



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

Received: 26 April 2024, Revised: 30 April 2024, Publish: 02 Mei 2024

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

Pengaruh Kepemimpinan yang Efektif, Keunikan Produk, dan Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing

Muhammad Rifa Nawawi¹

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: muhammadrifanawawi@gmail.com

Corresponding author: Muhammad Rifa Nawawi¹

Abstrak: Kepemimpinan yang efektif, keunikan produk, dan analisis lingkungan eksternal, terhadap keunggulan bersaing dalam konteks manajemen strategis. Kepemimpinan yang efektif memiliki peran fundamental dalam membentuk budaya perusahaan yang inovatif dan adaptif, sementara keunikan produk menjadi landasan untuk menjaga daya saing dan relevansi perusahaan di pasar yang kompetitif. Analisis lingkungan eksternal membantu perusahaan dalam memahami dinamika pasar dan menyesuaikan strategi bersaingnya secara efektif. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan sumber informasi dari e-buku dan e-jurnal yang dapat diakses secara gratis, dengan menerapkan analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini memberikan pemahaman yang berharga bagi praktisi dan peneliti dalam mengembangkan strategi yang komprehensif untuk mencapai serta mempertahankan keunggulan bersaing dalam dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang.

Keyword: Keunggulan Bersaing, Kepemimpinan yang Efektif, Keunikan Produk, Analisis Lingkungan Eksternal

Abstract: *effective leadership, product uniqueness, and external environment analysis, towards competitive advantage in the context of strategic management. Effective leadership plays a fundamental role in shaping an innovative and adaptive corporate culture, while product uniqueness is the foundation for maintaining the company's competitiveness and relevance in a competitive market. Analysis of the external environment helps companies understand market dynamics and adjust their competitive strategies effectively. The research method used involved sourcing information from open access e-books and e-journals, applying qualitative descriptive analysis. The findings of this study provide valuable insights for practitioners and researchers in developing holistic strategies to achieve and maintain competitive advantage in a changing business environment, the results of this article.*

Keyword: *Competitive Winning, Effective Leadership, Product Uniqueness, External Environmental Analysis*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Dengan semakin dinamisnya dunia usaha, persaingan di berbagai industri semakin ketat. Bisnis bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian pelanggan, mendapatkan pangsa pasar, dan mengamankan posisi strategis. Ketika persaingan terus meningkat, konsep keunggulan bersaing menjadi penting bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti inovasi produk, efisiensi operasional, layanan pelanggan, dan bahkan kesadaran merek. Keunggulan bersaing yang kuat memungkinkan suatu perusahaan untuk bertahan bahkan berkembang dalam menghadapi persaingan yang ketat. Hal ini menciptakan situasi di mana perusahaan dapat memperoleh posisi yang lebih kuat dan menguntungkan dalam pertarungan memperebutkan pangsa pasar dan pelanggan.

Keunggulan bersaing tidak bersifat tetap dan dapat berubah seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, perusahaan harus terus melakukan evaluasi, inovasi, dan adaptasi guna mempertahankan atau memperluas keunggulan kompetitifnya di pasar. Keunggulan bersaing sangat penting karena merupakan kunci kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis dan organisasi. Keunggulan bersaing bukan hanya sekedar faktor tunggal yang memberikan keunggulan bagi suatu perusahaan, namun seringkali merupakan hasil kombinasi dari faktor-faktor yang saling mendukung. Terus melakukan evaluasi dan inovasi sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar.

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

- 1) Pengaruh Kepemimpinan yang Efektif terhadap Keunggulan Bersaing;
- 2) Pengaruh Keunikan Produk terhadap Keunggulan Bersaing;
- 3) Pengaruh Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing;

METODE

Metode penulisan artikel Literature Review mencakup dua pendekatan utama: Kajian Pustaka (library research) dan Systematic Literature Review (SLR), yang dianalisis secara kualitatif. Sumber informasi yang digunakan termasuk aplikasi online seperti Google Scholar, Mendeley, dan platform akademik lainnya. Systematic Literature Review (SLR) diuraikan sebagai suatu proses yang mencakup identifikasi, evaluasi, dan interpretasi semua bukti penelitian yang ada dengan tujuan memberikan jawaban yang spesifik terhadap pertanyaan penelitian. Dalam konteks analisis kualitatif, penggunaan kajian pustaka harus konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Salah satu tujuan utama dari pendekatan analisis kualitatif adalah untuk melakukan eksplorasi dalam penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

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

Keunggulan Bersaing

Keunggulan Bersaing adalah elemen atau kombinasi elemen yang membedakan suatu perusahaan, produk, atau layanan dari pesaingnya dan dengan demikian memberikan keunggulan bersaing yang signifikan. Keunggulan bersaing mencakup berbagai aspek seperti inovasi produk, kualitas, harga, layanan pelanggan, efisiensi operasional, penjualan, dan merek. Semua perusahaan harus terus mengejar dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka untuk mempertahankan kehadiran mereka di pasar yang kompetitif. Hal ini dapat dicapai melalui analisis pasar yang menyeluruh, pemahaman mendalam tentang kebutuhan

pelanggan, dan komitmen terhadap perbaikan terus-menerus terhadap proses dan produk atau layanan. Pada dasarnya, keunggulan perusahaan berkembang dari nilai atau manfaat yang perusahaan atau organisasi dapat berikan kepada pelanggan mereka. (Rahmidani, 2015)

Keunggulan Bersaing Semua perusahaan harus memahami keunggulan kompetitif mereka dan berusaha untuk mempertahankan, memperkuat, dan mengembangkan keunggulan tersebut dari waktu ke waktu. Hal ini memerlukan pemahaman mendalam tentang pasar, pelanggan dan pesaing, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Keunggulan sumber daya dan keahlian suatu perusahaan muncul dari kemampuan di bidang pemasaran, manufaktur, dan inovasi. Perusahaan yang memiliki kompetensi di ketiga area tersebut dapat menggunakannya sebagai basis keunggulan kompetitif. Dengan memanfaatkan keahlian dalam ketiga bidang tersebut, perusahaan dapat merancang strategi untuk menghasilkan produk yang diminati oleh pasar (Dalimunthe, 2017)

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada Keunggulan Bersaing adalah faktor harga, harga dapat mempunyai dampak yang signifikan terhadap daya saing suatu produk atau jasa. Ketika suatu produk atau jasa ditawarkan dengan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya, maka akan tercipta keunggulan kompetitif berupa harga yang lebih rendah bagi konsumen. Menurut (Lenggogeni et al., 2016) Harga yang kompetitif adalah harga yang calon konsumen anggap pantas karena sebanding dengan nilai produk, terjangkau, dan diharapkan dapat bersaing dengan harga produk dari perusahaan lain. Secara mendasar, konsumen menginginkan harga yang adil terhadap produk atau layanan.

Banyak penelitian sebelumnya telah menyelidiki tentang Keunggulan Bersaing, di antaranya: (Naningsih, 2022), (Cahyani et al., 2021), dan (Merakati et al., 2017).

Kepemimpinan yang Efektif

Kepemimpinan yang Efektif adalah kemampuan untuk menginspirasi, memotivasi, dan membimbing orang secara efektif untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan yang efektif memerlukan kombinasi keterampilan interpersonal, kecerdasan emosional, dan keterampilan manajemen. Penting untuk diingat bahwa tidak ada satu gaya kepemimpinan yang cocok untuk semua situasi, dan pemimpin yang efektif mampu menyesuaikan diri dengan berbagai situasi dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi. Peran kepemimpinan memiliki pengaruh besar dalam kesuksesan sebuah organisasi. Kesuksesan organisasi ditentukan oleh efektivitas sumber daya yang dimiliki dan dikelola di dalamnya. (Soliha, 2008)

Kepemimpinan yang Efektif merupakan kombinasi kualitas, sikap, dan perilaku yang memungkinkan pemimpin menginspirasi, membimbing, dan memotivasi orang-orang disekitarnya untuk mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan yang efektif bukan tentang memiliki keterampilan atau karakteristik tertentu, namun tentang menggabungkan elemen-elemen ini agar sesuai dengan konteks dan kebutuhan tim atau organisasi Anda. Pemimpin yang efektif adalah pemimpin yang tidak bertindak sendiri dan tidak melibatkan orang lain. Namun, ia mampu memanfaatkan beragam kemungkinan yang ada di sekitarnya. Kepemimpinan yang efektif tidak hanya terfokus pada status dan kekuasaan, namun merupakan interaksi positif antar konstituen yang efektif (Natalia, n.d.)

Faktor-faktor yang berpengaruh pada Kepemimpinan yang Efektif mencakup persepsi yang akurat, tingkat kematangan, penilaian yang tepat terhadap tugas, latar belakang dan pengalaman, harapan dan gaya kepemimpinan, serta hubungan seprofesi. (Pasaribu, 2021)

Banyak penelitian sebelumnya telah menyelidiki tentang Kepemimpinan yang Efektif, di antaranya: (Azizah et al., 2018), (Pratama & Suhairi, 2023) , dan (Wibowo & Tjahjono, 2023).

Keunikan Produk

Keunikan Produk adalah aset berharga bagi pelaku bisnis karena membantu membedakan produknya dari pesaing, menarik perhatian konsumen, dan memperkuat loyalitas pelanggan. Keunikan produk mengacu pada ciri atau ciri khusus yang membedakan produk tersebut dengan produk serupa yang ada di pasaran. Keunikan ini menjadi daya tarik besar bagi konsumen dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pemasok menghasilkan produk yang sangat terspesialisasi sehingga memberikan daya tawar yang tinggi bagi perusahaan dibandingkan perusahaan yang memproduksi produk dalam jumlah banyak (Permana et al., 2019)

Keunikan Produk menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dan dapat menjadi faktor kunci suksesnya memasarkan dan menjual produk Anda. Keunikan yang jelas dan menarik membuat produk Anda bisa menonjol di pasaran dan menarik perhatian calon konsumen. Jika pengetahuan sulit diakses maka pesaing akan sulit meniru. Produk yang unik dapat menciptakan produk tertentu yang memberikan posisi tawar yang menguntungkan bagi perusahaan dibandingkan pesaingnya. Selain itu, produk unik terlihat berbeda dan dapat menawarkan nilai lebih baik dibandingkan pesaing (Nofrizal, 2021)

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada Keunikan Produk adalah Desain produk, desain produk yang menarik, keindahan yang unik, dan kepraktisan dapat menjadi faktor utama di balik keunikan suatu produk. Desain yang menonjol dapat menjadi pembeda yang membedakan produk Anda dari pesaing. Desain yang baik adalah yang memberikan keistimewaan pada produk sehingga membedakannya dari merek lain, dan keistimewaan desain produk ini menciptakan citra merek yang positif. (Reven et al., 2017)

Banyak penelitian sebelumnya telah menyelidiki tentang Keunikan Produk, di antaranya: (Rosnani, 2009), (Yunitasari & Anwar, 2022), dan (Sofia et al., 2024)

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal memungkinkan perusahaan mengenali peluang dan ancaman yang ada di luar organisasi, serta merumuskan strategi yang lebih efektif dan adaptif. Ini merupakan elemen kunci dari perencanaan strategis dan proses pengambilan keputusan. Pemeriksaan lingkungan eksternal memeriksa faktor-faktor di luar kendali langsung perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja dan kesuksesannya. Dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman utama yang dihadapi organisasi serta perubahan yang mungkin terjadi dalam lingkungan eksternal perusahaan. Dengan demikian, manajer dapat mengembangkan strategi untuk memanfaatkan dan merealisasikan berbagai peluang tersebut, sambil menghindari atau meminimalkan dampak dari lingkungan eksternal. (Susanthi, 2017)

Analisis lingkungan eksternal adalah evaluasi terhadap faktor-faktor yang berada di luar kendali langsung sebuah perusahaan namun memiliki potensi untuk memengaruhi operasinya, strateginya, dan kinerjanya. Analisis lingkungan eksternal membantu perusahaan untuk memahami konteks eksternal di mana mereka beroperasi dan mengidentifikasi strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Lingkungan eksternal merujuk pada elemen-elemen di luar kontrol langsung suatu organisasi yang dapat memengaruhi kinerja dan kesuksesannya (Zamsiswaya et al., 2023)

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor yang berpengaruh pada Analisis Lingkungan Eksternal adalah Sosial dan Budaya, Ekonomi, dan lingkungan

Banyak penelitian sebelumnya telah menyelidiki tentang Analisis Lingkungan Eksternal, di antaranya: (Aulia et al., 2021), (Retnowati, 2010), dan (K. Sari et al., 2021)

Review Artikel Relevan

Memeriksa artikel yang relevan adalah langkah awal dalam menetapkan hipotesis penelitian dengan menganalisis temuan dari penelitian sebelumnya, membandingkannya

dengan rencana penelitian yang diajukan. Dalam analisis artikel-artikel terdahulu yang relevan, kesamaan dan perbedaan antara hasil penelitian terdahulu dengan rencana penelitian yang direncanakan dapat dieksplorasi. Ini dapat dimulai dengan mempertimbangkan temuan yang telah dikemukakan dalam tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Gobel et al., 2022)	Kepemimpinan yang Efektif dan Modal Intelektual mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Kepemimpinan yang Efektif berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Modal Intelektual berhubungan dengan Keunggulan Bersaing	H1
2	(Sholehah, 2017)	Kepemimpinan yang Efektif dan Kompetensi Pengurus mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Kepemimpinan yang Efektif berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Kompetensi Pengurus berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	H1
3	(Kurniasari & Utama, 2018)	Keunikan Produk dan Kreativitas Produk mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Keunikan Produk berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Kreativitas Produk berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	H2
4	(Setiawan, 2012)	Keunikan Produk dan Orientasi Teknologi mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Keunikan Produk berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Orientasi Teknologi berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	H2
5	(Riyanto, 2018)	Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Analisis Lingkungan Eksternal berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Analisis lingkungan internal berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	H3
6	(Suryana, 2014)	Analisis Lingkungan Eksternal dan Etika Bisnis mempunyai pengaruh faktor Keunggulan Bersaing	Analisis Lingkungan Eksternal berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	Etika Bisnis berhubungan terhadap Keunggulan Bersaing	H3

Pembahasan

Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan, fokus utama pembahasan artikel ini adalah melakukan analisis menyeluruh terhadap artikel-artikel yang relevan, dengan tujuan untuk memahami dampak antar variabel serta merumuskan suatu kerangka konseptual sebagai dasar rencana penelitian yang akan dilaksanakan.

Dengan mendasarkan pada hasil-hasil penelitian sebelumnya, artikel ini akan mengulas temuan-temuan yang telah dipublikasikan, mengidentifikasi pola hubungan antara variabel-variabel yang diamati, dan mengembangkan landasan teoritis yang kokoh untuk mengarahkan rancangan penelitian yang akan dilakukan:

Pengaruh Kepemimpinan yang Efektif terhadap Keunggulan Bersaing,

Kepemimpinan yang efektif adalah kemampuan seseorang untuk menginspirasi, memotivasi, dan mengarahkan orang lain dengan cara yang memunculkan kinerja yang optimal dan pencapaian tujuan yang diinginkan. Ini melibatkan kombinasi keterampilan interpersonal, visi strategis, kecerdasan emosional, dan kemampuan pengambilan keputusan yang baik. Pemimpin yang efektif dapat membangun hubungan yang solid dengan anggota timnya, mengomunikasikan visi dan tujuan perusahaan secara jelas, serta memberikan arahan dan dukungan yang diperlukan untuk membantu anggota tim mencapai potensi terbaik mereka. Mereka juga memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan dan memimpin dengan integritas, keadilan, dan kepemimpinan yang memberdayakan. Selain itu, pemimpin yang efektif mampu mendorong inovasi, memfasilitasi kolaborasi, dan mempromosikan budaya kerja yang inklusif dan berorientasi pada hasil.

Prinsip-prinsip atau konsep-konsep yang mendasari kepemimpinan yang efektif meliputi berbagai aspek. Pertama, pemimpin yang efektif memiliki visi yang jelas dan mampu menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Mereka juga menunjukkan keterbukaan dan kemampuan komunikasi yang kuat, membangun kepercayaan dan transparansi di antara anggota tim. Selain itu, integritas, etika, dan keadilan menjadi nilai-nilai yang terintegrasi dalam praktik kepemimpinan mereka. Kemampuan untuk mendengarkan dengan empati membantu pemimpin memahami kebutuhan anggota tim, yang pada gilirannya memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Kepemimpinan yang berhasil memiliki dampak yang besar terhadap keunggulan bersaing suatu organisasi. Ketika seorang pemimpin mampu memimpin secara efektif, ia bisa mengilhami, memotivasi, dan memandu anggota timnya menuju pencapaian hasil yang optimal. Ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inovatif, dan kolaboratif di mana tiap individu merasa didukung dan dihargai. Selain itu, kepemimpinan yang efektif memungkinkan organisasi untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan lingkungan dan pasar, serta membuat keputusan strategis yang sesuai. Dengan demikian, kepemimpinan yang efektif memberikan organisasi keunggulan dalam menghadapi persaingan dengan kemampuan untuk beradaptasi, inovasi, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepemimpinan yang efektif meliputi beragam aspek. Pertama, kemampuan komunikasi yang baik menjadi esensial bagi pemimpin. Mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan meyakinkan, serta mampu mendengarkan dengan penuh perhatian, membantu dalam membangun hubungan yang kuat dengan anggota tim. Selain itu, integritas dan etika yang tinggi juga diperlukan. Seorang pemimpin harus bersikap jujur, konsisten, dan bertanggung jawab dalam tindakan dan keputusannya. Kemampuan untuk terbuka terhadap ide-ide baru, menerima umpan balik, dan beradaptasi dengan perubahan juga sangat penting dalam kepemimpinan yang efektif.

Kepemimpinan yang Efektif berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Azizah et al., 2018), (Pratama & Suhairi, 2023), dan (Wibowo & Tjahjono, 2023).

Pengaruh Keunikan Produk terhadap Keunggulan Bersaing .

Keunikan produk merujuk pada atribut atau karakteristik khusus yang memisahkan produk tersebut dari produk serupa di pasar. Hal ini mencakup fitur-fitur unik, manfaat khusus, atau nilai tambah yang tidak dapat ditemukan pada produk lain. Keunikan produk dapat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen, membedakan merek dari

pesaing, dan membangun loyalitas pelanggan. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif, keunikan produk dapat menjadi strategi penting untuk mencapai diferensiasi dan keunggulan bersaing. Hal ini dapat mencakup desain inovatif, teknologi terkini, bahan berkualitas tinggi, keunggulan dalam kinerja atau fungsi produk, atau pengalaman pengguna yang unik.

Keunikan produk melibatkan berbagai prinsip dan konsep yang membantu membedakan suatu produk dari produk sejenis di pasar. Salah satu prinsip utamanya adalah inovasi, di mana produk dapat menjadi unik dengan memperkenalkan fitur atau teknologi baru. Selain itu, diferensiasi juga penting, dengan menawarkan fitur-fitur atau manfaat yang tidak dapat ditemukan pada produk lain. Kualitas yang tinggi juga menjadi aspek penting dalam menciptakan keunikan produk, baik dari segi bahan baku maupun proses produksi. Pengalaman pengguna yang menyenangkan atau praktis juga dapat menjadi nilai tambah yang membedakan suatu produk dari yang lain. Identitas merek yang kuat juga dapat memberikan keunikan tersendiri, serta pemahaman yang baik terhadap pasar dan kebutuhan pelanggan.

Keunikan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan dalam pasar. Ketika sebuah produk memiliki keunikan yang membedakannya dari produk sejenis yang ditawarkan pesaing, ini dapat menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian konsumen. Konsumen cenderung tertarik pada produk yang menawarkan fitur atau manfaat yang tidak dapat ditemukan pada produk lainnya. Dengan memiliki produk yang unik, perusahaan dapat memosisikan dirinya sebagai pemimpin pasar dan membedakan mereknya dari pesaing. Keunikan produk juga dapat membantu perusahaan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan yang kuat. Konsumen yang merasa terkesan dengan keunikan suatu produk cenderung menjadi pelanggan setia, bahkan mungkin menjadi advokat merek yang bersemangat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keunikan produk meliputi berbagai aspek. Pertama, inovasi merupakan elemen utama yang dapat menciptakan keunikan produk. Ketika perusahaan mampu menghasilkan fitur atau teknologi baru yang belum ada sebelumnya dalam produknya, hal ini dapat membedakannya dari produk serupa di pasar. Selanjutnya, riset dan pengembangan berperan penting dalam menciptakan produk yang unik. Investasi dalam riset memungkinkan perusahaan untuk menemukan solusi baru atau fitur-fitur yang belum pernah ada sebelumnya. Selain itu, desain produk juga dapat memengaruhi keunikan. Desain yang menarik dan berbeda dari yang lain dapat memberikan kesan yang unik kepada konsumen. Bahan baku yang digunakan dan kualitas produksi juga berperan penting.

Keunikan Produk berperan terhadap Keunggulan Bersaing, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Rosnani, 2009), (Yunitasari & Anwar, 2022), dan (Nofrizal, 2021)

Pengaruh Analisis Lingkungan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing .

Analisis lingkungan eksternal adalah proses penilaian dan pemahaman terhadap faktor-faktor di luar organisasi yang memiliki potensi untuk memengaruhi kinerja dan kesuksesannya. Lingkungan eksternal meliputi sejumlah elemen, termasuk aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan, yang memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi dan operasional suatu organisasi. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul dari lingkungan eksternal, serta memahami bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi strategi bisnis dan pengambilan keputusan. Analisis lingkungan eksternal memberikan wawasan yang penting bagi manajemen untuk mengembangkan rencana strategis yang responsif terhadap perubahan di pasar dan lingkungan bisnis secara keseluruhan.

Prinsip-prinsip atau konsep dalam analisis lingkungan eksternal melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor di luar organisasi yang berpotensi memengaruhi

kinerja dan kesuksesannya. Proses analisis ini mencakup evaluasi atas berbagai aspek lingkungan eksternal, termasuk politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan. Dengan memahami dampak dari faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang serta ancaman yang mungkin timbul, dan merencanakan strategi bisnis yang tepat. Prinsip-prinsip analisis lingkungan eksternal juga membantu organisasi untuk mengantisipasi perubahan pasar dan mengambil keputusan yang tepat guna menjaga keunggulan kompetitifnya. Keseluruhan, analisis lingkungan eksternal memungkinkan organisasi untuk mempersiapkan diri dengan baik dalam menghadapi dinamika dan tantangan dari lingkungan eksternalnya.

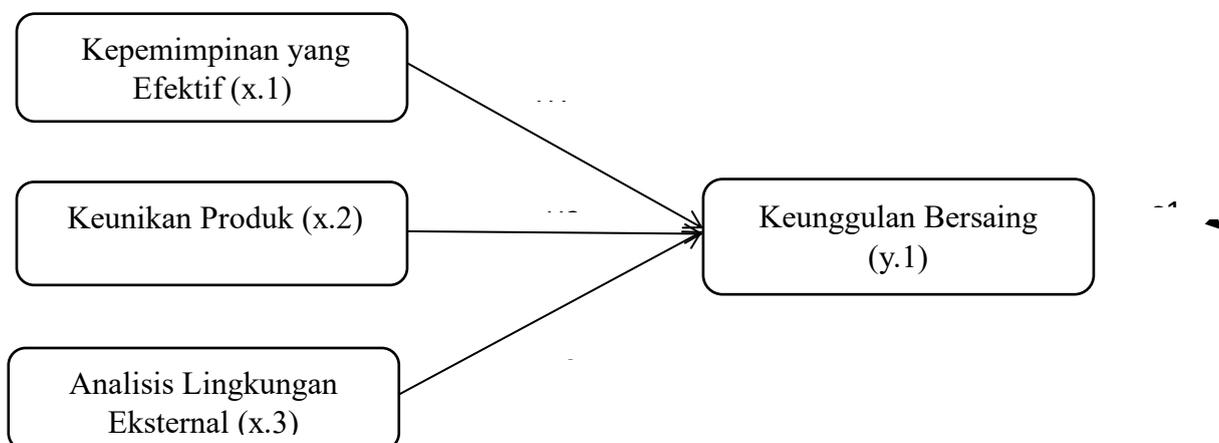
Analisis lingkungan eksternal memiliki dampak yang besar terhadap keunggulan bersaing suatu organisasi. Dengan memahami faktor-faktor eksternal seperti tren pasar, perubahan regulasi, dan pergeseran preferensi konsumen, perusahaan dapat merencanakan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan kata lain, analisis lingkungan eksternal memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan rencana bisnisnya dengan kondisi lingkungan yang terus berubah. Ketika sebuah organisasi dapat menanggapi perubahan-perubahan tersebut dengan cepat dan tepat, ia dapat menciptakan keunggulan bersaing. Misalnya, dengan mendeteksi tren pasar yang sedang berkembang, perusahaan dapat mengarahkan sumber dayanya untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang. Dalam hal regulasi, perusahaan yang mampu memahami dan menyesuaikan diri dengan peraturan baru atau perubahan kebijakan pemerintah akan lebih mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi analisis lingkungan eksternal mencakup politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan. Perubahan dalam aspek-aspek ini dapat memengaruhi strategi bisnis dan kinerja perusahaan. Dengan memahami dan menyesuaikan diri dengan faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta merencanakan strategi yang lebih tepat untuk keunggulan bersaing.

Analisis Lingkungan Eksternal berperan terhadap Keunggulan Bersaing, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Aulia et al., 2021), (Retnowati, 2010), dan (K. Sari et al., 2021).

Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam artikel ini, kerangka konseptual yang diperoleh didasarkan pada rumusan masalah, penelitian relevan, dan pembahasan yang telah dilakukan. Kerangka konseptual ini dapat direpresentasikan seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Dari diagram konseptual yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan yang Efektif, Keunikan Produk, dan Analisis Lingkungan Eksternal memiliki dampak terhadap Keunggulan Bersaing. Selain ketiga variabel tersebut, masih ada banyak faktor lain yang memengaruhi Keunggulan Bersaing, termasuk:

- 1) Diferensiasi Merek: (Zahara et al., 2020), (Tampi, 2015), dan (Firmansyah et al., 2019)
- 2) Orientasi Pasar: (Zidni Syukron, 2016), (Satyawati, 2019), dan (N. N. M. P. Sari & Yasa, 2016)
- 3) Orientasi Kewirausahaan: (Fadhillah et al., 2021), (Fatmawati, 2016), dan (Hajar, 2016)

KESIMPULAN

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

- 1) Kepemimpinan yang Efektif berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing
- 2) Keunikan Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dan
- 3) Analisis Lingkungan Eksternal berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

REFERENSI

- Aulia, F. W., Aprialinita, D., Putra, S. E., & Putri, A. M. (2021). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Kompetitor di Masa Pandemi pada Perusahaan Indofood. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2861.
- Azizah, A. L., Latief, A. M., & Tumanggung, A. (2018). Efektivitas Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Budaya Literasi. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 1(02), 199–219. <https://doi.org/10.37542/iq.v1i02.16>
- Cahyani, A. A., Mallongi, S., & Mahmud, A. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 219–232. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1–15. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12175>
- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.
- Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Susanti, A. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Hargaterhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2). <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3138>
- Gobel, J., Rahman Pakaya, A., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Strategi Dan Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jambura*, 5(2), 794–798. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Hajar, S. (2016). *PENDAHULUAN Dewasa ini prospek bisnis ritel di Indonesia sangat pesat , yang ditandai dengan banyaknya berdirinya ritel-ritel diberbagai wilayah Indonesia . Ritel adalah salah satu dari beberapa sektor disebagian besar negara terdapat aktifitas kewirausah.* 5(10), 6580–6609.
- Kurniasari, R. D., & Utama, A. (2018). the Effect of Product Innovation, Product Creativity, and Product Quality on Competitive Advantage (a Case Study of Handicraft Enceng

- Gondok “Akar”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477.
<http://okezone.com>
- Lenggogeni, L., Tae Ferdinand, A., Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Jl Soedarto, J. H., & -Tembalang Semarang, S. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Naninsih, N. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479–490.
<https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- Natalia, L. (n.d.). Eksistensi Kepemimpinan Yang Efektif Adalah Dibentuk. *STT Internasional Harvest Semarang*.
https://www.academia.edu/download/63082664/EKSISTENSI_PEMIMPIN_EFEKTIF_20200424-45706-17pyrke.pdf
- Nofrizal, N. (2021). Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh-Oleh Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 219–226. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.219-226>
- Pasaribu, M. H. (2021). Penerapan Gaya dan Pendekatan Kepemimpinan untuk Kepemimpinan yang Efektif. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 4(2), 246–252. <https://doi.org/10.31539/alignment.v4i2.2568>
- Permana, I. A., M. Ramdan, A., & Mulia Z, F. (2019). Kekuatan Keunikan Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 181–191. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.608>
- Pratama, A. Z. R., & Suhairi. (2023). *Faktor-Faktor Determinan Kedisiplinan Karyawan Dan Peran Kepemimpinan Efektif di Organisasi PT Perkebunan Nusantara (PTPN) III*. 1(6), 721–731.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 5(1), 345–352.
<http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-penggunaan-internet-di-indonesia->
- Retnowati, N. D. (2010). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten. *Jurnal Buana Informatika*, 1(2), 91–96.
<https://doi.org/10.24002/jbi.v1i2.299>
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Riyanto, S. . (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(3), 159–168. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Rosnani. (2009). Analisis pengaruh kualitas, promosi dan keunikan produk terhadap keputusan pembelian souvenir amanda collection. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 775–766.
- Sari, K., Nurliza, Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Putri, A. M. (2021). Analisis Lingkungan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk.

- Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3051–3056.
- Sari, N. N. M. P., & Yasa, N. N. K. (2016). Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Orientasi Pasar dengan Internasionalisasi UKM Mebel Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(6), 1651–1678.
- Satyawati, N. M. D. (2019). Peran Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Desa Nagasepaha. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 17.
- Setiawan, H. (2012). pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(2), 12–19. <https://jurnal.polsri.ac.id>
- Sholehah, H. B. (2017). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 24(1), 3–20. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7813348>
- Sofia, S., Pala'biran, J., Wijastuti, R. D., & Jamil, A. (2024). Pengaruh Keunikan Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Coffee. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i1.300>
- Soliha, E. dan H. (2008). 24400-ID-kepemimpinan-yang-efektif-dan-perubahan-organisasi. *Fe*, 7(2), 83–93.
- Suryana, T. (2014). Pengaruh Lingkungan Eksternal, Internal dan Etika Bisnis terhadap Kemitraan Usaha serta Implikasinya pada Kinerja Usaha Kecil. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 68–88. <https://doi.org/10.56457/jimk.v2i2.10>
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam). *Jurnal Elektronik Rekaman*, 1(1), 30–42.
- Tampi, N. H. R. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT.Telkomsel Grapari Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 68–81.
- Wibowo, F., & Tjahjono, H. K. (2023). Optimalisasi kinerja organisasi melalui gaya kepemimpinan yang efektif untuk mencapai kepuasan kerja: sebuah studi literatur. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 129–142. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.929>
- Yunitasari, S. S. Y. S., & Anwar, M. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2885>
- Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v8i1.24410>
- Zamsiswaya, Miswanto, Darsyah, S., & Swalauddin. (2023). Model Deskriptif Manajemen Strategik :Proses Manajemen Strategik, Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal, Formulasi Strategi. *Jurnal Adzkiya*, VII(I), 46–58.
- Zidni Syukron, M. (2016). Keunggulan Bersaing Umkm Jenang Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 1(12 Oktober 2016), 1–14.