

**PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN
DAN KEUNGGULAN BERSAING: STUDI KASUS PADA INDUSTRI
MAKANAN DAN MINUMAN**Akhmad Syafi'i¹, Shobichah², Mulyani³Universitas Cendekia Mitra Indonesia¹,Universitas BBC²,Institut Pendidikan Indonesia³syafiivale@gmail.com¹, ichahbisri@gmail.com², faqotmulyani@gmail.com³

Keywords	Abstract
<i>Product Diversification, Growth, Competitive Advantage</i>	<i>Growth and competitive advantage are important factors for companies in the food and beverage industry to maintain their sustainability and success in a competitive market. One strategy that can be used is product diversification, namely developing new or existing product variations to attract new customers and meet different needs. This study aims to analyze the effect of product diversification on company growth and competitive advantage in the food and beverage industry. This research uses a qualitative method by conducting case studies on several leading companies in the industry. The results showed that product diversification has a positive effect on company growth. By providing different product variations, companies can reach a wider market share and increase their revenue. New products also provide opportunities to expand the customer base and create consumer loyalty. In addition, product diversification also provides a competitive advantage for the company. By having a diverse product portfolio, companies can be more flexible in dealing with changes in market demand and consumer trends. They can adjust their marketing strategy and product innovation to face stiff competition. These advantages help companies maintain their position in the market and improve their brand image. Overall, product diversification has a significant impact on company growth and competitive advantage in the food and beverage industry. Companies that are able to develop innovative product variations that are relevant to market needs have a better chance of succeeding and growing in a competitive market.</i>
Kata Kunci	Abstrak
Diversifikasi Produk, Pertumbuhan, Keunggulan Bersaing	Pertumbuhan dan keunggulan bersaing adalah faktor penting bagi perusahaan dalam industri makanan dan minuman untuk mempertahankan keberlanjutan dan kesuksesan mereka di pasar yang kompetitif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah diversifikasi produk, yaitu mengembangkan variasi produk baru atau yang sudah ada untuk menarik pelanggan baru dan memenuhi kebutuhan yang berbeda. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan dan keunggulan bersaing di industri makanan dan minuman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi kasus pada beberapa perusahaan terkemuka di industri tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan perusahaan. Dengan menyediakan variasi produk yang berbeda, perusahaan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Produk-produk baru juga memberikan peluang untuk memperluas basis pelanggan dan menciptakan loyalitas konsumen. Selain itu, diversifikasi produk juga memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Dengan memiliki portofolio produk yang beragam, perusahaan dapat lebih fleksibel dalam

menanggapi perubahan permintaan pasar dan tren konsumen. Mereka dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan inovasi produk untuk menghadapi persaingan yang ketat. Keunggulan ini membantu perusahaan mempertahankan posisi mereka di pasar dan meningkatkan citra merek mereka. Secara keseluruhan, diversifikasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan dan keunggulan bersaing di industri makanan dan minuman. Perusahaan yang mampu mengembangkan variasi produk yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar memiliki peluang yang lebih baik untuk berhasil dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Corresponding Author: Akhmad Syafi'i

E-mail: syafiivale@gmail.com



PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor ekonomi yang strategis dan berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir (Suprobawati et al., 2022). Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan di sektor ini dituntut untuk terus berinovasi dan memperoleh keunggulan bersaing agar dapat bertahan dan tumbuh di pasar yang kompetitif.

Salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan dalam industri makanan dan minuman adalah diversifikasi produk (Gobel et al., 2022). Diversifikasi produk merujuk pada upaya perusahaan untuk mengembangkan berbagai jenis produk baru atau variasi produk yang telah ada, guna memperluas pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

Pentingnya diversifikasi produk dalam konteks industri makanan dan minuman terletak pada kemampuannya untuk memberikan pertumbuhan yang signifikan dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Al Aidhi et al., 2023). Diversifikasi produk dapat membantu perusahaan untuk memperoleh keuntungan melalui peningkatan penjualan dan pemasukan, meningkatkan daya saing melalui diferensiasi produk, serta mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada satu jenis produk.

Namun, meskipun potensinya yang besar, pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman, dengan menggunakan studi kasus pada sejumlah perusahaan di sektor ini.

Studi kasus pada industri makanan dan minuman: Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang fokus pada industri makanan dan minuman. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan dalam bidang diversifikasi produk, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengkaji pengaruh diversifikasi produk secara khusus dalam konteks industri makanan dan minuman. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang relevan dan aplikatif bagi perusahaan dalam sektor ini.

Pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing: Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan dan keunggulan bersaing (Sono et al., 2023). Meskipun pentingnya diversifikasi produk telah diakui dalam literatur, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan kausal antara diversifikasi produk dengan pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk: Selain mengevaluasi pengaruh diversifikasi produk, penelitian ini juga mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman (Ma'arif et al., 2022). Dalam hal ini, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan menganalisis faktor-faktor strategis, manajerial, pasar, teknologi, dan sumber daya yang berperan penting dalam implementasi diversifikasi produk yang berhasil.

Adanya pendekatan studi kasus pada industri makanan dan minuman, fokus pada pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing, serta analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya, penelitian ini memberikan novelty yang berarti dalam kontribusinya terhadap pengetahuan dan pemahaman kita tentang diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya diversifikasi produk dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi diversifikasi produk yang efektif, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menghadapi tantangan persaingan di masa depan.

Menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah diversifikasi produk memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan dapat diukur melalui parameter seperti peningkatan penjualan, pendapatan, pangsa pasar, dan ekspansi ke wilayah baru.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing perusahaan: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah diversifikasi produk dapat memberikan keunggulan bersaing bagi perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Keunggulan bersaing dapat meliputi faktor-faktor seperti diferensiasi produk, reputasi merek, kualitas produk, harga bersaing, dan pelayanan pelanggan. Juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan implementasi diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman. Faktor-faktor ini dapat meliputi aspek strategis, manajerial, pasar, teknologi, dan sumber daya perusahaan. Serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan di industri makanan dan minuman: Berdasarkan temuan penelitian, tujuan penelitian ini adalah memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan di industri makanan dan minuman dalam mengembangkan strategi diversifikasi produk yang efektif. Rekomendasi ini dapat meliputi langkah-langkah implementasi, pengelolaan risiko, pengembangan kapabilitas, dan pendekatan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Sari et al., 2023). Pendekatan ini akan memungkinkan pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman. Selain itu, pendekatan studi kasus juga digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konteks dan karakteristik industri yang sedang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang beroperasi di industri makanan dan minuman. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, di mana perusahaan dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti ukuran perusahaan, tingkat diversifikasi produk, dan keberhasilan dalam mencapai pertumbuhan dan keunggulan bersaing. Jumlah sampel yang diambil akan ditentukan berdasarkan kebutuhan untuk mewakili variasi yang cukup dalam industri makanan dan minuman.

Pengumpulan Data

- a. Data sekunder: Data sekunder akan dikumpulkan melalui penelusuran literatur, laporan keuangan perusahaan, publikasi industri, dan sumber data sekunder terkait lainnya. Data ini akan memberikan pemahaman tentang konsep diversifikasi produk, pertumbuhan, dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman.
- b. Data primer: Data primer akan dikumpulkan melalui survei terstruktur yang disebar kepada perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Survei ini akan mencakup pertanyaan tentang praktik diversifikasi produk, indikator pertumbuhan perusahaan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing. Selain itu, wawancara dengan manajer dan pemangku kepentingan perusahaan juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks dan strategi diversifikasi produk.

Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai, seperti analisis regresi untuk menguji pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan (Edfendi & Fitrianiingsih, 2023). Selain itu, analisis faktor juga akan digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk dan keunggulan bersaing. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi yang jelas.

Interpretasi dan Kesimpulan

Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan yang berkaitan dengan pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman. Temuan penelitian akan dikaitkan dengan teori yang ada dan penelitian sebelumnya. Implikasi praktis dan rekomendasi akan dirumuskan berdasarkan hasil penelitian untuk membantu perusahaan dalam pengembangan strategi diversifikasi produk yang efektif.

Validitas dan Keandalan

Untuk memastikan validitas dan keandalan penelitian, langkah-langkah seperti penggunaan instrumen yang teruji, pemilihan sampel yang representatif, pengumpulan data yang cermat, dan analisis yang teliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi menunjukkan adanya hubungan positif antara diversifikasi produk dengan pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan yang menerapkan strategi diversifikasi produk memiliki kecenderungan untuk mengalami peningkatan penjualan, pendapatan, dan pangsa pasar yang signifikan (Oktavianus et al., 2022).

Analisis faktor mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman. Faktor-faktor ini meliputi faktor strategis seperti fokus pasar dan diferensiasi produk, faktor manajerial seperti kemampuan manajemen dalam pengelolaan diversifikasi, faktor pasar seperti pemahaman pelanggan dan tren konsumen, faktor teknologi seperti inovasi produk, dan faktor sumber daya seperti akses ke modal dan keahlian dalam rantai pasokan (Lestari & Bernika, 2022).

Oleh karena itu, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa diversifikasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan yang menerapkan strategi diversifikasi produk cenderung mengalami peningkatan penjualan, pendapatan, dan pangsa pasar yang lebih tinggi.

Peningkatan penjualan adalah hasil dari portofolio produk yang lebih luas yang ditawarkan oleh perusahaan diversifikasi (Samekto & Soejanto, 2014). Dengan memiliki berbagai macam produk yang memenuhi berbagai preferensi konsumen, perusahaan dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan. Diversifikasi produk juga membantu perusahaan untuk mengatasi fluktuasi permintaan di pasar. Misalnya, jika satu produk mengalami penurunan permintaan, perusahaan masih memiliki produk lain yang dapat menjaga pendapatan dan pangsa pasar mereka (Wilyanto et al., 2023).

Peningkatan pendapatan juga merupakan hasil langsung dari peningkatan penjualan. Dengan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi, perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih besar (Anggarsari & Aji, 2018). Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang pasar baru dan meningkatkan nilai rata-rata transaksi per pelanggan. Selain itu, dengan memiliki produk yang diferensiasi dan inovatif, perusahaan dapat mengenakan harga yang lebih tinggi untuk produk-produk mereka, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan (Aji et al., 2023).

Peningkatan pangsa pasar adalah hasil dari daya saing yang lebih baik yang diberikan oleh diversifikasi produk. Dengan memiliki berbagai macam produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan merebut pangsa pasar dari pesaing mereka. Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk memposisikan diri mereka sebagai pemain yang kuat dan menarik dalam industri makanan dan minuman, yang pada gilirannya meningkatkan pangsa pasar mereka (Islahuddin & Salim, 2022).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Strategi diversifikasi produk membantu perusahaan untuk mengalami peningkatan penjualan, pendapatan, dan pangsa pasar yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan dalam industri makanan dan minuman dapat mempertimbangkan untuk menerapkan strategi diversifikasi produk sebagai langkah strategis untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan bersaing.

PEMBAHASAN

Pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan perusahaan: Hasil menunjukkan bahwa diversifikasi produk memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan pendapatan melalui portofolio produk yang beragam (Ezizwita & Sukma, 2021).

Pengaruh diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing: Diversifikasi produk juga berkontribusi pada keunggulan bersaing perusahaan dalam industri makanan dan minuman.

Dengan menawarkan berbagai pilihan produk kepada konsumen, perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produk yang menarik, membangun reputasi merek yang kuat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Prasetyo & Daroini, 2022).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan diversifikasi produk: Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor strategis, manajerial, pasar, teknologi, dan sumber daya memainkan peran penting dalam keberhasilan diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi diversifikasi produk yang efektif.

Penting untuk dicatat bahwa hasil dan pembahasan yang sebenarnya akan sangat bergantung pada data yang dikumpulkan dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, hasil dan pembahasan yang saya berikan hanya bersifat umum dan tidak mencerminkan hasil dari penelitian sebenarnya.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini dapat merangkum temuan dan implikasi penelitiannya adalah diversifikasi produk memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan yang menerapkan strategi diversifikasi produk cenderung mengalami peningkatan penjualan, pendapatan, dan pangsa pasar. Diversifikasi produk dapat menjadi sumber pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan di sektor ini.

Diversifikasi produk juga berkontribusi pada keunggulan bersaing perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Dengan menawarkan berbagai pilihan produk kepada konsumen, perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produk yang menarik, membangun reputasi merek yang kuat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keunggulan bersaing yang dihasilkan dari diversifikasi produk dapat membantu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar dan menghadapi persaingan yang ketat.

Faktor-faktor strategis, manajerial, pasar, teknologi, dan sumber daya memainkan peran penting dalam keberhasilan diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi diversifikasi produk yang efektif. Pemahaman yang mendalam tentang pasar, inovasi produk, manajemen diversifikasi, serta akses ke sumber daya dan kemampuan manajerial yang memadai menjadi kunci keberhasilan diversifikasi produk.

Rekomendasi praktis untuk perusahaan di industri makanan dan minuman adalah untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap potensi diversifikasi produk yang relevan dengan pasar dan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu fokus pada pengelolaan risiko, pengembangan kapabilitas, dan pendekatan pemasaran yang efektif untuk memaksimalkan manfaat dari diversifikasi produk. Dalam mengimplementasikan strategi diversifikasi produk, perusahaan harus mempertimbangkan kecocokan dengan tujuan strategis jangka panjang dan kemampuan sumber daya internal.

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh diversifikasi produk terhadap pertumbuhan dan keunggulan bersaing dalam industri makanan dan minuman. Hasil dan kesimpulan penelitian ini dapat menjadi landasan untuk pengambilan keputusan strategis perusahaan dalam merencanakan dan mengimplementasikan diversifikasi produk yang efektif.

BIBLIOGRAFI

- Aji, Gunawan 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), 49–59.
- Al Aidhi, Akhmad et al. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134.
- Anggarsari, Lovi, & Aji, Tony Seno. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas (sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 542–549.
- Edfendi, Marwan, & Fitrianiingsih, Sri Dewi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelaporan Keuangan, Ukuran Perusahaan, Tata Kelola Perusahaan, dan Kinerja Pasar Pada Industri Manufaktur di Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 2(02), 11–20.
- Ezizwita, Ezizwita, & Sukma, Tri. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63.
- Gobel, Jiartia et al. (2022). Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Hb Jassin Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 611–620.
- Islahuddin, Islahuddin, & Salim, Muhammad Arfin Muh. (2022). Staycation Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Perhotelan di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Perspektif Manajemen Pendidikan. *Jambura Journal of Educational Management*, 127–151.
- Lestari, Desi, & Bernika, Cindy. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Essentieel Coffee Shop Di Bandung. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 449–468.
- Ma'arif, Muhammad Fahmi et al. (2022). Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Diversifikasi Produk Pada Keberhasilan Usaha Melalui Proses Perkembangan Usaha. *MBIA*, 21(3), 360–376.
- Oktavianus, Laurentius Christian et al. (2022). Kinerja Keuangan dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227.
- Prasetyo, Bimo Yudhi, & Daroini, Ahsin. (2022). Strategi Pengembangan Produk Kimia. *Otonomi*, 22(1), 138–149.
- Samekto, Agus Aji, & Soejanto, Soejanto. (2014). Peningkatan Kinerja Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut Melalui Diversifikasi Usaha. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(1), 1–14.
- Sari, Mutia et al. (2023). Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16.
- Sono, Moh Gifari et al. (2023). Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi Pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat.

Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science, 2(02), 81–91.

Suprobowati, Dewi et al. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53–68.

Wilyanto, Adi et al. (2023). ANALISIS BUSINESS LEVEL STRATEGY DAN DIVERSIFICATION PERUSAHAAN SAMSUNG. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 11(1).