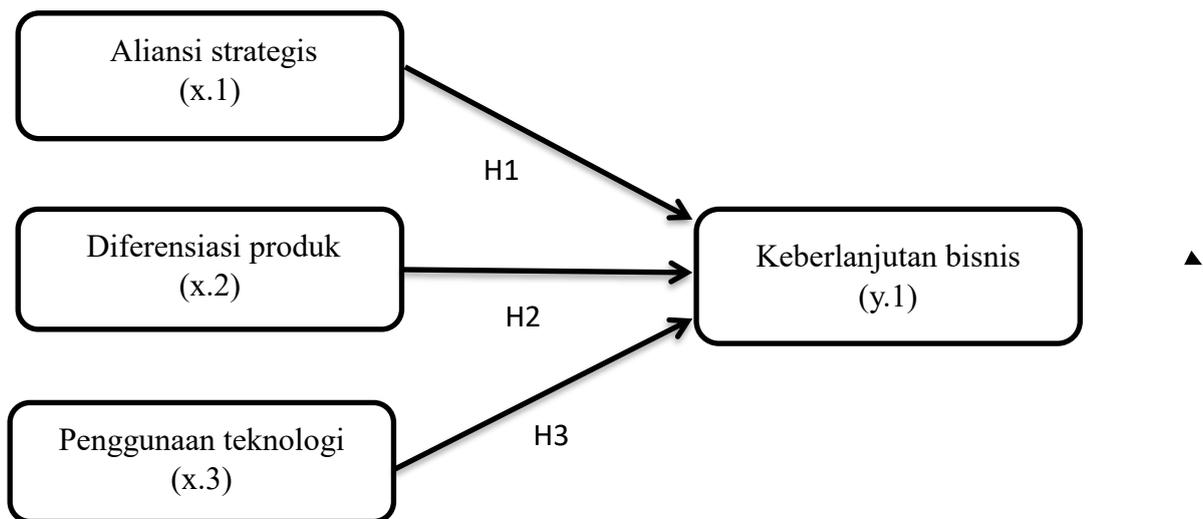
daya saing di pasar, sehingga mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Sebaliknya, jika teknologi tidak dimanfaatkan secara optimal atau tidak sesuai dengan kebutuhan bisnis, maka dapat menyebabkan inefisiensi, peningkatan biaya tanpa hasil yang signifikan, serta ketidaksesuaian dengan tren industri. Oleh karena itu, penerapan teknologi harus dirancang dan dikelola dengan baik agar memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis.

Aspek-aspek yang memiliki pengaruh pada pemakaian teknologi ialah keperluan bisnis, di mana teknologi harus sesuai dengan tujuan perusahaan; sumber daya manusia (SDM), yang mencakup keterampilan dan kesiapan pengguna biaya dan investasi, yang menentukan kemampuan perusahaan dalam mengadopsi teknologi serta infrastruktur teknologi, seperti jaringan dan perangkat yang mendukung operasional. Selain itu, keamanan dan privasi data juga berperan penting untuk melindungi informasi, sementara regulasi pemerintah harus dipatuhi agar penggunaan teknologi sesuai dengan hukum. Dukungan manajemen, perkembangan teknologi, persaingan pasar, serta aksesibilitas dan kemudahan penggunaan juga memengaruhi seberapa efektif teknologi dapat diterapkan dalam bisnis atau organisasi.

Penggunaan teknologi berperan terhadap Keberlanjutan bisnis ini selaras pada studi yang dilaksanakan dari (Asrol S, Lidyah R, Hartini T & Dinah M, 2022), (Yanti D, Supriyanto & Suryani N, 2021) dan (Irfan M & Dewi N. P. S, 2023).

Rerangka Konseptual Penelitian

Sesuai rumusan masalah, pembahasan serta studi sesuai, akibatnya didapatkan kerangka konseptual artikel ini dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Sesuai gambar kerangka konseptual tersebut. Maka Aliansi strategis, Diferensiasi produk, serta Penggunaan teknologi mempunyai pengaruh pada keberlanjutan bisnis. Selain oleh tiga variabel exogen yang memengaruhi Keberlanjutan bisnis, masih banyak variabel lainnya, antaranya ialah:

- 1) Kinerja keuangan (Irawan, C. R. & Ali, H. 2024), (Zahran, R. & Ali, H. 2020), dan (Yeni, F., Erwin, G & Ali, H. 2019)
- 2) Kepemimpinan manajemen (Pratiwi N. P. & Ali, H. 2023), (Poernamasari, I. O, Muhajirin, A, & Ali, H. 2023) dan (Harsono H, Ali, H & FauziA. 2023)
- 3) Budaya organisasi (Ali, M & Ali, H. 2023), (Prasetyo I, Ali, H. & Rekarti, E. 2023) dan (Andina, N., & Ali, H. (2024)

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) Aliansi strategis berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis
- 2) Diferensiasi produk berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis
- 2) Penggunaan teknologi berpengaruh terhadap Keberlanjutan bisnis.

REFERENSI

- Al Mubarak M, Limongan T, Tene M. B, Yusran S. P, Eriko M. S & Mustikarini C. N. (2025). mengungkap keunggulan bersaing: kunci menuju keberlanjutan bisnis pada perusahaan adakami. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 6(1).
- Ali M. M & Ali, H. (2023). Faktor-Faktor Pembentuk Budaya Organisasi: Kepemimpinan, Tata Nilai, dan Motivasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(2).
- Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 10-17.
- Andina N & Ali H. (2024). Pengaruh Struktur Organisasi, Budaya Organisasi, dan Kinerja Karyawan Terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 1-9.
- Bisnis, 11(4), 730-738.
- dan Kewirausahaan (JMDK), 7(2), 205-224.
- Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Fuadi F & Saputri A. A. (2024). Analisis Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Produk Buah Tat Kehago Lampung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 517-523.
- Harsono H, Ali, H & Fauzi A. (2023). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Guru Motivasi Kerja dari Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Sekolah Disalah Satu SMP Jakarta Pusat. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 4(4).
- Hastini L. Y, Fahmi R & Lukito H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28.
- 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>
- Hawa, S. D., Raharja, M. C., & Rianto, S. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Batik Banyumas Melalui Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi*
- Irawan C. R & Ali H. (2024). Pengaruh Lokasi Bisnis, Kinerja Karyawan dan Lingkungan Kerja terhadap Strategi Bisnis Di Perkotaan. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 2(2), 90-101.
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72-87.
- Khouroh U, Windhyastit I & Handayani K (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen*
- Kusnandar K., utami, B. W, & Anantanyu S(2012). Rekayasa model aliansi strategis agroindustri skala kecil (kasus kluster industri tahu). *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi pertanian dan Agribisnis*, 9(1).
- Mediasi. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban*, 4(1), 40-44.

- Pewart, B. A. B., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel
- Poernamasari, I. O, Muhajirin, A & Ali, H. (2023). Pengaruh Kepemimpinan, Keseimbangan kehidupan kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*., 5(1).
- Prasetyo, I., Ali, H., & Rekarti, E. (2023). Peran Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*., 4(5).
- Pratiwi, N. P & Ali, H (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pelatihan, dan Stres Kerja pada Kinerja Pegawai Rumah Sakit di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*., 5(2).
- Putri, T. N & Ali, H. (2024). Strategi Inovasi Produk, Aliansi Strategis, dan Diversifikasi Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 64-71.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi produk, strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Saputri A, Agustin V, Hartati S, & Sanjaya V. F. (2024). inovasi model operasional untuk menciptakan bisnis berkelanjutan di era digitalisasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 15(2), 63-74.
- Suhatman, R. C., Fauzi, A., Husadha, C., Ismawan, R. J., Aristawidya, S., Ambarita, S. F. & Zalendra, Z. (2023). Pengaruh Kriteria Investasi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(4), 272-283.
- Syaefuddin, A., & Sos, S. (2018). Apakah Strategi Kompetitif dan Aliansi Strategis Berperan Dalam Meningkatkan Kinerja Keberlanjutan. *Jurnal Ekuilibrium STIE Triguna Jakarta*, 2(3).
- Tampi, N. H. R. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT. Telkomsel Grapari Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4).
- Wulandari E & Murniawaty I. (2019). Peningkatan keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk dan diferensiasi citra serta pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran IKM kopi di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69-77.
- Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt. Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 38-54.
- Zahran, R & Ali H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Informasi: Sumber Daya Manusia, Bisnis, Teknologi dan Metode. *Jurnal Akuntansi Universitas Mercubuana*, 1, 21.