

Strategi Manajemen Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan: Sebuah Systematic Literature Review

Allya Ade Prilia¹, Nilam Ananda Putri², Revi Salfitawanni³, Dea Okviar Egano Napitupulu⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Teknologi Dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital
Universitas Putra Abadi Langkat

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Des 19, 2025

Revised: Jan 8, 2026

Accepted: Jan 20, 2026

Keywords:

Daya Saing Perusahaan
Manajemen Bisnis
Strategi Bisnis
Systematic Literature Review

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat dan dinamika lingkungan usaha yang terus berubah menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi manajemen bisnis yang efektif guna meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi manajemen bisnis yang berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Metode SLR digunakan untuk mengkaji dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik strategi manajemen bisnis dan daya saing perusahaan. Sumber data diperoleh dari artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam lima tahun terakhir dan berasal dari database akademik bereputasi. Proses seleksi literatur dilakukan secara sistematis dengan menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi inovasi merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan daya saing perusahaan, diikuti oleh strategi sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan strategi operasional. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan daya saing perusahaan tidak bergantung pada satu strategi tunggal, melainkan pada integrasi berbagai strategi manajemen bisnis yang saling mendukung. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis melalui penyusunan sintesis konseptual mengenai strategi manajemen bisnis, serta kontribusi praktis sebagai referensi bagi pelaku bisnis dan pengambil keputusan dalam merancang strategi yang adaptif dan berkelanjutan.

This is an open access article under the CC BY-NC license.



Corresponding Author:

Allya Ade Prilia
Fakultas Teknologi Dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital
Universitas Putra Abadi Langkat,
Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Sumatera Utara. Indonesia 20814.
Email: aade0717@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan bisnis saat ini berlangsung sangat cepat dan dinamis akibat globalisasi, perkembangan teknologi digital, dan perubahan preferensi konsumen yang terus berubah. Perusahaan tidak hanya berhadapan dengan kompetitor lokal tetapi juga persaingan global yang intens, sehingga menuntut kemampuan adaptasi dan strategi yang efektif untuk bertahan dan berkembang dalam kondisi tersebut (Munir et al., 2025; Nusantara et al., 2025).

Dalam konteks persaingan yang semakin kompleks ini, strategi manajemen bisnis menjadi elemen penting yang dapat menentukan posisi dan keberlangsungan perusahaan di pasar. Strategi manajemen yang tepat membantu organisasi tidak hanya menyusun rencana yang responsif terhadap tantangan eksternal, tetapi juga memaksimalkan sumber daya internal untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional (Ardhana & Munawaroh, 2025).

Beragam kajian telah dilakukan terkait strategi manajemen bisnis dalam berbagai konteks industri, seperti penerapan manajemen teknologi untuk memperkuat daya saing di era Industri 4.0 (Asrul, Putra, & Rajab, 2025), inovasi digital sebagai kunci keunggulan kompetitif organisasi

(Haryanti et al., 2025), serta peran budaya organisasi dan pilihan strategi dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan (Tukirin, 2023).

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih dikaji secara parsial dengan fokus pada satu jenis strategi atau sektor industri tertentu. Belum terdapat sintesis komprehensif yang mengintegrasikan temuan-temuan empiris dan teoretis dari berbagai studi mengenai strategi manajemen bisnis yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan secara holistik. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menelaah literatur secara sistematis sehingga dapat mengidentifikasi pola, tren, dan implikasi strategi yang lebih umum serta relevan bagi akademisi dan praktisi. Oleh karena itu, pendekatan Systematic Literature Review (SLR) dipilih untuk menyusun dan menganalisis bukti-bukti empiris yang ada, serta untuk merumuskan sintesis konseptual yang kuat mengenai strategi manajemen bisnis dalam konteks daya saing perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dirumuskan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: Apa saja strategi manajemen bisnis yang berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan? Faktor apa yang paling dominan dalam keberhasilan strategi manajemen bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan? Bagaimana tren penelitian terkait strategi manajemen bisnis dalam literatur ilmiah terbaru?

Penelitian ini bertujuan untuk: Mengidentifikasi strategi manajemen bisnis yang berpengaruh terhadap peningkatan daya saing perusahaan berdasarkan kajian literatur ilmiah. Menganalisis pola dan kecenderungan penelitian terdahulu terkait strategi manajemen bisnis yang efektif dalam konteks daya saing. Menyusun sintesis konseptual mengenai strategi manajemen bisnis berdasarkan literatur yang telah dikaji secara sistematis untuk memberikan kerangka pemahaman yang komprehensif.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik pada aspek teoretis maupun praktis, yaitu: 1. Manfaat Teoretis. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen bisnis dengan merangkum dan mensintesis temuan-temuan studi sebelumnya sehingga memberikan pemahaman holistik mengenai strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. 2. Manfaat Praktis. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi para praktisi bisnis dan pengambil keputusan dalam merancang dan menerapkan strategi manajemen yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis, sehingga membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2. METODE

2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) sebagai desain penelitian utama. SLR merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menilai, dan mensintesis secara sistematis hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik tertentu melalui prosedur yang transparan dan terstruktur. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perkembangan konsep, strategi, dan temuan empiris terkait manajemen bisnis dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, SLR memungkinkan peneliti untuk meminimalkan bias subjektif melalui penggunaan protokol yang jelas dalam proses pencarian dan seleksi literatur, sehingga hasil kajian memiliki validitas dan reliabilitas yang lebih tinggi dibandingkan tinjauan pustaka konvensional (Snyder, 2019; Page et al., 2021).

2.2. Protokol Systematic Literature Review

Pelaksanaan Systematic Literature Review dalam penelitian ini mengikuti tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan. Pada tahap perencanaan, peneliti menetapkan tujuan penelitian, merumuskan pertanyaan penelitian, menentukan kata kunci pencarian, serta menyusun kriteria inklusi dan eksklusi sebagai dasar seleksi literatur. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan mengumpulkan artikel ilmiah dari database yang telah ditentukan, kemudian menyaring artikel berdasarkan kesesuaian judul, abstrak, dan isi penuh dengan fokus penelitian. Selanjutnya, pada tahap pelaporan, hasil kajian disusun secara sistematis dengan menyajikan temuan utama, pola, serta sintesis konseptual dari literatur yang dianalisis. Untuk meningkatkan transparansi dan keterulangan proses kajian, penelitian ini mengadopsi pendekatan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) sebagai kerangka pelaporan yang menekankan kejelasan dalam tahapan identifikasi, penyaringan, dan pemilihan artikel (Page et al., 2021).

2.3. Sumber dan Strategi Pencarian Literatur

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari artikel ilmiah yang diperoleh melalui beberapa database akademik bereputasi, yaitu Scopus, Google Scholar, dan ScienceDirect. Pemilihan database tersebut didasarkan pada cakupan jurnal yang luas dan relevan dalam bidang manajemen, bisnis, dan ilmu sosial. Strategi pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci yang berkaitan dengan fokus penelitian, antara lain *business management strategy*, *competitive advantage*, *business competitiveness*, dan *systematic literature review*. Kata kunci tersebut dikombinasikan menggunakan operator Boolean seperti AND dan OR untuk memperluas sekaligus memfokuskan hasil pencarian. Strategi ini bertujuan untuk memperoleh literatur yang relevan, mutakhir, dan sesuai dengan tujuan penelitian (Kitchenham et al., 2020).

2.4. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Dalam rangka memastikan kualitas dan relevansi literatur yang dianalisis, penelitian ini menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi secara jelas. Kriteria inklusi meliputi artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yaitu antara tahun 2021 hingga 2025, artikel yang diterbitkan dalam jurnal nasional atau internasional bereputasi, serta artikel yang secara substansial membahas strategi manajemen bisnis dan daya saing perusahaan. Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak tersedia dalam teks lengkap, dokumen non-ilmiah seperti opini atau editorial, serta publikasi yang tidak relevan dengan fokus penelitian berdasarkan penilaian judul, abstrak, dan isi artikel. Penerapan kriteria ini bertujuan untuk menjaga konsistensi kajian dan memastikan bahwa literatur yang dianalisis memiliki kontribusi ilmiah yang signifikan (Xiao & Watson, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Seleksi Literatur

Berdasarkan proses pencarian dan seleksi literatur yang dilakukan secara sistematis melalui database Scopus, Google Scholar, dan ScienceDirect, diperoleh sejumlah artikel yang relevan dengan topik strategi manajemen bisnis dan daya saing perusahaan. Pada tahap identifikasi awal, ditemukan sekitar 180 artikel yang sesuai dengan kata kunci pencarian. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan judul dan abstrak, serta penghapusan duplikasi, jumlah artikel berkurang secara signifikan. Selanjutnya, melalui evaluasi teks lengkap dan penerapan kriteria inklusi serta eksklusi, diperoleh 35 artikel ilmiah yang dinilai layak dan relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam kajian ini. Proses seleksi ini mengikuti prinsip transparansi dan ketelitian sebagaimana direkomendasikan dalam pelaksanaan *Systematic Literature Review* untuk menghasilkan sintesis yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Page et al., 2021).

Distribusi artikel yang dianalisis menunjukkan bahwa publikasi penelitian mengenai strategi manajemen bisnis dan daya saing perusahaan cenderung meningkat dalam lima tahun terakhir. Artikel terbanyak ditemukan pada periode 2022–2024, yang mengindikasikan meningkatnya perhatian akademisi terhadap isu daya saing perusahaan di tengah dinamika lingkungan bisnis global dan percepatan transformasi digital. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa perubahan teknologi dan ketidakpastian pasar mendorong peningkatan penelitian di bidang manajemen strategis dan bisnis (Ferreira et al., 2021).

Ditinjau dari metode penelitian, mayoritas artikel yang dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya melalui survei dan analisis statistik untuk mengukur pengaruh strategi manajemen terhadap daya saing dan kinerja perusahaan. Selain itu, sejumlah penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, seperti studi kasus dan wawancara mendalam, untuk memahami penerapan strategi manajemen bisnis dalam konteks organisasi tertentu. Beberapa artikel juga menerapkan metode *mixed methods* serta kajian konseptual dan *literature review*, yang berkontribusi dalam memperkaya perspektif teoritis mengenai strategi manajemen bisnis. Keragaman pendekatan metodologis ini menunjukkan bahwa kajian strategi manajemen bisnis bersifat multidimensional dan dapat dianalisis dari berbagai sudut pandang ilmiah (Snyder, 2019; Paul & Criado, 2020).

Berdasarkan konteks penelitian, sebagian besar artikel berfokus pada perusahaan sektor manufaktur, jasa, dan usaha kecil dan menengah (UKM), baik di negara berkembang maupun negara maju. Beberapa studi juga menyoroti konteks industri digital dan perusahaan berbasis teknologi, yang menekankan pentingnya inovasi, fleksibilitas organisasi, dan pengelolaan sumber daya strategis dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Variasi konteks ini menunjukkan bahwa

strategi manajemen bisnis memiliki relevansi lintas sektor dan dapat diadaptasi sesuai dengan karakteristik lingkungan bisnis yang dihadapi (Ferreira et al., 2021; Kraus et al., 2022).

Secara keseluruhan, hasil seleksi literatur ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai strategi manajemen bisnis dan daya saing perusahaan berkembang secara signifikan dalam lima tahun terakhir, baik dari sisi jumlah publikasi, variasi metode, maupun konteks penelitian. Temuan ini menjadi dasar yang kuat untuk dilakukan analisis tematik lebih lanjut guna mengidentifikasi pola dan strategi dominan yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

3.2. Klasifikasi Strategi Manajemen Bisnis

Berdasarkan hasil sintesis terhadap artikel-artikel yang dianalisis dalam kajian ini, strategi manajemen bisnis yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok utama, yaitu strategi inovasi, strategi sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan strategi operasional. Klasifikasi ini disusun untuk memudahkan pemahaman mengenai pola strategi yang paling sering dibahas dan diterapkan dalam berbagai konteks organisasi dan industri.

Strategi inovasi merupakan salah satu strategi yang paling dominan ditemukan dalam literatur. Strategi ini mencakup pengembangan produk dan layanan baru, penerapan teknologi digital, serta inovasi proses bisnis yang bertujuan meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi manajemen bisnisnya cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat dan berkelanjutan, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Inovasi tidak hanya dipandang sebagai aktivitas teknis, tetapi juga sebagai pendekatan strategis yang melibatkan budaya organisasi, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan manajerial (Ferreira et al., 2021; Kraus et al., 2022).

Selain inovasi, strategi sumber daya manusia juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Literatur menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, melalui pengembangan kompetensi, peningkatan keterampilan, dan pemberdayaan karyawan, berkontribusi signifikan terhadap kinerja organisasi. Strategi sumber daya manusia yang selaras dengan tujuan bisnis memungkinkan perusahaan untuk menciptakan tenaga kerja yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kinerja. Beberapa studi menekankan bahwa investasi pada pelatihan dan pengembangan karyawan merupakan strategi jangka panjang yang berdampak positif terhadap produktivitas dan daya saing perusahaan (Donate et al., 2022; Jiang & Messersmith, 2020).

Strategi pemasaran juga menempati posisi penting dalam klasifikasi strategi manajemen bisnis. Strategi ini meliputi penentuan segmentasi pasar, diferensiasi produk, penguatan merek, serta pemanfaatan saluran pemasaran digital untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, strategi pemasaran yang adaptif dan berbasis data memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan merespons perubahan pasar secara cepat. Literatur menunjukkan bahwa integrasi antara strategi pemasaran dan strategi bisnis secara keseluruhan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar (Morgan et al., 2020; Wedel & Kannan, 2016).

Selanjutnya, strategi operasional berfokus pada peningkatan efisiensi dan efektivitas proses internal perusahaan. Strategi ini mencakup pengelolaan rantai pasok, peningkatan kualitas produk, optimalisasi proses produksi, serta penerapan sistem manajemen operasional yang berbasis teknologi. Berbagai penelitian menegaskan bahwa keunggulan operasional merupakan fondasi penting bagi daya saing perusahaan, karena memungkinkan organisasi untuk menghasilkan produk atau layanan dengan biaya yang lebih rendah dan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan pesaing. Strategi operasional yang kuat juga berperan dalam meningkatkan fleksibilitas dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Slack et al., 2022; Flynn et al., 2021).

Secara keseluruhan, hasil klasifikasi ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing perusahaan tidak bergantung pada satu strategi tunggal, melainkan pada kombinasi dan integrasi berbagai strategi manajemen bisnis. Sinergi antara inovasi, pengelolaan sumber daya manusia, pemasaran, dan operasional menjadi faktor penentu dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

3.3. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil sintesis literatur yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa strategi inovasi merupakan strategi manajemen bisnis yang paling dominan dan berpengaruh dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Mayoritas penelitian menekankan bahwa inovasi, baik dalam bentuk

pengembangan produk, layanan, maupun proses bisnis, berperan sebagai sumber utama keunggulan kompetitif, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan berorientasi pada teknologi. Perusahaan yang secara konsisten menerapkan inovasi strategis cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga merupakan bagian integral dari strategi manajerial dan pengambilan keputusan organisasi (Ferreira et al., 2021; Kraus et al., 2022).

Selain strategi inovasi, strategi sumber daya manusia juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing perusahaan. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, khususnya melalui pengembangan kompetensi, peningkatan keterampilan, dan keterlibatan karyawan, mampu meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Namun, dibandingkan dengan strategi inovasi, pengaruh strategi sumber daya manusia sering kali bersifat tidak langsung, yaitu melalui peningkatan produktivitas, kreativitas, dan kemampuan adaptasi organisasi. Beberapa studi menunjukkan bahwa strategi sumber daya manusia akan memberikan dampak yang lebih kuat apabila diintegrasikan dengan strategi bisnis dan inovasi perusahaan secara menyeluruh (Donate et al., 2022; Jiang & Messersmith, 2020).

Jika dibandingkan antar penelitian, terdapat perbedaan temuan terkait tingkat pengaruh strategi pemasaran terhadap daya saing perusahaan. Sebagian studi menyatakan bahwa strategi pemasaran, khususnya yang berbasis digital dan berorientasi pada pelanggan, memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat posisi kompetitif perusahaan melalui peningkatan loyalitas dan nilai merek. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa strategi pemasaran cenderung lebih efektif apabila didukung oleh keunggulan internal perusahaan, seperti kualitas produk dan efisiensi operasional. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi pemasaran sangat dipengaruhi oleh konteks industri, karakteristik pasar, serta tingkat kematangan organisasi dalam mengelola strategi bisnisnya (Morgan et al., 2020; Wedel & Kannan, 2016).

Sementara itu, strategi operasional dipandang sebagai fondasi penting yang menopang keberhasilan strategi lainnya. Literatur menunjukkan bahwa efisiensi operasional, pengelolaan rantai pasok, dan kualitas proses internal berkontribusi langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing melalui biaya yang lebih rendah dan kualitas yang lebih tinggi. Meskipun strategi operasional jarang menjadi fokus utama dalam menciptakan diferensiasi, perannya sangat krusial dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan daya saing perusahaan. Beberapa penelitian menekankan bahwa keunggulan operasional akan memberikan dampak maksimal apabila selaras dengan strategi inovasi dan pemasaran (Slack et al., 2022; Flynn et al., 2021).

Dari perspektif teoretis, temuan penelitian ini memperkuat pandangan dalam teori resource-based view (RBV) dan manajemen strategis yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya dan kapabilitas internal sebagai sumber keunggulan kompetitif. Integrasi antara inovasi, sumber daya manusia, pemasaran, dan operasional menunjukkan bahwa daya saing perusahaan merupakan hasil dari sinergi berbagai strategi manajemen bisnis, bukan dari penerapan satu strategi secara terpisah. Secara praktis, hasil kajian ini memberikan implikasi bagi manajer dan pengambil keputusan untuk merancang strategi manajemen bisnis yang holistik dan adaptif, dengan menyesuaikan kombinasi strategi yang paling relevan dengan kondisi internal dan lingkungan eksternal perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Systematic Literature Review yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan di berbagai konteks industri. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi merupakan strategi yang paling berpengaruh, terutama dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang cepat dan kompetitif. Inovasi yang terintegrasi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan adaptabilitas, serta mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Selain itu, strategi sumber daya manusia terbukti memberikan kontribusi signifikan melalui peningkatan kompetensi, keterlibatan, dan produktivitas karyawan, meskipun pengaruhnya cenderung bersifat tidak langsung. Strategi pemasaran dan strategi operasional juga berperan penting sebagai pendukung daya saing perusahaan, khususnya dalam memperkuat posisi pasar dan meningkatkan efisiensi internal organisasi. Hasil kajian ini secara langsung menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu dengan mengidentifikasi berbagai strategi manajemen bisnis yang

berperan dalam meningkatkan daya saing perusahaan, mengungkap faktor-faktor dominan yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut, serta menggambarkan tren penelitian yang menunjukkan meningkatnya perhatian akademik terhadap integrasi strategi manajemen bisnis dalam lima tahun terakhir. Kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan ilmu manajemen bisnis terletak pada penyusunan sintesis konseptual yang komprehensif mengenai strategi manajemen bisnis, yang memperkuat perspektif manajemen strategis dan resource-based view bahwa keunggulan kompetitif perusahaan merupakan hasil dari sinergi berbagai strategi dan kapabilitas internal organisasi. Meskipun penelitian ini telah disusun secara sistematis, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah dan sumber literatur yang dianalisis terbatas pada artikel yang diperoleh dari beberapa database akademik tertentu dan dalam rentang waktu lima tahun terakhir, sehingga kemungkinan masih terdapat penelitian relevan lain yang belum terakomodasi. Kedua, ruang lingkup kajian difokuskan pada strategi manajemen bisnis secara umum tanpa membedakan secara mendalam karakteristik setiap sektor industri, sehingga hasil sintesis yang dihasilkan bersifat konseptual dan belum sepenuhnya mencerminkan kompleksitas penerapan strategi pada konteks industri tertentu. Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas sumber dan rentang literatur, serta mengombinasikan pendekatan Systematic Literature Review dengan penelitian empiris untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas strategi manajemen bisnis dalam praktik. Penelitian lanjutan juga dapat difokuskan pada sektor industri tertentu atau mengkaji peran teknologi digital dan keberlanjutan sebagai bagian dari strategi manajemen bisnis modern. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis dan organisasi dalam merancang strategi manajemen yang terintegrasi, adaptif, dan berorientasi jangka panjang, sehingga mampu meningkatkan daya saing perusahaan secara berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Donate, M. J., Peña, I., & Sánchez de Pablo, J. D. (2022). HRM practices for human and social capital development: Effects on innovation capabilities. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(5), 987–1015. <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1810743>
- Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & Ratten, V. (2021). Innovation, strategic management and competitiveness: A review. *Journal of Business Research*, 124, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.021>
- Flynn, B. B., Koufteros, X., & Lu, G. (2021). On theory in supply chain uncertainty and its implications for operations management. *Journal of Operations Management*, 67(1), 1–13. <https://doi.org/10.1002/joom.1127>
- Jiang, K., & Messersmith, J. (2020). On the shoulders of giants: A meta-review of strategic human resource management. *Journal of Management*, 46(1), 6–11. <https://doi.org/10.1177/0149206319886807>
- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2022). The role of strategic management in SMEs: A systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 949–973. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2021-0049>
- Morgan, N. A., Whitley, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2020). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2022). *Operations management* (10th ed.). Pearson Education.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>