



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i2>

Received: 17 April 2024, Revised: 21 April 2024, Publish: 23 April 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Strategi Inovasi Produk, Aliansi Strategis, dan Diversifikasi Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Theresia Naomi Putri<sup>1</sup>, Hapzi Ali<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: [therenmptr@gmail.com](mailto:therenmptr@gmail.com)

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: [hapzi.ali@gmail.com](mailto:hapzi.ali@gmail.com)

Corresponding author: Theresia Naomi Putri<sup>1</sup>

**Abstrak:** Pengaruh strategi inovasi produk, aliansi strategis dan diversifikasi portofolio terhadap peningkatan kinerja perusahaan adalah penelitian yang melihat literatur ilmiah terkait ilmu ekonomi. Mengembangkan hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut adalah tujuan artikel ini. Cari bahan penelitian di Google Cendekia, Mendeley, perpustakaan online, dan situs akademik lainnya. Jurnal elektronik akses terbuka dan e-book adalah sumber metodologi penelitian yang digunakan di perpustakaan penelitian. analisis deskriptif dengan kecenderungan kualitatif. Hasil dari artikel ini: Ada tiga cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya: 1) melalui strategi inovasi produk; 2) melalui aliansi strategis; dan 3) melalui diversifikasi portofolio.

**Kata Kunci:** peningkatan kinerja perusahaan, strategi inovasi produk, aliansi strategis, diversifikasi portofolio

**Abstract:** The effect of product innovation strategies, strategic alliances and portfolio diversification to improve company is a research looking at economics-related scientific literature. Developing a hypothesis of influence between variables for use in further study is the aim of this article. Look up research materials on Google Scholar, Mendeley, online libraries, and other academic websites. Open access electronic journals and e-books are the sources of the research methodology employed in the research library. descriptive analysis with a qualitative bent. The article's outcomes: There are three ways that a firm can improve its performance: 1) through product innovation strategy; 2) through strategic alliances; and 3) through portfolio diversification.

**Keyword:** increasing company performance, product innovation strategy, partnership strategy, portfolio diversification.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah.

Dalam lingkungan pasar global yang dinamis saat ini, yang ditandai dengan globalisasi, inovasi produk menjadi semakin penting bagi bisnis yang ingin mendapatkan keunggulan kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki konsep inovasi produk dalam kerangka pemasaran global, dengan penekanan khusus pada strategi dan eksekusi. Inovasi produk sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam perekonomian global yang semakin kompleks, selain untuk memenuhi harapan konsumen.

Bisnis harus terus meningkatkan standar inovasi jika mereka ingin menarik perhatian pelanggan saat membuat pilihan produk. Kemampuan perusahaan untuk berinovasi sangat penting bagi keberadaannya untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Inovasi produk memungkinkan untuk memberikan pelanggan berbagai pilihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Iskandar, 2018).

Untuk membuat konsumen tetap tertarik dan mencegah mereka menjadi kecewa dengan produk yang ada saat ini, setiap bisnis harus melakukan inovasi pada setiap produknya. Pengembangan Produk Baru (NPD) adalah istilah lain untuk inovasi. Dalam konteks ini, "produk baru" mengacu pada barang yang unik, seperti yang diciptakan, dimodifikasi, atau diciptakan oleh bisnis di bawah merek baru melalui inisiatif penelitian dan pengembangan internal. Proses pengembangan produk baru (NPD) merupakan metodologi metodologis yang diawali dengan penemuan dan penilaian prospek prospektif produk baru yang selaras dengan tujuan suatu perusahaan. Dengan demikian, inovasi mencakup lebih dari sekadar konsep, kreasi, atau kemajuan baru di pasar, tetapi juga menggabungkan setiap fase dari prosedur tersebut

Sebuah perusahaan akan merasa senang jika dapat berkembang cukup cepat untuk memasuki pasar global. Karena ada lebih banyak bisnis yang bekerja di industri yang sebanding, ada lebih banyak persaingan di dunia bisnis, terutama di dalam industri yang sama. Untuk bersaing di pasar yang sangat ketat saat ini, setiap bisnis perlu menilai rencana pemasarannya secara menyeluruh. Menganalisis rencana pemasaran adalah tugas penting bagi setiap bisnis yang ingin meningkatkan penjualan dan memaksimalkan profitabilitas. Saat menilai rencana pemasarannya, sebuah organisasi harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Bisnis harus memiliki pemahaman yang jelas tentang kekuatan dan kekurangan internalnya. Mengenai faktor eksternal, sangat penting bagi bisnis untuk memahami keadaan lingkungan eksternalnya, yang meliputi persaingan pasar dan perilaku konsumen (Rachbini, 2016).

Dari uraian latar belakang maka tujuan penulisan artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk merumuskan:

- 1) Pengaruh Strategi Inovasi Produk terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan
- 2) Pengaruh Aliansi Strategis terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan; dan
- 3) Pengaruh Diversifikasi Portofolio terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan

## METODE

Pendekatan Library Research dan Systematic Literature Review (SLR) yang bersumber dari Mendeley, Google Scholar, dan sumber akademik online lainnya merupakan teknik yang digunakan dalam penulisan makalah Literature Review. Hal ini diperiksa secara kualitatif.

Proses menemukan, menilai, dan menafsirkan semua bahan studi yang tersedia untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian tertentu dikenal sebagai tinjauan literatur sistematis, atau SLR. (Kitchenham et al., 2009).

Penting untuk menerapkan tinjauan literatur dalam analisis kualitatif dengan cara yang selaras dengan asumsi metodologis. Sifat penelitian yang bersifat eksploratif merupakan salah satu pembenaran untuk melakukan analisis kualitatif. (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

#### Peningkatan Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah ukuran kapasitas perusahaan untuk manajemen dan alokasi sumber daya, maka kinerja merupakan tujuan penting yang harus dikejar oleh setiap organisasi di dunia. Sistem yang efektif untuk mengukur kinerja terdiri dari seperangkat metrik kinerja yang memberikan data yang relevan kepada perusahaan untuk membantu merencanakan, mengelola, dan mengendalikan operasi yang mereka jalankan. Perusahaan diproyeksikan akan mampu bertahan dan mengikuti kemajuan dan persaingan saat ini dengan adanya penilaian kinerja (Cornelius & Ezra, 2007).

Kinerja perusahaan merupakan representasi atas keadaan bisnis secara keseluruhan selama periode waktu tertentu, yang dipengaruhi oleh cara bisnis menggunakan sumber dayanya dalam aktivitas operasional dimilikinya (Srimindarti & Ceacilia, 2004).

Peningkatan kinerja perusahaan memiliki dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada peningkatan kinerja perusahaan dalam hal ini akuntabilitas manajemen serta tanggung jawab karyawan

Peningkatan kinerja perusahaan telah diteliti oleh peneliti antaranya adalah (Rachbini, 2016), (Iskandar, 2018) dan (Rudiawan, 2021).

#### Strategi Inovasi Produk

Strategi untuk inovasi produk akan meminimalkan hambatan dalam persaingan dan memaksimalkan keunggulan kompetitif. Setiap perusahaan yang ingin sukses di pasar yang kompetitif dan mengungguli para pesaingnya harus mengandalkan taktik penjual, yaitu dalam hal inovasi produk, di samping kualitas produk saat memasarkan kepada konsumen (Wheelen et al., 2010).

Strategi untuk daya cipta sebuah produk kondisi umum suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu, yang dipengaruhi oleh cara perusahaan menggunakan sumber dayanya untuk operasi sehari-hari bahwa inovasi produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Kotler & Armstrong, 2016).

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada strategi inovasi produk adalah tambahan pada lini produk yang suda ada, harga, kualitas serta *time to market*.

Strategi inovasi produk ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Hasnatika & Nurnida, 2019),(Ernawati et al., 2022) dan (Darma et al., 2022).

#### Aliansi Strategis

Aliansi strategi 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).

Secara umum, hubungan sukarela jangka pendek atau jangka panjang antara organisasi atau perusahaan yang menangani satu atau lebih bidang kegiatan disebut sebagai aliansi strategis. pertukaran teknologi, memasuki pasar, atau perolehan keterampilan, di mana kedua belah pihak menggunakan mekanisme kontrak (seperti perjanjian outsourcing, perjanjian manufaktur bersama, atau lisensi) untuk mengendalikan perilaku mereka di masa depan (Handika, 2020).

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada aliansi strategis adalah penyebaran pengetahuan serta memanfaatkan informasi penting terhadap perusahaan lain

Aliansi Strategis ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Khouroh et al., 2019), (Ikhwan et al., 2022), dan (Herianti & Kusumawardhani, 2023).

### Diversifikasi Portofolio

Diversifikasi portofolio sedemikian rupa sehingga dapat menurunkan risiko portofolio tanpa mengurangi pendapatan yang dihasilkan dikenal sebagai keragaman portofolio. Inilah yang ingin dicapai oleh investor. Beberapa investor mendiversifikasi portofolionya dengan memasukkan berbagai investasi dari semua kelas aset utama, termasuk obligasi, ekuitas, dan real estat (Damayanti & Manurung, 2022).

Di dunia keuangan, diversifikasi portofolio adalah taktik terkenal yang digunakan untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan hasil investasi. Karena portofolionya, pendekatan ini sering disebut sebagai satu-satunya “makan siang gratis” yang tersedia bagi investor. Portofolio yang terdiversifikasi dengan baik dapat menurunkan risiko secara keseluruhan tanpa mengurangi keuntungan yang diantisipasi (Flint et al., 2017).

Diversifikasi portofolio ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Setiawan et al., 2023), (Liestyowati et al., 2023), dan (Supriyanti, 2012).

### Review Artikel Relevan

Tinjauan literatur terkait untuk menginformasikan pengembangan hipotesis penelitian, justifikasi temuan sebelumnya, dan penjelasan persamaan dan perbedaan antara rencana penelitian dan penelitian terkait sebelumnya, seperti terlihat pada Tabel 1 di bawah.

**Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan**

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Rita, 2010)	Pengaruh strategi inovasi berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan	Strategi inovasi produk berpegaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Pengaruh strategi berpegaruh terhadap kinerja operasional perusahaan	H1
2	(Nasir, 2017)	Inovasi Produk berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan	Strategi inovasi produk berpegaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Pengaruh inovasi produk berpegaruh terhadap kinerja perusahaan	H1
3	(Winata, 2013)	Analisa pengaruh aliansi strategis dan keunggulan bersaing berpegaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan	Aliansi strategis berpegaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Analisa pengaruh aliansi berpegaruh terhadap kinerja perusahaan	H2
4	(Handika, 2020)	Aliansi strategis dan kinerja perusahaan: perspektif teori institusional berpegaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Aliansi strategis berpegaruh terhadap peningkatan perusahaan	Alinasi strategis berpegaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	H2
5	(Prastiwi & Anik, 2020)	Diversifikasi kredit, monitoring dan kinerja perbankan berpegaruh	Diversifikasi portofolio berpegaruh	Diversifikasi portofolio kredit berpegaruh	H3

		positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan	terhadap peningkatan kinerja perusahaan	terhadap peningkatan kinerja perbankan	
6	(Sianipar, 2015)	Pengaruh Diversifikasi pendapatan terhadap kinerja bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Diversifikasi portofolio berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	Diversifikasi pendapat berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan	H3

**Pembahasan**

Pembahasan artikel tinjauan pustaka ini didasarkan pada kajian teoritis dan mencakup tinjauan makalah terkait, analisis hubungan antar variabel, dan pengembangan rencana kajian pemikiran konseptual:

Pembahasan artikel ini didasarkan pada temuan penelitian dan mencakup tinjauan literatur terkait, analisis hubungan antar variabel, dan pengembangan rencana penelitian konseptual:

**Pengaruh Strategis Inovasi Produk terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan.**

Strategi inovasi produk adalah meminimalkan hambatan dalam persaingan dan memaksimalkan keunggulan kompetitif. Setiap perusahaan yang ingin sukses di pasar yang kompetitif dan mengungguli para pesaingnya harus mengandalkan taktik penjual, yaitu dalam hal inovasi produk, di samping kualitas produk saat memasarkan kepada konsumen

Prinsip-prinsip atau konsep strategi inovasi produk adalah menyajikan produk dan layanan baru atau layanan yang ditingkatkan dalam hal fungsionalitas dan fitur. Memanfaatkan komponen, prosedur, dan teknologi modular untuk mengembangkan serangkaian barang dan jasa baru dan untuk membangun keunggulan kompetitif berdasarkan mitra dan klien yang sudah mapan. Memperkenalkan serangkaian produk barang, jasa, dan data yang dirancang untuk mengatasi semua masalah yang pada akhirnya dihadapi pelanggan.

Strategi inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan, jika strategi inovasi produk persepsi yang positif akan menyebabkan peningkatan kinerja perusahaan, begitu pula sebaliknya. Variabel berikut mempengaruhi strategi inovasi produk: suatu inovasi harus lebih unggul dari inovasi sebelumnya dan menawarkan nilai. Inovasi selalu berharga karena orisinalitas yang melekat yang membedakannya dari pesaing.

Manajemen harus memperhatikan struktur organisasi dimana personel harus mampu melaksanakan kerja transformatif jika ingin meningkatkan kinerja perusahaan dengan memperhatikan taktik inovasi produk. Hal ini berupaya untuk memberikan dampak pada inovasi produk guna meningkatkan kinerja bisnis.

Strategi inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Rachbini, 2016), (Rudiawan, 2021), dan (Hasnatika & Nurnida, 2019).

**Pengaruh Aliansi Strategis terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan.**

Aliansi strategi 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.

Prinsip-prinsip atau konsep aliansi strategis adalah perusahaan umumnya bertindak baik terhadap satu sama lain dengan berbagi biaya, risiko, dan imbalan. Alasannya didasarkan pada

taktik mendasar dalam memanfaatkan kekuatan dan kelemahan bisnis dalam hal pembayaran dengan menggabungkan keuntungan dari mitranya. Hasilnya, setiap anggota aliansi membantu membangun satu atau lebih strategi bisnis penting yang selaras. Oleh karena itu, semua pihak menginginkan suatu k apapun jenis dan luasnya tindakan yang dilakukan.

Aliansi Strategis berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan, jika aliansi strategis persepsi yang positif akan mengiringi peningkatan kinerja perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hal ini masuk akal karena produksi pengetahuan melalui hubungan strategis merupakan sarana untuk mendorong inovasi. Peningkatan kinerja perusahaan dapat dicapai dengan cara ini.

Hal yang berpengaruh terhadap aliansi strategis adalah (1) Karena perusahaan sekutu mempunyai pola yang saling melengkapi (kualitas yang saling melengkapi); (2) Karena perusahaan sekutu mempunyai status serupa; (3) Karena adanya modal sosial; (4) Karena pemasok dan pembeli saling bergantung satu sama lain; (5) Karena waktu yang akan datang berkurang; dan (6) Karena jaringan organisasi. Sedangkan variabel yang menghambat proses komunikasi antara lain variasi budaya organisasi, sifat diam-diam, kekhususan, kompleksitas, dan pengalaman.

Aliansi strategis berperan terhadap peningkatan kinerja perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Khourouh et al., 2019), (Kohtamäki et al., 2018), (Handika, 2020), dan (Ikhwan et al., 2022).

### **Pengaruh Diversifikasi Portofolio terhadap Diversifikasi Portofolio.**

Diversifikasi Portofolio adalah proses mendiversifikasi portofolio untuk menurunkan risiko portofolio tanpa menurunkan imbal hasil. Investor berharap dapat mencapai hal ini. Beberapa investor menggunakan berbagai investasi dari semua kelas aset utama, seperti obligasi, saham, dan real estat, untuk mendiversifikasi portofolionya.

Prinsip-prinsip atau konsep diversifikasi portofolio adalah gagasan untuk mendiversifikasi portofolio sambil menurunkan risiko berhasil dengan baik karena melibatkan penambahan aset. Identy adalah untuk secara bertahap meningkatkan variasi sekuritas dalam portofolio, yang akan mengurangi risiko secara signifikan.

Diversifikasi portofolio berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan, jika diversifikasi portofolio persepsi positif akan menimbulkan persepsi positif terhadap kinerja perusahaan yang meningkat, begitu pula sebaliknya. Ini tampaknya masuk akal mengingat hal itu itu melalui tahapan diversifikasi portofolio yang mengurangi manajemen resiko dari perusahaan. Dengan demikian terjadinya peningkatan kinerja perusahaan secara universal.

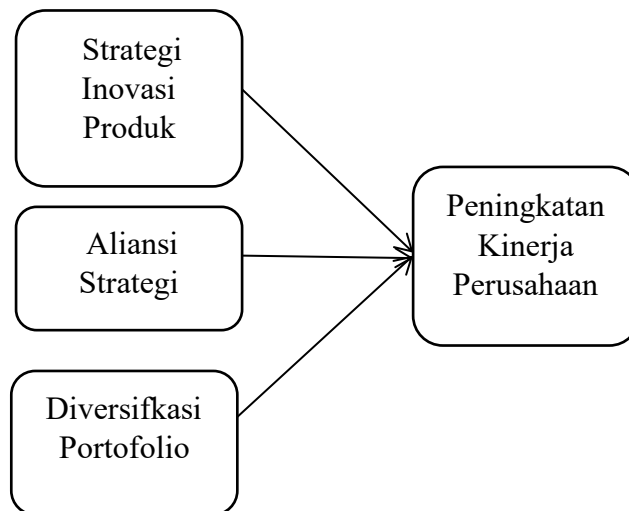
Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja perusahaan adalah dua cara diversifikasi dapat berdampak pada risiko perusahaan sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan. Pertama, risiko perusahaan akan turun secara proporsional berbanding terbalik dengan jumlah saham yang ada dalam portofolio, dengan syarat setiap saham dalam portofolio memiliki bobot yang sama. Kedua, jika portofolio dirangkai dari daftar perusahaan yang disusun dalam urutan beta, risiko.

Karena mengakuisisi saham dengan beta yang lebih rendah akan mengakibatkan turunnya nilai rata-rata risiko perusahaan, maka korporasi cenderung mengalami penurunan.

Diversifikasi portofolio berperan terhadap peningkatan kinerja perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Sianipar, 2015), (Febriyanto, 2018), (Setiawan et al., 2023).

### **Kerangka konseptual Penelitian**

Gambar 1 di bawah mengilustrasikan kerangka konseptual yang telah dibangun untuk artikel ini berdasarkan rumusan masalah, perdebatan yang terjadi, dan penelitian terkait.



**Gambar 1: Rerangka Konseptual**

Berdasarkan gambar rerangka konseptual di atas, maka terdapat pengaruh antara Strategi Inovasi Produk, Aliansi Strategis, Diversifikasi Portofolio terhadap peningkatan kinerja perusahaan Selain dari tiga variabel exogen yang mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan secara nasional ataupun internasional.

### **KESIMPULAN**

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

- 1) Strategi Inovasi Produk berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan
- 2) Aliansi Strategis berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan dan
- 3) Diverfikasi Portofolio berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan

### **REFERENSI**

Cornelius, & Ezra, E. (2007). *Hubungan Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan Dengan Kinerja Perusahaan*. Program Sarjana Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Damayanti, A., & Manurung, S. D. (2022). Strategi Perusahaan: Diversifikasi dan Perusahaan Bisnis. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 3421–3431.

Darma, D. A., Abdussamad, Z., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).

Ernawati, Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). PENGEMBANGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM MELALUI STRATEGI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2).

Febriyanto. (2018). KEPUTUSAN DIVERSIFIKASI PORTOFOLIO INVESTASI DI ERA MEA. *Urnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 1(2).

Flint, Seymour, & Chikurunhe. (2017). Defining and measuring portfolio diversification. *South African Actuarial Journal*, 20(1), 17–48.

Handika, R. F. (2020). Aliansi Strategis dan Kinerja Perusahaan: Perspektif Teori Institusional. *Urnal Manajemen Strategi Dan Simulasi Bisnis (JMASSBI)*, 1(2).

- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1–9. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i3.1252>
- Herianti, A., & Kusumawardhani, A. (2023). MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ALIANSI STRATEGIS DAN INOVASI PRODUK SEHINGGA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN : STUDI PADA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(2).
- Ikhwan, K., Lionora, C. A., Novitaningtyas, I., & Rahardjo, B. (2022). Keunggulan Bersaing, Aliansi Strategis, dan Manajemen Pengetahuan: Sebuah Kerangka Konseptual. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 9(1), 78–92. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i1.8317>
- Iskandar, D. (2018). STRATEGI PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN MELALUI PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN. *Jurnal JIBEKA*, 12(1), 23–31.
- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Handayani, K. (2019). Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Memperkuat Aliansi Strategis Dan Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(2), 205–224.
- Kohtamäki, M., Rabetino, R., & Möller, K. (2018). Alliance capabilities: A systematic review and future research directions. *Industrial Marketing Management*, 68, 188–201. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.10.014>
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Principle of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Liestyowati, L., Possumah, L. M., Yadasang, R. M., & Ramadhani, H. (2023). Pengaruh Diversifikasi Portofolio terhadap Pengelolaan Risiko dan Kinerja Investasi: Analisis pada Investor Individu. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 2(03), 187–194. <https://doi.org/10.58812/jakws.v2i03.642>
- Nasir, A. (2017). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN INDUSTRI MEBEL DI KABUPATEN PASURUAN. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1).
- Prastiwi, I. E., & Anik. (2020). Diversifikasi Kredit, Monitoring dan Kinerja Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1).
- Rachbini, W. (2016). SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN KINERJA PERUSAHAAN . *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 23–30.
- Rita, R. (2010). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur. *Binus Business Review*, 1(2), 474. <https://doi.org/10.21512/bbr.v1i2.1095>
- Rudiawan, H. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 9(2).
- Setiawan, R., Putri, O. R., & Sukmawati, A. C. (2023). Diversifikasi Portofolio Kredit, Risiko dan Return Bank. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 189–199. <https://doi.org/10.28932/jam.v15i1.6376>
- Sianipar, A. S. (2015). Pengaruh diversifikasi pendapatan terhadap kinerja bank. *Jurnal Siasat Bisnis*, 19(1), 27–35. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol19.iss1.art3>
- Srimindarti, & Ceacilia. (2004). Balanced Scorecard Sebagai Alternatif Pengukuran Kinerja. *Jurnal Akuntansi*, 7(1), 52–64.
- Supriyanti, W. (2012). DIVERSIFIKASI PORTOFOLIO: STUDI STABILITAS ANTAR-WATU RETRN SEKURITAS PERUSAHAAN MULTINASIONAL. *Journal Ekonomi*, 16(1).
- Wheelen, T., David, & Hunger. (2010). *Manajemen Strategi*. ANDI.
- Winata, D. J. (2013). Analisa Pengaruh Aliansi Stratejik Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2).