

***BUSINESS STRATEGIES RELATED TO COST ADVANTAGE AND
DIFFERENTIATION: BIBLIOMETRIC AND SLR ANALYSIS***

**STRATEGI BISNIS TERKAIT KEUNGGULAN BIAYA DAN DIFERENSIASI:
ANALISIS BIBLIOMETRIK DAN SLR**

**Aditya Wahyu Prabowo¹, Fanny Rahma Wiranti², Guruh Ardhianto Kurniawan³, Hakim
Probo Herfanni⁴, Muhammad Rozali⁵, Wirda Nursanti⁶**

Universitas Borobudur^{1,2,3,4,5,6}

wp.aditya@gmail.com¹, fannyrahma28@gmail.com², guruhgrh@gmail.com³,
h.probo89@gmail.com⁴, m.rozali@borobudur.ac.id⁵, wirda_nursanti@borobudur.ac.id⁶

ABSTRACT

This study aims to analyze research patterns related to cost leadership and differentiation strategies through previous research results. This study uses a systematic literature review (SLR) method based on the PRISMA protocol and bibliometric analysis using VOSviewer software to visualize bibliometric data. The process includes identification, screening, and eligibility, with the final result being 26 relevant articles from the period 2015–2024. The results show that bibliometric analysis using VOSviewer identified five main clusters related to business strategy, such as entrepreneurial orientation, competition, and differentiation strategy, with topic trends such as "price" and "competitive advantage" increasing in the period 2019–2020. Differentiation strategies based on product and service innovation have been shown to increase competitiveness in the creative, financial, and education sectors, while cost leadership through operational efficiency supports price attractiveness in the MSME and manufacturing industries. The successful implementation of this strategy depends on entrepreneurial orientation and innovation, with flexibility being key to sustainability during unstable economic periods, such as the COVID-19 pandemic.

Keywords: Business Strategy, Cost, Differentiation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola penelitian terkait strategi keunggulan biaya dan diferensiasi melalui hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur sistematis (SLR) berdasarkan protokol PRISMA dan analisis bibliometrik menggunakan perangkat lunak VOSviewer untuk memvisualisasikan data bibliometrik. Prosesnya meliputi identifikasi, penyaringan, dan kelayakan, dengan hasil akhir berupa 26 artikel relevan dari periode 2015–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer mengidentifikasi lima kluster utama terkait strategi bisnis, seperti orientasi kewirausahaan, kompetisi, dan strategi diferensiasi, dengan tren topik seperti "price" dan "competitive advantage" meningkat pada periode 2019–2020. Strategi diferensiasi berbasis inovasi produk dan layanan terbukti meningkatkan daya saing di sektor kreatif, finansial, dan pendidikan, sedangkan keunggulan biaya melalui efisiensi operasional mendukung daya tarik harga di industri UMKM dan manufaktur. Keberhasilan implementasi strategi ini bergantung pada orientasi kewirausahaan dan inovasi, dengan fleksibilitas menjadi kunci keberlanjutan selama periode ekonomi yang tidak stabil, seperti pandemi COVID-19.

Kata kunci: Strategi Bisnis, Biaya, Diferensiasi

PENDAHULUAN

Strategi bisnis memiliki peran penting dalam membantu perusahaan bersaing di pasar global yang semakin dinamis. Strategi keunggulan biaya,

yang menekankan pada efisiensi operasional untuk menurunkan harga produk, sering menjadi pilihan perusahaan untuk memenangkan persaingan di segmen pasar sensitif

harga (Wahyudi *et al.*, 2024). Di sisi lain, strategi diferensiasi memungkinkan perusahaan menciptakan nilai unik melalui produk atau layanan yang sulit ditiru oleh pesaing, sehingga menarik konsumen yang mengutamakan kualitas atau inovasi ((Sudiantini *et al.*, 2023).

Meskipun banyak literatur yang membahas kedua strategi ini secara terpisah, integrasi antara keunggulan biaya dan diferensiasi masih minim diteliti. Padahal, kombinasi kedua strategi ini dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan di era globalisasi dan digitalisasi saat ini (Restiyanti, 2016). Di sisi lain, perkembangan teknologi analisis data memberikan peluang baru untuk memahami strategi bisnis secara lebih mendalam. Teknologi seperti VOSviewer memungkinkan visualisasi hubungan antar konsep penelitian, memberikan wawasan lebih luas tentang tren, kolaborasi penulis, dan fokus tematik dalam literatur strategi bisnis. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memetakan perkembangan studi strategi keunggulan biaya dan diferensiasi di tingkat global, sehingga menciptakan gambaran yang lebih terstruktur. Namun, pemetaan bibliometrik harus diimbangi dengan tinjauan literatur sistematis (SLR) untuk mengeksplorasi lebih jauh temuan-temuan kunci dan kesenjangan dalam penelitian. Pendekatan SLR tidak hanya membantu memahami evolusi konsep strategi bisnis, tetapi juga memungkinkan identifikasi implikasi praktis dari kombinasi strategi ini bagi perusahaan. Dengan demikian, integrasi metode bibliometrik dan SLR dapat menjadi alat yang ampuh untuk memperluas pemahaman tentang dinamika strategi bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola penelitian terkait strategi keunggulan biaya dan diferensiasi menggunakan VOSviewer serta menyusun SLR yang mendalam. Hasil penelitian ini tidak hanya akan memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi perusahaan untuk menerapkan kombinasi strategi ini secara efektif, terutama dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompleks. Dengan menggabungkan pendekatan analisis bibliometrik dan SLR, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan hubungan antara teori dan praktik strategi bisnis, serta memberikan rekomendasi strategis yang relevan bagi praktisi bisnis, akademisi, dan pembuat kebijakan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi pijakan untuk penelitian lanjutan terkait pengembangan strategi bisnis yang adaptif dan inovatif di berbagai sektor.

Tinjauan Pustaka Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana atau tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menghadapi persaingan di pasar. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan, seperti diferensiasi produk, keunggulan biaya, dan fokus pada pasar tertentu. Menurut Kuncoro and Suriani (2018), strategi kompetitif harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pengelolaan sumber daya dan inovasi. Sebagai contoh, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah melalui inovasi produk atau efisiensi operasional yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Peran lingkungan eksternal dan internal dalam pengembangan strategi bisnis juga sangat signifikan. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities,

Threats) sering digunakan untuk memahami dinamika ini. De Massis et al. (2018) menyebutkan bahwa sumber daya internal yang unik, seperti kemampuan manajerial, teknologi, atau merek yang kuat, dapat menjadi sumber daya strategis yang mendukung keberhasilan jangka panjang. Dalam konteks ini, perusahaan perlu terus memantau tren pasar dan beradaptasi terhadap perubahan untuk menjaga relevansi strategi pelaku bisnis. Implementasi strategi bisnis membutuhkan manajemen yang efektif dan komunikasi yang baik di seluruh organisasi. Mehralian et al. (2017) mengembangkan Balanced Scorecard sebagai alat untuk membantu perusahaan mengukur keberhasilan strategi dari berbagai perspektif, seperti keuangan, pelanggan, proses internal, dan pembelajaran organisasi. Dengan demikian, strategi bisnis yang sukses tidak hanya bergantung pada perencanaan tetapi juga pada eksekusi yang tepat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar (Hanum et al., 2024).

Strategi Bisnis pada Keunggulan Biaya

Strategi keunggulan biaya adalah pendekatan bisnis yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa dengan biaya lebih rendah dibandingkan pesaing. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif di pasar atau meningkatkan margin keuntungan. Menurut Lukiastuti and Pantawis (2019), keunggulan biaya dapat dicapai melalui skala ekonomi, efisiensi operasional, atau inovasi proses. Dengan mengelola sumber daya secara efisien, perusahaan dapat mempertahankan daya saing meskipun menghadapi tekanan harga yang ketat. Perusahaan yang berfokus pada

keunggulan biaya harus memperhatikan struktur biaya secara keseluruhan, termasuk pengadaan bahan baku, proses produksi, dan distribusi. Kurniawan et al. (2024) mengemukakan bahwa penerapan teknologi yang tepat dan pengendalian biaya yang ketat dapat menjadi faktor kunci dalam mendukung strategi ini. Selain itu, integrasi vertikal atau hubungan yang baik dengan pemasok juga dapat membantu perusahaan mengurangi biaya. Namun, penting bagi perusahaan untuk tetap menjaga kualitas produk agar tidak merusak reputasi merek. Penerapan strategi keunggulan biaya sering digunakan oleh perusahaan dalam industri dengan persaingan tinggi, seperti ritel dan manufaktur. Septiani and Seviawani (2024) menjelaskan bahwa perusahaan dapat menciptakan nilai baru dengan menghilangkan elemen yang tidak penting dan fokus pada efisiensi proses. Namun, strategi ini memerlukan komitmen jangka panjang untuk pengendalian biaya yang berkelanjutan dan inovasi proses agar tetap relevan di pasar ((Basuki, 2023). Dengan demikian, keberhasilan strategi keunggulan biaya tergantung pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan.

Strategi Bisnis pada Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah pendekatan bisnis yang berfokus pada menciptakan produk atau layanan yang unik sehingga dapat menonjol dibandingkan pesaing. Ariodutho et al. (2022) menyebutkan bahwa strategi ini bertujuan untuk menawarkan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing, seperti melalui desain produk, kualitas, inovasi teknologi, atau merek yang kuat. Diferensiasi memungkinkan perusahaan menarik pelanggan yang

bersedia membayar harga lebih tinggi untuk produk atau layanan yang dianggap superior. Keberhasilan strategi diferensiasi sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang berharga. Aisyah et al. (2022) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif melalui diferensiasi sering kali diperoleh dari sumber daya yang langka dan tidak mudah ditiru, seperti kemampuan inovasi, hak paten, atau keahlian karyawan. Dengan diferensiasi yang kuat, perusahaan dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan mengurangi sensitivitas mereka terhadap harga, sehingga memperkuat posisi di pasar. Namun, strategi diferensiasi juga menghadapi tantangan, seperti biaya yang lebih tinggi untuk inovasi dan risiko tiruan dari pesaing. Menurut Budihardjo (2017), perusahaan dapat menciptakan "lautan biru" dengan menawarkan nilai baru yang tidak hanya unik tetapi juga relevan bagi pelanggan. Selain itu, untuk mempertahankan diferensiasi dalam jangka panjang, perusahaan harus terus berinvestasi dalam pengembangan produk, pemasaran, dan pengalaman pelanggan (Aji et al., 2023). Dengan demikian, diferensiasi yang efektif memerlukan kombinasi inovasi berkelanjutan dan pengelolaan merek yang strategis.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan tinjauan literatur sistematis dan analisis bibliometrik (Bartolini et al., 2019; Huang et al., 2020). Tahapan protokol yang digunakan sebagai dasar atau panduan adalah Protokol PRISMA, yang terdiri dari identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi (Page et al., 2021). Prosedur bibliometrik analisis dimulai dari

menentukan tujuan penelitian, merumuskan pertanyaan penelitian, dan merumuskan strategi pencarian untuk mengumpulkan dataset (Huang et al., 2020). Studi ini menggabungkan tahapan sistematis SLR dan bibliometrik analisis karena memiliki prosedur yang serupa mulai dari menentukan tujuan penelitian, merumuskan pertanyaan penelitian, mengembangkan strategi pencarian untuk pengumpulan data, dan melakukan analisis. Seluruh rangkaian kegiatan dalam tinjauan ini dilakukan secara sistematis, termasuk tahap pencarian dataset.

Seluruh rangkaian kegiatan selama tinjauan artikel ini dilakukan secara sistematis. Tindakan aliran yang ditetapkan dalam desain (bagian perencanaan) diikuti untuk memandu implementasi penelitian (Cooper et al., 2018). Dataset selama satu dekade dianggap cukup untuk melacak perkembangan penelitian di bidang ini. Tahap pengumpulan dataset dimulai secara kronologis dengan (1) membuka google scholar atau google cendekia; (2) mencatat kata kunci pencarian seperti yang tercantum dalam Tabel 1 di area pencarian judul, abstrak, dan kata kunci. Kata kunci yang digunakan adalah: strategi bisnis, keunggulan biaya, diferensiasi, (3) kemudian, menetapkan batas area jenis dokumen (artikel dan tinjauan), dan (4) menetapkan tahun (antara 2015 dan 2024), (5) Setelah mengeklik pencarian, data yang diperoleh adalah 132 artikel dan tinjauan. Data dikumpulkan dalam format CSV dan disimpan dalam manajer referensi, Mendeley. Untuk analisis bibliometrik analisis nantinya, data dalam format CSV harus divisualisasikan menggunakan perangkat lunak Vosviewer. Sementara itu, proses berikutnya adalah penyaringan atau ekstraksi dokumen

dengan menerapkan kriteria eksklusi yang ditetapkan dalam tahap identifikasi sebelumnya. Pada tahap ini, semua artikel dan tinjauan diekstraksi

(disaring) untuk menentukan data yang cocok untuk analisis SLR. Kriteria seleksi disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Seleksi

No.	Kriteria Eksklusi	Hasil Eksklusi
1	Artikel yang ditulis dari bahasa Indonesia	54 Artikel dalam non Bahasa Indonesia
2	Artikel yang tidak sesuai (Tidak ada kata kunci di judul, abstrak, atau kata kunci)	34 artikel terkait
3	Duplikasi	7 artikel terkait
Total		95

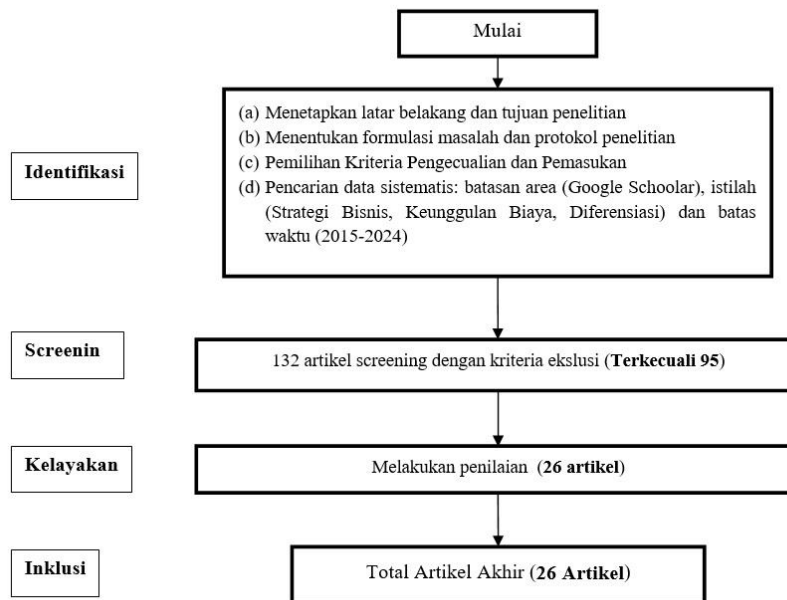
Ekstraksi Data dengan Kriteria eksklusi yang dijelaskan menyisakan 37 artikel dengan . Artikel-artikel kemudian dinilai untuk kelayakan. Data yang dikumpulkan akan dievaluasi menggunakan kriteria pertanyaan penilaian kualitas berikut:

a. Apakah makalah tersebut diterbitkan dalam jurnal yang terdaftar di Google Scholar antara tahun 2015 dan 2024?

b. Apakah artikel jurnal mencakup konsep strategis bisnis ?

c. Apakah ada sesuatu dalam artikel jurnal tentang strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan diferensiasi?

Kemudian, untuk setiap pertanyaan di atas, diperoleh terdapat 26 artikel dengan jawaban termasuk yang dominan sebagai data final.



Gambar 1. Alur Diagram PRISMA dari Sistematika Literature Review dikombinasikan Bibliometrik

Diagram aliran dalam Gambar 1 melakukan proses ringkasan detail dari

SLR dan bibliometrik analisis dalam langkah-langkah berikut: (1) Dalam

identifikasi, pertama-tama, tujuan dijelaskan. Kemudian, penting untuk mengembangkan protokol tinjauan. Ini dilanjutkan untuk menentukan batasan konseptual dari studi. Langkah-langkah berikutnya adalah pencarian data sistematis dari Google Scholar, artikel jurnal dari tahun 2015 hingga 2024 (2) dalam penyaringan, 132 artikel diekstraksi menggunakan kriteria eksklusif. Selanjutnya, 95 artikel dikecualikan, dan 37 artikel melanjutkan ke level berikutnya; (3) dalam kelayakan, artikel-artikel harus divalidasi dan diselesaikan, dan (4) akhirnya, inklusi menetapkan 26 artikel dalam teks penuh yang memenuhi syarat untuk analisis bibliometrik menggunakan Vosviewer, dan kontennya ditinjau secara manual. Selanjutnya, fase-fase penting adalah pelaporan dan penyebaran hasil.

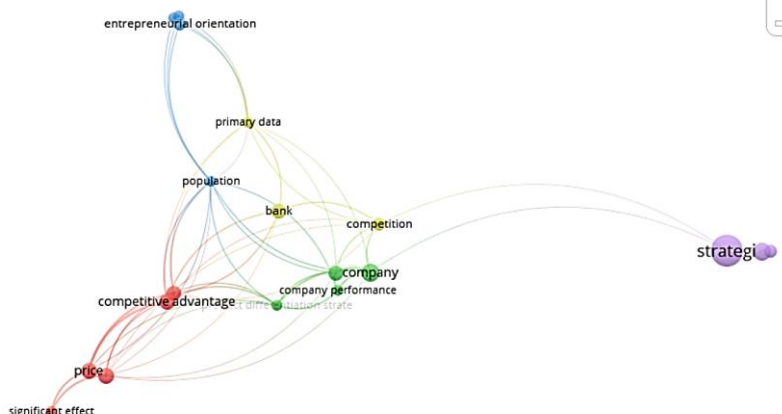
Penelitian ini menggunakan VOSviewer versi Online 1.6.17 (Visualisasi dari Pemiripan) digunakan untuk memetakan dan menganalisis data, yang dapat diunduh dari <http://www.vosviewer.com>. Terutama, perangkat lunak ini dikembangkan oleh Universitas Leiden, CWTS (Centre for Science and Technology Studies). VosViewer online adalah perangkat lunak yang berguna untuk memvisualisasikan jaringan bibliometrik atau metadata dalam ranah

bibliografi, yaitu judul, penulis, jurnal, abstrak, dan kata kunci. Versi online VosViewer terbaru dilengkapi dengan menu berbagi yang membantu pembaca menjelajahi hasil visualisasi secara mandiri dan interaktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Network Visualization

Network visualization dalam analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer adalah metode untuk memetakan dan memvisualisasikan hubungan antara elemen-elemen bibliometrik seperti kata kunci, penulis, atau jurnal berdasarkan frekuensi dan keterkaitannya (Yuda & Suyono, 2023). Dalam VOSviewer, data yang dihasilkan melalui analisis bibliometrik akan disajikan dalam bentuk peta jaringan, di mana node mewakili elemen yang dianalisis, dan tepi atau garis yang menghubungkannya menunjukkan kekuatan atau frekuensi hubungan antara elemen tersebut. Teknik ini membantu dalam mengidentifikasi tren penelitian, kolaborasi antar penulis, serta kelompok topik yang dominan dalam bidang tertentu. Adapun hasil network visualization yang muncul pada penelitian strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan diferensiasi disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Tampilan Network Visualization

Berdasarkan hasil *network visualization* dengan Vosviewer pada Gambar 2, ditunjukkan jaringan kata-kata yang berhubungan dengan konsep strategi bisnis dalam beberapa klaster. Terdapat lima klaster utama yang saling terhubung dan mencerminkan keterkaitan antar istilah yang sering muncul bersama:

1. Klaster 1 (Biru): Menggambarkan orientasi kewirausahaan dan data penelitian, dengan istilah seperti "entrepreneurial orientation," "primary data," dan "population." Klaster ini menunjukkan hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan sumber data penelitian serta populasi yang digunakan dalam studi.
2. Klaster 2 (Hijau): Berfokus pada elemen persaingan dan performa perusahaan, dengan kata-kata seperti "company," "competition," dan "company performance." Klaster ini mengilustrasikan keterkaitan antara persaingan di industri dan kinerja perusahaan, mengindikasikan pentingnya strategi kompetitif dalam menghadapi pesaing.
3. Klaster 3 (Merah): Menyoroti aspek keunggulan kompetitif dan strategi diferensiasi, dengan istilah seperti "competitive advantage," "price," dan "significant effect." Klaster ini menunjukkan bagaimana harga dan strategi diferensiasi berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan.
4. Klaster 4 (Kuning): Terkait dengan perbankan dan data primer, mencakup istilah seperti "bank" dan "primary data." Klaster ini menandakan adanya relevansi antara sektor perbankan dengan

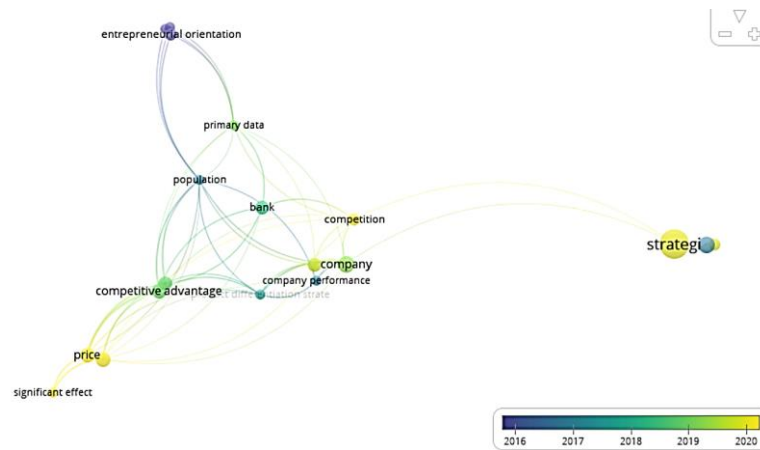
penggunaan data primer dalam strategi bisnis.

5. Klaster 5 (Ungu): Berpusat pada strategi secara keseluruhan, dengan istilah seperti "strategy." Klaster ini mengindikasikan penerapan strategi-strategi yang terintegrasi dalam upaya mencapai keunggulan bersaing.

Setiap klaster berinteraksi satu sama lain, menandakan bahwa elemen-elemen seperti kewirausahaan, persaingan, diferensiasi harga, dan penggunaan data primer saling berkaitan dalam membentuk strategi bisnis yang efektif. Hubungan ini mencerminkan bagaimana berbagai aspek strategis dikombinasikan untuk meningkatkan daya saing dan performa perusahaan di pasar.

Overlay Visualization

Overlay visualization dalam analisis bibliometrik dengan VOSviewer digunakan untuk memvisualisasikan data dengan menambahkan informasi tambahan pada peta jaringan yang sudah ada, seperti tahun publikasi atau tingkat sitasi. Dalam overlay visualization, warna pada node atau tepi menunjukkan perubahan dalam variabel tertentu sepanjang waktu, seperti perkembangan topik penelitian atau tren sitasi (Muhammad & Triansyah, 2023). Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi evolusi temuan riset dan melihat bagaimana suatu topik atau penulis berkembang dalam periode tertentu. Adapun hasil overlay visualization yang muncul pada penelitian strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan diferensiasi disajikan sebagai berikut:



Gambar 3. Tampilan Overlay Visualization

Berdasarkan hasil overlay visualization pada Gambar 3, ditunjukkan hubungan antar kata kunci dalam penelitian yang berkaitan dengan tema strategi bisnis, orientasi kewirausahaan, kompetisi, dan keunggulan kompetitif. Kata kunci "strategi" berperan sebagai pusat utama yang terhubung dengan istilah lain seperti "company," "competition," dan "entrepreneurial orientation," yang mengindikasikan bahwa penelitian dalam bidang ini sering membahas strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan mencapai keunggulan kompetitif.

Warna pada garis dan node menunjukkan periode publikasi, di mana warna lebih terang (kuning) mengindikasikan penelitian yang lebih baru (2020), sementara warna lebih gelap (biru) menunjukkan penelitian

yang lebih lama (2016). Misalnya, kata "price" dan "significant effect" memiliki warna lebih kuning, menandakan penelitian terkait topik tersebut lebih sering dilakukan pada tahun-tahun mendekati 2020. Sementara itu, "entrepreneurial orientation" dan "primary data" memiliki warna lebih gelap, menunjukkan penelitian terkait lebih aktif pada tahun-tahun sebelumnya. Cluster kata kunci ini menggambarkan fokus riset yang mencakup orientasi kewirausahaan, strategi kompetitif, serta data primer yang digunakan untuk analisis. Hubungan antar node menunjukkan bagaimana istilah-istilah ini berinteraksi satu sama lain dalam konteks penelitian strategi bisnis. Selain itu, frekuensi total artikel berdasarkan tahun disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Frekuensi Artikel Berdasarkan Tahun

Tahun	Total Artikel
2015	2
2016	1
2017	2
2018	3
2019	5
2020	2
2021	4
2022	3
2023	3

2024	1
Total	26

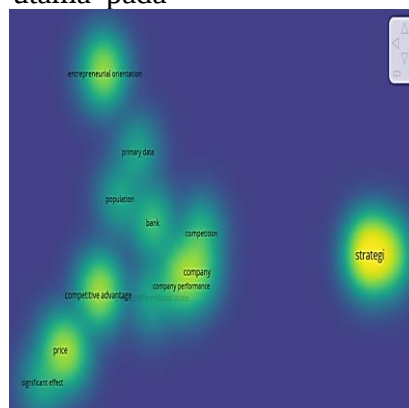
Tabel 2 frekuensi total artikel berdasarkan tahun menunjukkan bahwa penelitian terkait strategi bisnis mulai aktif dari tahun 2015, meskipun dalam jumlah yang terbatas. Jumlah publikasi mengalami fluktuasi dan mencapai puncaknya pada tahun 2019 dengan lima artikel. Kecenderungan peningkatan ini menandakan adanya minat yang cukup tinggi terhadap topik ini pada periode tersebut, yang juga tercermin dalam overlay visualization. Pada visualisasi tersebut, node dengan warna kuning mewakili penelitian yang lebih baru (2019-2020), menunjukkan fokus penelitian yang berkembang pada aspek seperti "price," "competitive advantage," dan "significant effect."

Keterkaitan antara tabel frekuensi dan overlay visualization mengindikasikan bahwa seiring waktu, penelitian tentang strategi bisnis, orientasi kewirausahaan, dan kompetisi dalam perusahaan semakin berkembang dan mendalam. Peningkatan jumlah publikasi pada 2019 hingga 2021, seperti terlihat pada tabel, sejalan dengan intensitas node yang lebih terang pada visualisasi, menandakan semakin banyak penelitian yang menekankan pada hubungan antara strategi, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan. Fokus utama pada

elemen-elemen seperti "company," "competition," dan "price" di dalam visualisasi menunjukkan bahwa tren terbaru dalam penelitian ini mengarah pada aspek penting dalam membangun strategi perusahaan yang efektif dan kompetitif di pasar.

Density Visualization

Density visualization dalam analisis bibliometrik dengan VOSviewer digunakan untuk menunjukkan konsentrasi elemen-elemen yang dianalisis, seperti kata kunci atau penulis, berdasarkan intensitas atau kepadatan hubungan di dalam peta jaringan. Pada visualisasi ini, area dengan konsentrasi tinggi akan diberi warna yang lebih gelap, menandakan adanya kelompok atau subtopik yang lebih terkonsentrasi dan lebih banyak saling terhubung (Fakhri et al., 2024). Hal ini membantu untuk mengidentifikasi area yang lebih berkembang atau memiliki fokus penelitian yang lebih kuat dalam bidang tertentu. Adapun hasil density visualization yang muncul pada penelitian terkait peran desain audio visual dalam membangun suasana dan emosi pada produksi film layar lebar disajikan sebagai berikut:



Gambar 4. Tampilan Density Visualization

Dalam gambar density visualization yang disajikan, istilah "strategi" muncul sebagai pusat utama dengan tingkat kepadatan yang tinggi, menunjukkan bahwa topik ini adalah tema yang sering muncul dan penting dalam kumpulan data. Istilah terkait seperti "company," "competitive advantage," dan "competition" memiliki kepadatan yang lebih tinggi di sekitarnya, menunjukkan hubungan erat dan relevansi dengan tema utama "strategi."

Selain itu, terdapat sub-topik lain seperti "entrepreneurial orientation," "bank," "price," dan "significant effect," yang menunjukkan variasi fokus dalam penelitian atau diskusi terkait strategi bisnis. Posisi dan kepadatan warna menunjukkan hubungan antar-topik; semakin terang warna, semakin penting

atau sering topik tersebut muncul dalam penelitian yang dianalisis. Kepadatan tinggi di sekitar istilah "company" dan "competitive advantage" menegaskan pentingnya peran strategi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Adanya sub-topik seperti "primary data" dan "population" menunjukkan bahwa penelitian ini juga banyak mengandalkan data primer dan analisis populasi. Setelah analisis bibliometric menggunakan vosviewer dilakukan dengan mengkaji hasil tampilan dari Network Visualization, Overlay Visualization, dan Density Visualization, untuk menentukan strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan diferensiasi. Peneliti menguraikan hasil kajian terdahulu yang disajikan pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 3. Frekuensi Artikel Berdasarkan Tahun

No.	Penulis (Tahun)	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maryani and Chaniago (2019)	Menganalisis pengaruh strategi bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada UKM di industri kreatif fesyen di Bandung.	Kuesioner skala Likert; analisis regresi linear dengan SPSS.	Strategi diferensiasi dan kepemimpinan biaya berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk, layanan unik, dan biaya rendah. Keunggulan bersaing ditingkatkan melalui produk, harga, layanan, dan distribusi.
2	Ramadhania and Fendra (2021)	Menganalisis pengaruh keunggulan biaya dan diferensiasi produk terhadap penjualan industri rotan Adit Furniture di Padang.	Analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.	Keunggulan biaya dan diferensiasi produk secara signifikan berpengaruh terhadap penjualan produk baik secara parsial maupun simultan.
3	Iswati (2018)	Menguji efek strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi pada kesuksesan produk KTA Dana Cinta.	Kuesioner untuk 75 responden; metode deskriptif dan verifikatif.	Strategi diferensiasi dan biaya rendah meningkatkan pertumbuhan pendapatan melalui inovasi fitur produk seperti fasilitas revolving dan promosi digital.
4	Ngaisah et al. (2020)	Menganalisis penerapan strategi harga dan diferensiasi produk di Sekolah Alam Purwakarta.	Studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif; wawancara	Strategi harga melibatkan komite orang tua untuk penetapan kebijakan, sementara diferensiasi produk hadir dalam program

			mendalam.	pendidikan unik seperti kegiatan outbond, kunjungan edukatif, dan pengelolaan bank sampah.
5	Muiz and Sunarta (2018)	Menguji hubungan strategi generik Porter terhadap kinerja perusahaan pada usaha kecil sepatu di Tangerang Selatan.	Kuesioner skala Likert; uji validitas dan reliabilitas menggunakan Product Moment dan Alpha Cronbach.	Strategi diferensiasi dan biaya rendah berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi dan efisiensi operasional.
6	Pasaribu et al. (2022)	Merumuskan strategi dan program fungsional untuk pengembangan usaha roti menggunakan analisis SWOT.	Pendekatan deskriptif kualitatif; wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan.	Strategi yang direkomendasikan adalah diferensiasi produk dan kepemimpinan biaya, dengan program prioritas inovasi produk berbasis green program.
7	Wulandari and Murniawaty (2019)	Menganalisis pengaruh diferensiasi produk dan citra terhadap keunggulan bersaing serta dampaknya pada kinerja pemasaran IKM kopi di Temanggung.	Kuesioner dan dokumentasi; analisis SEM PLS.	Diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, namun diferensiasi citra tidak signifikan. Keunggulan bersaing meningkatkan kinerja pemasaran.
8	Marlina et al. (2020)	Mengkaji strategi keunggulan kompetitif pada industri kreatif bordir di Tasikmalaya.	Kuantitatif deskriptif-verifikatif; analisis regresi linear dengan SPSS.	Strategi diferensiasi dan kepemimpinan biaya berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja industri bordir.
9	Ariawan et al. (2017)	Menguji dan menganalisis strategi bisnis yang digunakan UKM untuk meningkatkan kinerja, khususnya pada UKM Karawo di Kota Gorontalo.	Kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 68 pemilik/manajer UKM Karawo, dan dianalisis menggunakan WarpPLS.	Strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi mampu meningkatkan kinerja UKM Karawo, sementara strategi fokus tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja. UKM harus memilih strategi yang tepat sesuai kemampuan.
10	Wibowo et al. (2017)	Menganalisis pengaruh rasio SG&A/Sales dan Sales/CoGS terhadap kinerja perusahaan di sektor manufaktur Indonesia.	Purposive sampling pada 120 sampel (2012-2014), analisis regresi sederhana.	Strategi diferensiasi produk (SG&A/Sales dan Sales/CoGS) berpengaruh signifikan terhadap net profit margin (NPM). Rekomendasi: memperluas cakupan sektor penelitian dan menambahkan variabel lainnya.

11	Khoirunnisa (2019)	Mengetahui penerapan strategi generik Porter untuk meningkatkan daya saing bisnis kuliner sehat Naturicha Healthy Food and Drink.	Deskriptif kualitatif, observasi, wawancara, studi kepustakaan.	Strategi diferensiasi produk alami dan sehat efektif meningkatkan daya saing. Proses pengumpulan data menekankan pada wawancara pemilik bisnis dan observasi aktivitas usaha.
12	Ismail and Bangun (2015)	Menyelidiki hubungan antara penggunaan sistem pengendalian manajemen (SPM), strategi bisnis, dan kinerja organisasi di perusahaan manufaktur.	Pendekatan Warp PLS pada 40 eksekutif manajer di Provinsi Banten.	Penggunaan SPM diagnostik dan interaktif memoderasi hubungan strategi bisnis dengan kinerja organisasi. Efek signifikan ditemukan pada strategi kepemimpinan biaya terhadap kinerja.
13	Tampi (2016)	Menganalisis pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran PT. Telkomsel Grapari Manado.	Survei dengan kuisioner terhadap 150 responden pelanggan Telkomsel Grapari Manado. Analisis jalur.	Diferensiasi produk signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Diferensiasi layanan dan citra tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.
14	Aldania and Niswah (2021)	Menggambarkan strategi kompetitif pada program Pahlawan Ekonomi untuk pemberdayaan UMKM pasca pandemi COVID-19.	Kualitatif deskriptif, wawancara, pengamatan, dokumentasi.	Strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan UMKM selama pandemi COVID-19. Pelatihan berjenjang disarankan.
15	Nikmah and Siswahyudianto (2022)	Mengetahui penerapan strategi diferensiasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti di Trenggalek.	Kualitatif deskriptif, wawancara, observasi.	Diferensiasi produk, kualitas pelayanan, personalia, distribusi, dan citra menciptakan keunggulan kompetitif. Persaingan bisnis dilakukan secara sehat sesuai ajaran Islam.
16	Yuvira et al. (2021)	Menganalisis pengaruh harga dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria Fu di Medan.	Asosiatif, teknik Slovin, 111 sampel, analisis regresi.	Harga dan diferensiasi produk memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Variabel independen menjelaskan 83.4% keputusan pembelian.
17	Ambarwati (2021)	Menguji pengaruh nilai kewirausahaan dan komitmen berwirausaha terhadap kinerja UMKM, dengan strategi bisnis sebagai	Explanatory research, kuantitatif, kuisioner, 70 pengusaha UMKM di Lowokwaru.	Efikasi diri memengaruhi komitmen berwirausaha; strategi bisnis tidak memoderasi hubungan komitmen berwirausaha dengan kinerja usaha.

		variabel moderasi.	Analisis PLS.	
18	Purba (2019)	Menganalisis strategi bersaing dalam persaingan bisnis properti residensial di Kota Manado.	Analisis matriks karakteristik industri.	Industri properti residensial di Manado saat ini menarik tetapi diprediksi akan menurun di masa depan. Strategi PT. Wijaya Karya Realty menunjukkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing.
19	Wardoyo et al. (2015)	Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi bisnis dan kinerja UMKM di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab. Semarang.	Kuantitatif, survei dengan kuisioner, 46 UMKM, analisis menggunakan SmartPLS.	Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap strategi bisnis dan kinerja usaha. Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.
20	Muthmainnah and Triyanto (2024)	Menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh Pizza Apa Ya dalam menghadapi persaingan.	Deskriptif kualitatif menggunakan analisis generik Porter dan SWOT. Data diperoleh dari wawancara dan studi pustaka.	Strategi bersaing yang diterapkan adalah kepemimpinan biaya dan diferensiasi.
21	Neno et al. (2023)	Mendeskripsikan strategi bisnis UMKM Tenun di Kota Kupang selama pandemi Covid-19.	Deskriptif kualitatif dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka, dianalisis menggunakan teknik reduksi data dan SWOT.	UMKM menerapkan strategi pemasaran digital, inovasi produk, dan kolaborasi untuk bertahan di tengah pandemi.
22	Nabila and Anandya (2022)	Mengetahui pengaruh strategi bersaing terhadap peningkatan kinerja UMKM.	Deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif.	Strategi bersaing meningkatkan kinerja UMKM, seperti pada café Sekala The Common Place di Bandung.
23	Firmansyah et al. (2019)	Menentukan pengaruh strategi diferensiasi dan harga terhadap keunggulan bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya.	Kuantitatif deskriptif menggunakan kuesioner dan analisis statistik dengan SPSS.	Strategi diferensiasi produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.
24	Agustian and Mutiara (2023)	Menganalisis lingkungan persaingan dan strategi terbaik untuk Rich Fried Chicken di Jambi.	Kualitatif dengan teknik purposive sampling.	Strategi generik Porter diterapkan untuk memenangkan persaingan di pasar fast food.
25	Sekar (2023)	Menjelaskan strategi	Studi literatur	SBU menggunakan strategi

		bisnis unit (SBU) dalam perusahaan.	dari jurnal ilmiah, buku, dan publikasi lainnya.	biaya rendah, diferensiasi, dan fokus untuk mencapai keunggulan kompetitif.
26	Merliana and Arismutia (2018)	Menganalisis strategi biaya rendah, diferensiasi produk, dan motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan UKM.	Kuantitatif dengan desain explanatory, menggunakan judgement sampling.	Strategi biaya rendah, diferensiasi produk, dan motivasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UKM.

Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian terdahulu ditemukan beberapa strategi bisnis yang memastikan keunggulan biaya dan diferensiasi. Maryani & Chaniago (2019) menemukan bahwa strategi diferensiasi yang menekankan inovasi produk dan layanan unik, serta kepemimpinan biaya melalui efisiensi operasional, secara positif meningkatkan keunggulan bersaing UKM di industri kreatif fesyen Bandung. Strategi ini memungkinkan UKM menawarkan produk berkualitas dengan harga bersaing. Temuan serupa terlihat pada Ramadhania & Fendra (2021), yang mencatat bahwa kombinasi keunggulan biaya dan diferensiasi produk mendorong penjualan industri rotan Adit Furniture di Padang, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan diferensiasi juga menjadi kunci sukses dalam produk-produk spesifik. Iswati (2018) menunjukkan bahwa strategi diferensiasi yang memanfaatkan fitur inovatif, seperti fasilitas revolving pada produk keuangan, mampu mendorong pendapatan. Demikian pula, penelitian Muiz & Sunarta (2018) dan Marlina et al. (2020) menegaskan pentingnya inovasi dalam menciptakan layanan atau produk unik yang dapat meningkatkan daya tarik pasar. Strategi diferensiasi ini sering kali beroperasi bersamaan dengan upaya menurunkan biaya produksi untuk mencapai efisiensi tanpa mengorbankan kualitas, seperti yang

terlihat pada UMKM sepatu di Tangerang Selatan dan industri bordir di Tasikmalaya.

Dalam sektor pendidikan, strategi diferensiasi memberikan hasil unik. Ngaisah et al. (2020) menyoroti bagaimana Sekolah Alam Purwakarta mengintegrasikan program pendidikan yang berbeda, seperti kegiatan outbound dan pengelolaan bank sampah, untuk meningkatkan daya tariknya. Strategi ini tidak hanya menciptakan nilai tambah tetapi juga membangun loyalitas pelanggan. Sementara itu, Aldania & Niswah (2021) menggambarkan bagaimana UMKM yang berpartisipasi dalam program Pahlawan Ekonomi selama pandemi COVID-19 memanfaatkan strategi biaya rendah dan diferensiasi untuk mempertahankan penjualan, menunjukkan bahwa fleksibilitas strategi menjadi penting selama kondisi ekonomi yang tidak stabil. Studi lain menunjukkan peran penting dari pengelolaan biaya dalam mengembangkan keunggulan kompetitif. Ariawan et al. (2020) mencatat bahwa efisiensi biaya dan inovasi adalah kunci keberhasilan UKM Karawo di Gorontalo. Strategi serupa diadopsi oleh perusahaan manufaktur, seperti yang ditemukan Ismail & Bangun (2015), di mana sistem pengendalian manajemen (SPM) membantu memoderasi hubungan antara strategi biaya rendah dan kinerja organisasi. Dalam konteks pasar lokal, Firmansyah et al. (2019) menunjukkan

bahwa kombinasi strategi harga dan diferensiasi produk signifikan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, seperti pada Elzatta Royal Plaza Surabaya.

Strategi-strategi ini juga diperluas ke sektor lain, seperti properti dan kuliner. Purba (2019) mencatat bahwa strategi diferensiasi pada properti residensial di Manado memungkinkan perusahaan untuk bersaing secara efektif meskipun ada tekanan pasar. Di sektor makanan, Khoirunnisa (2019) dan Nikmah & Siswahyudianto (2022) menemukan bahwa kombinasi produk sehat dan inovasi distribusi menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pendekatan ini menekankan bahwa diferensiasi harus relevan dengan kebutuhan pasar sambil menjaga efisiensi biaya untuk tetap kompetitif. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa integrasi strategi keunggulan biaya dan diferensiasi dapat meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis. Namun, seperti yang diungkapkan oleh Wardoyo et al. (2015) dan Ambarwati (2021), efektivitas strategi ini sering kali bergantung pada orientasi kewirausahaan dan komitmen perusahaan terhadap inovasi. Oleh karena itu, penting bagi setiap entitas bisnis untuk secara fleksibel mengadaptasi strategi ini sesuai dengan kondisi pasar dan sumber daya internal yang dimiliki.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis bibliometrik menggunakan network visualization, overlay visualization, dan density visualization dalam VOSviewer memberikan gambaran mendalam mengenai tren penelitian dan strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan

diferensiasi. Melalui network visualization, ditemukan lima kluster utama yang menggambarkan keterkaitan antara orientasi kewirausahaan, kompetisi, strategi diferensiasi, sektor perbankan, serta strategi secara keseluruhan. Overlay visualization memperlihatkan perkembangan temporal penelitian, di mana topik seperti "price" dan "competitive advantage" mendapatkan perhatian lebih besar pada periode 2019-2020. Sementara itu, density visualization menunjukkan kepadatan tinggi pada istilah "strategi," menandakan tema ini sebagai pusat perhatian penelitian. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan pentingnya kombinasi strategi diferensiasi dan keunggulan biaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Hasil penelitian dari 26 literatur terdahulu menunjukkan bahwa integrasi strategi keunggulan biaya dan diferensiasi secara konsisten meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis di berbagai sektor. Strategi diferensiasi yang menekankan inovasi produk dan layanan unik, seperti pada industri kreatif fesyen, rotan, dan produk finansial, secara signifikan meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, keunggulan biaya melalui efisiensi operasional memungkinkan perusahaan menawarkan produk berkualitas dengan harga kompetitif, seperti yang diterapkan pada industri UMKM sepatu, bordir, dan manufaktur.

Dalam sektor pendidikan, diferensiasi program seperti yang dilakukan Sekolah Alam Purwakarta menciptakan nilai tambah dan daya tarik pasar, sementara fleksibilitas strategi selama kondisi ekonomi tidak stabil, seperti pandemi COVID-19, terbukti efektif untuk mempertahankan penjualan. Strategi ini juga relevan di

sektor properti dan kuliner, dengan fokus pada inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar. Keberhasilan penerapan strategi ini bergantung pada orientasi kewirausahaan dan komitmen terhadap inovasi, sehingga penting bagi setiap entitas bisnis untuk menyesuaikan pendekatannya dengan kondisi pasar dan sumber daya internal. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan bibliometrik dengan melibatkan lebih banyak basis data ilmiah untuk mengidentifikasi tren global dalam strategi bisnis terkait keunggulan biaya dan diferensiasi. Selain itu, penggunaan perangkat lunak analisis lain, seperti CiteSpace atau Gephi, dapat memberikan perspektif berbeda dan melengkapi hasil analisis dari VOSviewer. Kajian empiris yang menguji langsung pengaruh kombinasi strategi ini pada berbagai sektor juga diperlukan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai implementasi praktisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E. and Mutiara, I. (2023) 'Penerapan Strategi Generik Porter Untuk Peningkatan Persaingan Bisnis Rich Fried Chicken Di Kota Jambi'. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), pp. 25–35.
- Aisyah, H., Puspita, S. and Elizamiharti, E. (2022) 'Resource-Based View: Strategi Ukm Di Sumatera Barat Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif'. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), pp. 109–120.
- Aji, G. et al. (2023) 'Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo'. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), pp. 49–59.
- Aldania, A. and Niswah, F. (2021) 'Strategi Kompetitif Melalui Program Pahlawan Ekonomi Dalam Pemberdayaan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Padapemerintah Kota Surabaya)'. *Publika*, pp. 137–148.
- Ambarwati, T. (2021) 'Nilai-Nilai Kewirausahaan Dan Komitmen Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Dengan Strategi Bisnis Sebagai Moderasi'. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), pp. 45–56.
- Ariawan. et al. (2017) 'Penerapan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Ukm (Studi Pada Ukm Karawo Di Kota Gorontalo)'. DOI: 10.31219/osf.io/6ey3g.
- Ariodutho, S., Zahron, A.R. and Hendrawan, T.D. (2022) 'Strategi Inovatif Manajemen Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan'. *Masarin*, 1(2), pp. 89–99.
- Bartolini, M., Bottani, E. and Grosse, E.H. (2019) 'Green Warehousing: Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis'. *Journal of Cleaner Production*, 226, pp. 242–258.
- Basuki, N. (2023) 'Mengoptimalkan Modal Manusia: Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Efektif Untuk Pertumbuhan Organisasi Yang Berkelanjutan'. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), pp. 182–192.
- Budihardjo, A. (2017) *Knowledge Management: Efektif Berinovasi Meraih Sukses*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Cooper, C. et al. (2018) 'Defining the Process to Literature Searching in Systematic Reviews: A Literature Review of Guidance and Supporting Studies'. *BMC*

- Medical Research Methodology, 18(1), p. 85. DOI: 10.1186/s12874-018-0545-3.
- Firmansyah, M.A., Mahardhika, B.W. and Susanti, A. (2019) 'Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Hargaterhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya'. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2).
- Hanum, G.K. et al. (2024) 'Kepemimpinan Strategis Dan Kinerja Organisasi: Sebuah Meta-Analisis'. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), pp. 158–166.
- Huang, C. et al. (2020) 'Evolution of Topics in Education Research: A Systematic Review Using Bibliometric Analysis'. *Educational Review*, 72(3), pp. 281–297. DOI: 10.1080/00131911.2019.1566212.
- Ismail, T. and Bangun, N. (2015) 'Hubungan Strategi Dan Kinerja Dengan Penggunaan Sistem Pengendalian Manajemen Sebagai Variabel Moderating'. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), pp. 129–143.
- Iswati, H. (2018) 'Journal Pengaruh Strategi Keunggulan Biaya Dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus: Kta Dana Cinta)'. *Journal of Banking & Management*, 2(2), pp. 49–63.
- Khoirunnisa, A. (2019) 'Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food And Drink")'. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), pp. 275–291.
- Kuncoro, W. and Suriani, W.O. (2018) 'Achieving Sustainable Competitive Advantage through Product Innovation and Market Driving'. *Asia Pacific Management Review*, 23(3), pp. 186–192.
- Kurniawan, A. et al. (2024) 'Optimalisasi Biaya Produksi Melalui Analisis Break-Even Point Dan Pengendalian Variabel Biaya'. *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), pp. 350–355.
- Lukiastuti, F. and Pantawis, S. (2019) 'Peran Strategi Operasi Terhadap Pengembangan Daya Saing UKM Bandeng Presto Di Tambakrejo Semarang'. In *Seminar Nasional Sains & Entrepreneurship*.
- Marlina, L., Rahayu, A. and Wibowo, L.A. (2020) 'Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya'. *Jurnal Co Management*, 3(1), pp. 423–432.
- Maryani, L. and Chaniago, H. (2019) 'Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion'. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), p. 48.
- De Massis, A. et al. (2018).
- Mehralian, G. et al. (2017) 'TQM and Organizational Performance Using the Balanced Scorecard Approach'. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(1), pp. 111–125.
- Merliana, V. and Arismutia, S.A. (2018) 'Pengaruh Strategi Biaya Rendah, Diferensiasi Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan UKM'. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(3), pp. 1–15.
- Muiz, E. and Sunarta, S. (2018) 'Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan'. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 8(1), pp. 26–39.

- Muthmainnah, H. and Triyanto, A. (2024) 'Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya)'. *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Nabila, A. and Anandya, A. (2022) 'Studi Tentang Implementasi Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan'. *Jurnal Riset Akuntansi*, pp. 54–62.
- Neno, M.S., Dhae, Y.K. and Aman, D.K.T. (2023) 'Analisis Strategi Bisnis Umkm Tenun Ikat (Studi Kasus Pada UMKM Tenun Ikat Di Kota Kupang)'. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(01), pp. 72–88.
- Ngaisah, R., Nurhayati, R. and Nurbaeti, A. (2020) 'Analisis Penerapan Strategi Harga Dan Diferensiasi Produk Dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta'. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 4(1), pp. 11–21.
- Nikmah, M. and Siswahyudianto, S. (2022) 'Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek'. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), pp. 66–82.
- Page, M.J. et al. (2021) 'The PRISMA 2020 Statement: An Updated Guideline for Reporting Systematic Reviews'. *BMJ*, p. n71. DOI: 10.1136/bmj.n71.
- Pasaribu, R.D., Pertiwi, A.N. and Sugiharto, Z.I. (2022) 'Strategi Bisnis Dan Program Fungsional Pada Usaha Roti Dengan Pendekatan Analisis Dan Matriks SWOT'. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), pp. 1450–1465.
- Purba, A.S. (2019) 'Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Bisnis Properti Residensial (Rumah Tinggal) Di Kota Manado'. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(4).
- Ramadhania, R. and Fendra, Y. (2021) 'Analisis Pengaruh Keunggulan Biaya Dan Diferensiasi Produk Terhadap Penjualan Industri Rotan Adit Furniture Pitameh Kota Padang'. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), pp. 110–116.
- Restiyanti, M. (2016) 'Strategi Periklanan Dalam Promosi Program Bollystar Vaganza Di ANTV'. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 15(2), pp. 132–160.
- Sekar, P. (2023) 'Analisis Strategi Bisnis Unit (SBU)'. *Jurnal PUSDANSI*, 2(6).
- Septiani, S. and Seviawani, P. (2024) 'Penggunaan Big Data Untuk Personalisasi Layanan Dalam Bisnis E-Commerce'. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(1), pp. 51–57.
- Sudiantini, D. et al. (2023) 'Teknik Pemasaran Gojek Dalam Menghadapi Kompetitor Online'. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 1(10), pp. 1–10.
- Tampi, N.H.R. (2016) '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).

- Wahyudi, W. et al. (2024) Buku Ajar Manajemen Pemasaran. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wardoyo, P., Rusdianti, E. and Purwantini, S. (2015) 'Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha Dan Kinerja Bisnis UMKM Di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang'. In *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage*.
- Wibowo, S.S.A., Handayani, Y. and Lestari, A.R. (2017) 'Strategi Bersaing Perusahaan Dan Kinerja Perusahaan'. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), pp. 143–151.
- Wulandari, E. and 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), pp. 69–77.
- Yuvira, I.A., Siregar, M.Y. and Sabrina, H. (2021) 'Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu Di Medan Sumatera Utara'. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 2(1), pp. 81–85.