

STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS SYARIAH PENDEKATAN PORTER FIVE FORCES: LITERATUR REVIEW

Afna Eka Widyastuti¹, Azmi Yusriyah Naurah², Murtiadi Awaluddin³, Sudirman⁴
afnaekawdy@gmail.com¹, azmiyusriyahnaurah@gmail.com², murtiadi.awaluddin@uin-alauddin.ac.id³, sudirman.andi@uin-alauddin.ac.id⁴
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassa

Abstract

The competitive advantage strategy of sharia business through the Porter Five Forces approach is very important to understand the dynamics of competition in the context of business based on sharia principles. This study also shows that the integration of business strategy and sharia ethics can create sustainable competitive advantage, by implementing sharia principles in every aspect of operations, businesses not only meet market demands, but also build customer trust and loyalty. In this case, the literature review and application of Porter Five Forces provide a comprehensive framework for understanding and formulating business strategies that are not only financially profitable but also ethical and sustainable. Analysis and discussion of competitive advantage strategies with sharia values are important in the framework of business strategy, innovation development, and human resource management. Overall, the managerial implications of implementing an integrated strategy for competitive advantage are very important. The application of competitive advantage strategies with Islamic values in Islamic business shows significant potential to create sustainable advantages.

Keywords: Porter Five Forces, Shariah Business, Competitive Advantage Strategy.

Abstrak

Strategi keunggulan bersaing bisnis syariah melalui pendekatan Porter Five Forces sangat penting untuk memahami dinamika persaingan dalam konteks bisnis yang berbasis pada prinsip-prinsip syariat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa integrasi strategi bisnis dan etika syariat dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan menerapkan prinsip-prinsip syariat dalam setiap aspek operasional, bisnis tidak hanya memenuhi tuntutan pasar, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, kajian pustaka dan penerapan Porter Five Forces memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami dan merumuskan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga etis dan berkelanjutan. Analisis dan pembahasan strategi keunggulan bersaing dengan nilai-nilai syariat penting dalam kerangka strategi bisnis, pengembangan inovasi, dan manajemen sumber daya manusia. Secara keseluruhan, implikasi manajerial dari penerapan strategi terpadu untuk keunggulan bersaing sangat penting. Penerapan strategi keunggulan bersaing dengan nilai-nilai Islam dalam bisnis Islam menunjukkan potensi yang signifikan untuk menciptakan keunggulan berkelanjutan.

Kata Kunci: Porter Five Forces, Bisnis Syariah, Strategi Keunggulan Kompetitif.

PENDAHULUAN

Strategi keunggulan kompetitif bisnis syariah melalui pendekatan Porter Five Forces sangat penting untuk memahami dinamika persaingan dalam konteks bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Model Porter Five Forces, yang dikembangkan oleh Michael Porter, memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis kekuatan kompetitif yang mempengaruhi industri, termasuk ancaman dari pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok, serta ancaman produk pengganti (Ahi & Yıldız, 2018; Cernusca et al., 2012; Lumbanraja et al., 2019). Dalam konteks bisnis syariah, penerapan model ini menjadi relevan karena industri ini menghadapi tantangan unik yang berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan ekspektasi konsumen yang semakin meningkat terhadap etika

bisnis (Wafaretta et al., 2023).

Dalam kajian ini, penting untuk mengidentifikasi bagaimana kekuatan-kekuatan ini berinteraksi dan mempengaruhi strategi bisnis syariah. Misalnya, kekuatan tawar menawar pembeli dalam industri syariah dapat lebih tinggi karena konsumen yang semakin sadar akan nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Selain itu, ancaman produk pengganti juga perlu diperhatikan, terutama dengan munculnya alternatif non-syariah yang mungkin menawarkan harga lebih kompetitif (Lumbanraja et al., 2019). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang kekuatan-kekuatan ini dapat membantu bisnis syariah dalam merumuskan strategi yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa integrasi antara strategi bisnis dan etika syariah dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasional, bisnis tidak hanya memenuhi tuntutan pasar, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, analisis menggunakan Porter Five Forces tidak hanya relevan untuk memahami lingkungan kompetitif, tetapi juga untuk merumuskan strategi yang sejalan dengan nilai-nilai syariah yang dapat meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Cahyono & Hakim, 2020; Wafaretta et al., 2023).

Dalam hal ini pendekatan Porter Five Forces memberikan alat analisis yang efektif untuk memahami dan merumuskan strategi keunggulan kompetitif dalam bisnis syariah. Dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan kompetitif yang ada, bisnis syariah dapat mengembangkan strategi yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga beretika dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan meliputi penelitian pustaka (library research), penelitian kualitatif, dan studi kasus. Penelitian pustaka sering kali menjadi pilihan utama, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan untuk memahami prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi teori-teori yang ada dan mengidentifikasi hubungan antara prinsip syariah dan praktik bisnis yang sesuai.

Selain itu, Ningsih menggunakan pendekatan normatif dalam penelitiannya untuk menganalisis prinsip-prinsip produksi Islam dan perilaku negatif dalam praktik bisnis non-syariah (Ningsih, 2021). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan nilai-nilai syariah dengan praktik bisnis yang ada, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya.

Penelitian mengenai prinsip bisnis syariah juga dapat melibatkan analisis dokumen dari fatwa yang relevan, seperti yang dilakukan oleh Mustaqim dalam penelitiannya tentang prinsip syariah dalam operasional online shop (Mustaqim, 2023). Metode ini memberikan panduan yang jelas untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah, serta mengatur berbagai aspek seperti akad jual beli dan kewajiban dalam operasional.

Metodologi penelitian dalam kajian prinsip bisnis syariah mencakup berbagai pendekatan yang dapat disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode penelitian pustaka, kualitatif, dan studi kasus, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang prinsip-prinsip syariah dan penerapannya dalam praktik bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Porter Five Forces pada Bisnis Syariah

Analisis penerapan Porter Five Forces pada bisnis syariah memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika persaingan dalam industri ini. Model Porter Five Forces, yang dikembangkan oleh Michael Porter, mencakup lima kekuatan yang mempengaruhi daya saing suatu industri: ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, ancaman produk pengganti, dan rivalitas di antara para pesaing yang ada (Malini & Putri, 2020). Dalam bisnis syariah, penerapan model ini menjadi semakin relevan mengingat pertumbuhan pesat industri perbankan syariah dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk yang sesuai dengan prinsip syariah (Jung & Jeong, 2021).

a. Ancaman Pendatang Baru

Ancaman pendatang baru dalam industri bisnis syariah cukup signifikan, terutama karena adanya regulasi yang mendukung pengembangan lembaga keuangan syariah di banyak negara, termasuk Indonesia dan Malaysia. Namun, meskipun ada peluang, tantangan dalam hal modal dan pemahaman mendalam tentang prinsip syariah dapat menjadi penghalang bagi pendatang baru. Penelitian menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia memiliki kekuatan pasar yang lebih rendah dibandingkan dengan rekan-rekan mereka di Malaysia, yang menunjukkan bahwa pasar di Indonesia masih terbuka untuk pendatang baru (Malini & Putri, 2020).

b. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan tawar menawar pembeli dalam bisnis syariah meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Konsumen kini lebih memilih produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah (Jung & Jeong, 2021). Hal ini mendorong lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka agar tetap kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja karyawan di bank syariah juga berpengaruh terhadap kinerja dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kekuatan tawar menawar pembeli (Rizal & Mustapita, 2023).

c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Kekuatan tawar menawar pemasok dalam industri syariah cenderung rendah, terutama karena banyaknya sumber daya yang tersedia untuk lembaga keuangan syariah. Namun, pemasok yang menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan prinsip syariah dapat memiliki kekuatan tawar yang lebih tinggi, terutama jika mereka menawarkan produk yang unik atau inovatif. Dalam konteks ini, lembaga keuangan syariah perlu membangun hubungan yang kuat dengan pemasok untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas produk yang ditawarkan.

d. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti dalam bisnis syariah juga perlu diperhatikan, terutama dengan munculnya alternatif non-syariah yang mungkin menawarkan harga lebih kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang lebih sadar akan nilai-nilai etika cenderung memilih produk syariah, namun, jika produk pengganti menawarkan manfaat yang lebih baik, hal ini dapat mengurangi pangsa pasar lembaga keuangan syariah (Effendi, 2023).

e. Rivalitas di Antara Pesaing

Rivalitas di antara pesaing dalam industri syariah semakin meningkat, dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang berusaha untuk menarik pelanggan dengan menawarkan produk dan layanan yang lebih baik. Penelitian menunjukkan bahwa

bank syariah di Indonesia menghadapi persaingan yang ketat, yang mendorong mereka untuk berinovasi dan meningkatkan layanan (Rizal & Mustapita, 2023). Dalam hal ini, strategi diferensiasi menjadi penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penerapan Porter Five Forces dalam analisis bisnis syariah memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri ini. Dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan ini, lembaga keuangan syariah dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompleks.

Strategi Keunggulan Kompetitif

Analisis dan pembahasan mengenai strategi keunggulan kompetitif dengan nilai-nilai syariah menjadi penting dalam konteks bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Dalam dunia bisnis syariah, strategi keunggulan kompetitif tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga pada etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai syariah dalam strategi bisnis dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Fachrurazi, 2023).

a. Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Bisnis

Nilai-nilai syariah, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial, harus diintegrasikan ke dalam strategi bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya cenderung mendapatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi (Ariwibowo et al., 2022). Misalnya, dalam konteks bisnis syariah, pengelolaan sumber daya manusia yang berbasis kompetensi dan etika dapat meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memenuhi tuntutan pasar, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

b. Inovasi dan Adaptasi dalam Bisnis Syariah

Inovasi merupakan salah satu kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam bisnis syariah. Dalam era digital, perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan kebutuhan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan (Arifanto, 2023). Misalnya, penggunaan big data dan analytics dapat membantu perusahaan dalam memahami perilaku konsumen dan mengembangkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah (Sahputra, 2024).

c. Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar

Strategi diferensiasi juga penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan syariah dapat membedakan diri mereka dengan menawarkan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, orientasi pasar yang kuat dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada, sehingga mereka dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif (Dewanti, 2022).

d. Manajemen Rantai Pasokan dan Kolaborasi

Manajemen rantai pasokan yang efektif juga berkontribusi pada keunggulan kompetitif. Dalam konteks bisnis syariah, kolaborasi dengan pemasok dan mitra bisnis yang memiliki nilai-nilai yang sama dapat meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan operasional (Hetami, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu membangun hubungan yang kuat dengan mitra mereka cenderung memiliki kinerja

yang lebih baik dan dapat bertahan dalam persaingan yang ketat (Permana et al., 2021).

e. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial

Akhirnya, keberlanjutan dan tanggung jawab sosial menjadi aspek penting dalam strategi keunggulan kompetitif bisnis syariah. Perusahaan yang berkomitmen untuk menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial tidak hanya akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan citra merek mereka di pasar. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yang menekankan pentingnya kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Penerapan nilai-nilai syariah dalam strategi keunggulan kompetitif dapat memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan. Dengan mengintegrasikan etika, inovasi, diferensiasi, manajemen rantai pasokan, dan tanggung jawab sosial, perusahaan syariah dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih baik (Fauzi, 2022).

Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari penerapan strategi keunggulan kompetitif dengan nilai-nilai syariah sangat penting untuk dipahami, terutama dalam konteks bisnis syariah yang semakin berkembang. Dalam kajian ini, beberapa aspek kunci akan dibahas, termasuk pentingnya integrasi nilai-nilai syariah dalam strategi bisnis, pengembangan inovasi, dan manajemen sumber daya manusia.

a. Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Bisnis

Integrasi nilai-nilai syariah dalam strategi bisnis merupakan langkah penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial, tidak hanya akan memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Afiyati et al., 2019). Oleh karena itu, manajer perlu memastikan bahwa semua aspek operasional perusahaan, mulai dari pemasaran hingga pengelolaan sumber daya manusia, selaras dengan nilai-nilai syariah. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun kebijakan yang jelas dan melibatkan seluruh karyawan dalam proses implementasi nilai-nilai tersebut (Ernawati et al., 2022).

b. Pengembangan Inovasi dan Orientasi Pasar

Inovasi menjadi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Perusahaan syariah harus berfokus pada pengembangan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah (Arifanto, 2023). Manajer perlu mendorong budaya inovasi dalam organisasi, di mana karyawan didorong untuk berkontribusi dengan ide-ide baru dan kreatif. Penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar yang kuat dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada, sehingga mereka dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif.

c. Manajemen Sumber Daya Manusia

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang efektif sangat penting dalam mendukung strategi bisnis syariah. Manajer perlu memastikan bahwa karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang nilai-nilai syariah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Pelatihan dan pengembangan karyawan harus diarahkan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang prinsip-prinsip syariah, sehingga mereka dapat berkontribusi secara maksimal terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa

perusahaan yang memiliki SDM yang terampil dan berpengalaman cenderung memiliki kinerja yang lebih baik (Sihotang, 2017).

d. Kolaborasi dan Manajemen Rantai Pasokan

Kolaborasi dengan pemasok dan mitra bisnis yang memiliki nilai-nilai yang sama juga penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Manajer perlu membangun hubungan yang kuat dengan pemasok untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas produk yang ditawarkan (Baiquny, 2024). Dalam konteks ini, manajemen rantai pasokan yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

e. Tanggung Jawab Sosial dan Keberlanjutan

Akhirnya, tanggung jawab sosial dan keberlanjutan harus menjadi bagian integral dari strategi keunggulan kompetitif. Perusahaan yang berkomitmen untuk menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial tidak hanya akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan citra merek mereka di pasar (Fachrurazi, 2023). Oleh karena itu, manajer perlu merumuskan strategi yang mencakup aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam setiap keputusan bisnis yang diambil.

Secara keseluruhan, implikasi manajerial dari penerapan strategi keunggulan kompetitif dengan nilai-nilai syariah menekankan pentingnya integrasi nilai-nilai syariah, pengembangan inovasi, pengelolaan SDM yang efektif, kolaborasi dalam rantai pasokan, dan tanggung jawab sosial. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, perusahaan syariah dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih baik (Kembaren, 2022; Zacharias, 2020).

KESIMPULAN

Penerapan strategi keunggulan kompetitif dengan nilai-nilai syariah dalam bisnis syariah menunjukkan potensi yang signifikan untuk menciptakan keunggulan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, integrasi nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan penting bagi perusahaan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar serta pengelolaan sumber daya manusia yang efektif menjadi kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Analisis menggunakan Porter Five Forces juga mengungkapkan bahwa perusahaan syariah harus memperhatikan ancaman dari pendatang baru dan produk pengganti, serta meningkatkan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli dan pemasok. Dalam hal ini, kolaborasi yang kuat dalam manajemen rantai pasokan dan komitmen terhadap keberlanjutan serta tanggung jawab sosial akan semakin memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Saran

Perusahaan syariah disarankan untuk terus mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek operasional dan strategi bisnis mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan karyawan untuk memastikan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip syariah. Manajer perlu mendorong budaya inovasi dalam organisasi dengan memberikan ruang bagi karyawan untuk berkontribusi dengan ide-ide baru. Penggunaan teknologi informasi dan analitik dapat membantu perusahaan dalam memahami perilaku konsumen dan mengembangkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Perusahaan harus membangun hubungan yang kuat dengan pemasok dan mitra

bisnis yang memiliki nilai-nilai yang sama. Hal ini akan membantu dalam memastikan keberlanjutan dan kualitas produk yang ditawarkan. Perusahaan disarankan untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial. Ini tidak hanya akan meningkatkan citra merek, tetapi juga akan menarik konsumen yang semakin sadar akan isu-isu etika dan keberlanjutan.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang dampak penerapan nilai-nilai syariah terhadap kinerja bisnis syariah di berbagai sektor. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi praktisi dan akademisi dalam memahami dinamika industri ini. Dengan menerapkan saran-saran ini, perusahaan syariah dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih baik, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdolshah, M., Moghimi, M., & Khatibi, S. A. (2018). Investigating Competitive Advantage in Banking Industry Based on Porter's Generic Strategies. *International Journal of Applied Management Sciences and Engineering*, 5(1), 52-62. <https://doi.org/10.4018/ijamse.2018010104>
- Abdulwase, R., Ahmed, F., Nasr, F. M. M., Abdulwase, A., Alyousofi, A., & Yan, S. (2021). The Role of Business Strategy to Create a Competitive Advantage in the Organization. *Open Access Journal of Science*, 4(4), 135-138. <https://doi.org/10.15406/oajs.2020.04.00162>
- Abdurokhim. (2023). Analysis of the Effect of Business Performance Through Increasing Factors That Affect Competitive Advantage (Study on Property Companies in Pati Regency). *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e592. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.592>
- Afiyati, A., Murni, S., & Hariadi, P. (2019). Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1371>
- Arifanto, B. (2023). Membangun Strategi Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Konstruksi Studi Kasus: PT Nindya Karya (Persero). *Journal of Economics and Business Ubs*, 2(6), 3488-3499. <https://doi.org/10.52644/joeb.v2i6.688>
- Ariwibowo, P., Syahiddin, M., & Insana, D. R. M. (2022). Korelasi Blueprint Sumber Daya Perusahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Manifestasi Umkm Dengan Intervensi Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 31-48. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n1.p31-48>
- Baiquny, A. S. (2024). Peran Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. *Al Qalam Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(2), 1571. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i2.2954>
- Braun, M., Latham, S., & Cannatelli, B. L. (2019). Strategy and Business Models: Why Winning Companies Need Both. *Journal of Business Strategy*, 40(5), 39-45. <https://doi.org/10.1108/jbs-01-2019-0005>
- Burra, N. J., & Ushadevi, K. N. (2022). Porter's Five Forces Analysis of Zanzibar's Seaweed Industry. *Asian Journal of Agricultural Extension Economics & Sociology*, 185-196. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2022/v40i111700>
- Cahyono, B., & Hakim, A. (2020). Green Intellectual Capital and Competitive Advantage: The Moderating Effect of Islamic Business Ethics. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.013>
- Cernusca, M. M., Gold, M. A., & Godsey, L. D. (2012). Using the Porter Model to Analyze the US Elderberry Industry. *Agroforestry Systems*, 86(3), 365-377. <https://doi.org/10.1007/s10457-012-9546-0>
- Chand, S. V. (2023). Relevance of Porter's Five Forces: A Case Study of RB Patel in Fiji. *Open*

- Journal of Business and Management, 11(05), 2135–2143.
<https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.115117>
- Dewanti, I. S. (2022). Kemampuan Absorptif Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Paradigma Jurnal Masalah Sosial Politik Dan Kebijakan*, 26(1), 22. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v26i1.6610>
- Effendi, M. (2023). Enhancing Adaro's Transformation Strategy for Business Diversification: The Aluminium Smelter Project. *European Journal of Business Management and Research*, 8(5), 37–47. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.5.2127>
- Ernawati, E., 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). <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i2.1338>
- Fachrurazi. (2023). Revolusi Bisnis Di Era Digital: Strategi Dan Dampak Transformasi Proses Teknologi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 297–305. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>
- Fauzi, A. (2022). Transformasi Gojek Untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi (Literature Review Metodologi Riset Bisnis). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 705–716. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.97>
- Hetami, A. A. (2023). Peran Manajemen Rantai Pasokan Pada Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Operasional Ukm Dalam Era Digital Dan Pasca Pandemi. *Jurnal Sosial-Politika*, 4(1), 53–61. <https://doi.org/10.54144/jsp.v4i1.65>
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>
- Indrarathne, P. K. G., Ranadewa, K., & Shanika, V. G. (2020). Impact of Competitive Forces to the Contractors in Sri Lanka: An Industry Analysis Using Porter's Five Forces. 186–193. <https://doi.org/10.31705/faru.2020.21>
- Isabelle, D. A., Horak, K., McKinnon, S., & Palumbo, C. (2020). Is Porter's Five Forces Framework Still Relevant? A Study of the Capital/Labour Intensity Continuum via Mining and IT Industries. *Technology Innovation Management Review*, 10(6), 28–41. <https://doi.org/10.22215/timreview/1366>
- Junaedi, W., & Prihanisetyo, A. (2022). Subjective Meaning of Strategic Pricing Decision Making Based on Islamic Values in the Muslim Business Community. *Iqtishadia Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1), 125. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i1.11553>
- Jung, S. H., & Jeong, Y. J. (2021). A Quantitative Perspective of Porter's Industry Forces Framework for Investment Analysis. *Managerial and Decision Economics*, 43(1), 48–64. <https://doi.org/10.1002/mde.3358>
- Kembaren, S. I. T. (2022). Analisis Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada Jasa Audit Sertifikasi ISO 9001 Dan ISO 14001: Basct PT Intertek Utama Services-Jakarta. *Probank*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/10.36587/probank.v1i1.1169>
- Lumbanraja, P., Dalimunthe, R. F., & Hasibuan, B. K. (2019). Application of Porter's Five Forces to Improve Competitiveness: Case of Featured SMEs in Medan. <https://doi.org/10.4108/eai.8-10-2018.2288733>
- Malini, H., & Putri, A. N. (2020). Competitiveness and Market Concentration of Islamic Banking Industry: A Comparison Study Between Indonesia and Malaysia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 175–190. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i3.175-190>
- Nurlina, H., & Millaty, M. (2022). Bread Business Development Strategy in Increasing Sales at Al Mumtaz Bread (Rotaz). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 23(1), 32. <https://doi.org/10.31315/jdse.v23i1.6779>
- Papiashvili, T., Ghlonti, G., & Koberidze, K. (2022). Modeling Information Support for Startup: Theoretical Aspect. *European Journal of Business Management and Research*, 7(2), 176–

185. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1326>
- Permana, E., Purnomo, M., Santoso, R., & Syamsurizal, S. (2021). Pengaruh Agilitas Strategis Terhadap Sustainability Competitive Advantage Melalui Aksi Kompetitif Bisnis Scepat Express. *Adbispreneur*, 6(1), 79. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.32584>
- Rizal, M., & Mustapita, A. F. (2023). Determinants of Islamic Bank Employee Performance Through Job Satisfaction. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), 83–98. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i1.5923>
- Sahputra, E. S. A. (2024). Penerapan Big Data Dan Analytics Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Cakrawala Repositori Imwi*, 7(1), 3160–3167. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i1.634>
- Samad, S. (2018). Mediating Effect of Competitive Advantage on the Relationship Between Corporate Strategy and Business Performance. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.10), 58. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.10.10955>
- Shaikh, A. L., & Rashidi, M. Z. (2019). Religious Business Leaders in Pakistan: Theorising the Phenomena of Religiosity-Driven Business Practices. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 4(1), 27. <https://doi.org/10.1504/ijimb.2019.10021633>
- Sumardiono. (2020). Analisis Bisnis Dalam Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada Pd. Indrasari. *Jurnal Informatika*, 20(2), 136–143. <https://doi.org/10.30873/ji.v20i2.2190>
- Wafaretta, V., Achadiyah, B. N., & Firdaus, M. I. (2023). Porter's and CSR Strategies by Islamic Cooperatives. 18–27. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-064-0_4
- Zacharias, J. A. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan KSP Di Kota Kupang. *Inspirasi Ekonomi Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(3), 32–39. <https://doi.org/10.32938/jie.v2i3.684>
- Zhu, D. H., & Westphal, J. D. (2020). Structural Power, Corporate Strategy, and Performance. *Strategic Management Journal*, 42(3), 624–651. <https://doi.org/10.1002/smj.3239>.