

Analisis Bibliometrik: Manajemen Strategi pada Industri Restoran

Salsabila Usra dan Syarifa Hanoum

Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: syarifa@mb.its.ac.id

Abstrak—Restoran merupakan salah satu sektor penting dalam meningkatkan pendapatan nasional di suatu negara. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, setiap perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal. Praktik manajemen strategi merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Penelitian terkait manajemen strategis sudah banyak didokumentasi dalam berbagai artikel *literature review* dan bibliometrik, namun belum ada yang secara spesifik meneliti perkembangan praktik manajemen strategi pada bidang bisnis restoran. Untuk itu, penelitian ini didesain dengan menggunakan pendekatan bibliometrik dan analisis konten untuk menjawab gap penelitian tersebut. Data terkumpul sebanyak 269 artikel yang bersumber dari Scopus. Perangkat lunak VOSviewer dimanfaatkan untuk menganalisis pada tahap sitasi, ko-sitasi, dan *bibliographic coupling* dari artikel-artikel yang diekstraksi dari database. Selanjutnya analisis konten digunakan untuk dapat mengetahui dan memahami tren penelitian terbaru di bidang restoran. Output lainnya adalah memberikan rekomendasi perkembangan penelitian manajemen strategi dalam industri restoran dimasa yang akan datang.

Kata Kunci—Bibliometrik, Manajemen Strategi, Strategi, Restoran.

I. PENDAHULUAN

MANAJEMEN strategi merupakan salah satu upaya perusahaan dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Manajemen strategi dapat diartikan sebagai suatu proses dalam melakukan perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang dirancang pada suatu keputusan lintas fungsi. Perkembangan ilmu manajemen strategi terus meningkat dan berkembang hingga saat ini. Salah satunya pada bidang bisnis restoran. Restoran sebagai salah satu sektor dalam *hospitality industry* sangat memegang peranan penting dalam menyumbang dan meningkatkan pendapatan nasional di suatu negara.

Di Indonesia, industri kuliner sebagai salah satu industri dengan pertumbuhan yang sangat cepat dan juga menyerap banyak pekerja [1]. Namun, perubahan pasar pada sektor restoran terjadi secara terus menerus bahkan perubahan tersebut terjadi tanpa terduga. Perubahan ini didorong oleh evolusi demografi, kebutuhan pembeli modern, dan dipengaruhi oleh krisis ekonomi global [2]. Karena perubahan terjadi secara tiba-tiba pada pasar ini, banyak sebagian besar perusahaan kehilangan peluang untuk mendapatkan atau mempertahankan keunggulan kompetitif. Berdasarkan data IMF yang dimuat pada bulan Oktober 2022, perekonomian global sedang mengalami beberapa tantangan yang bergejolak. Terjadinya inflasi yang lebih tinggi dari beberapa dekade, perang dagang Rusia dan Ukraina, dan pandemi COVID-19 tentunya hal ini sangat berpengaruh kepada perlambatan dalam aktivitas ekonomi global.

Akibatnya banyak perusahaan menghadapi bencana keuangan yang menyebabkan kebangkrutan [3]. Berbagai masalah diatas, mengindikasikan bahwa bisnis restoran dituntut untuk mampu bertahan agar terus mampu mempertahankan keunggulan kompetitif. Praktik manajemen strategi merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Studi yang dilakukan oleh peneliti terdahulu telah memberikan wawasan tentang disiplin ilmu yang diteliti. Seperti studi yang dilakukan oleh Rodriguez-López (2020) yang melakukan analisis bibliometrik terhadap restoran [4] dan Ferreira (2016) yang membahas perkembangan penelitian dalam disiplin ilmu manajemen strategi [5]. Namun demikian, hingga saat ini belum ada penelitian yang diidentifikasi menerapkan studi bibliometrik mengenai manajemen strategi pada restoran. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengatasi *gap* dalam literatur akademik mengenai perkembangan/evolusi manajemen strategi pada industri Restoran. Adapun permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini yaitu bagaimana perkembangan penelitian manajemen strategi dalam industri restoran menggunakan analisis *literature review* dan bibliometrik hingga tahun 2022 ini, untuk kemudian dapat memberikan rekomendasi penelitian yang serupa dimasa mendatang.

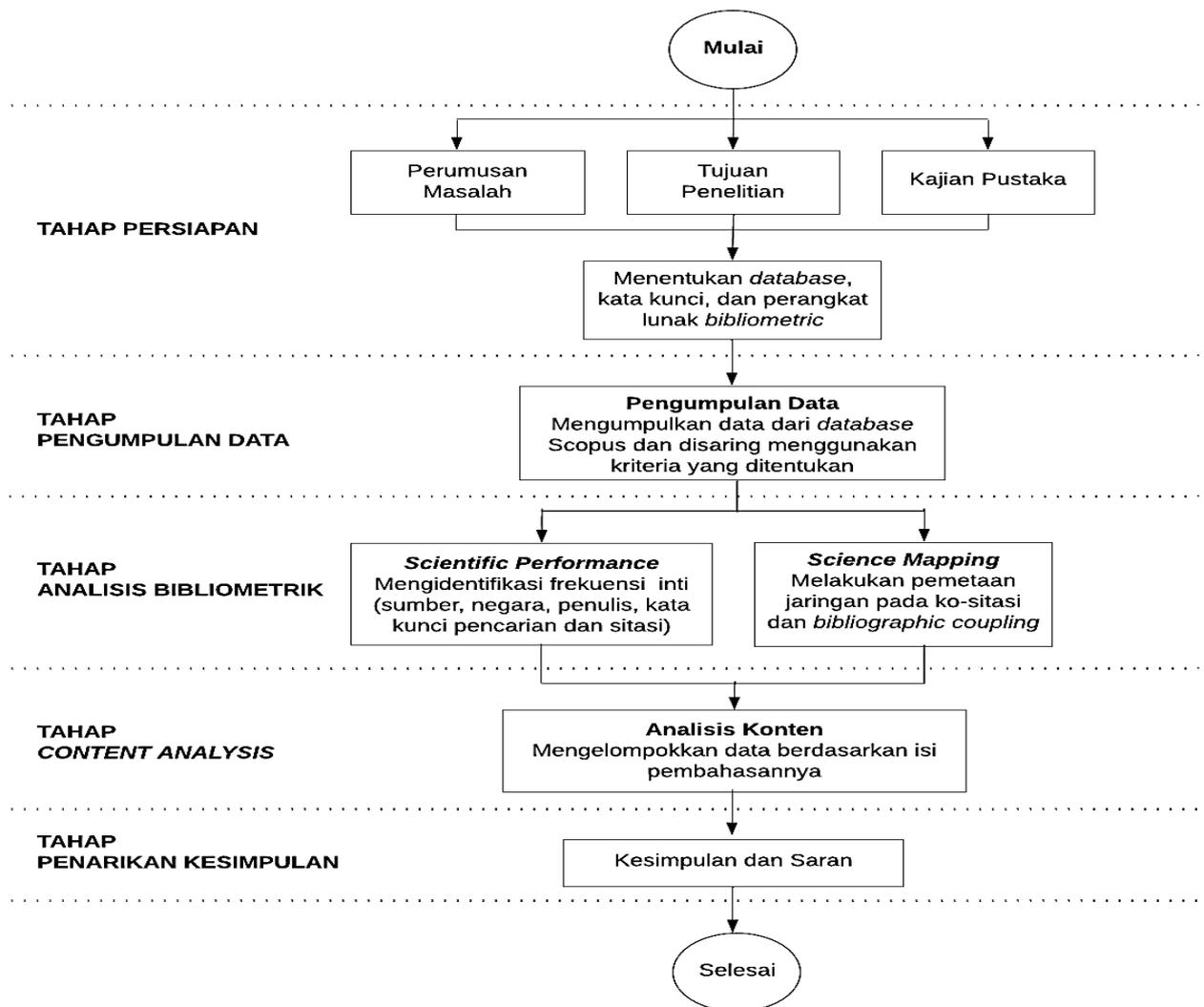
Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perkembangan disiplin ilmu manajemen strategi yang diterapkan dalam industri restoran melalui analisis bibliometrik dan mengidentifikasi performa publikasi, negara, serta jurnal pada literatur manajemen strategi pada restoran. Disamping itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi kepada industri restoran tentang apa saja yang harus dikembangkan dalam strategi manajemen.

Manfaat penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terkhusus dalam disiplin ilmu manajemen strategi. Kemudian diharapkan juga dapat memberikan gambaran perkembangan atau evolusi tren penelitian manajemen strategi dalam sektor restoran, sehingga bermanfaat dalam memberikan arahan dan rekomendasi mengenai penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat sebagai bahan acuan atau referensi bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian bibliometrik.

II. KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Strategis

Manajemen strategi merupakan sebuah keterampilan dan ilmu dalam merumuskan strategi, mengimplementasikan, serta melakukan evaluasi pada suatu keputusan lintas fungsi. Tujuan dari manajemen strategi di antaranya adalah untuk



Gambar 1. Diagram alir proses penelitian.

memastikan bahwasannya karyawan dan para *stakeholder* bekerja sesuai dengan tujuan bersama. Dan melakukan penyesuaian arah organisasi pada saat terjadinya perubahan, baik perubahan eksternal maupun perubahan internal. Proses manajemen strategi terdiri dari tahap perumusan strategi, tahap implementasi strategi, dan tahap evaluasi strategi [6].

Pada tahap perumusan strategi dilakukan pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan tantangan dari sudut pandang eksternal, identifikasi keunggulan dan kelemahan dari sudut pandang internal, penyusunan rencana jangka panjang, penetapan strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu yang akan dicapai.

Pada tahap implementasi strategi dilakukan Implementasi pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahan upaya pemasaran, persiapan anggaran, pengembangan sistem informasi serta penghubungan kompensasi karyawan dengan kinerja. Pada tahap evaluasi strategi dilakukan peninjauan faktor eksternal dan internal sebagai dasar strategi saat ini, pengukuran kinerja, dan pengambilan tindakan korektif.

B. Analisis Eksternal dan Internal

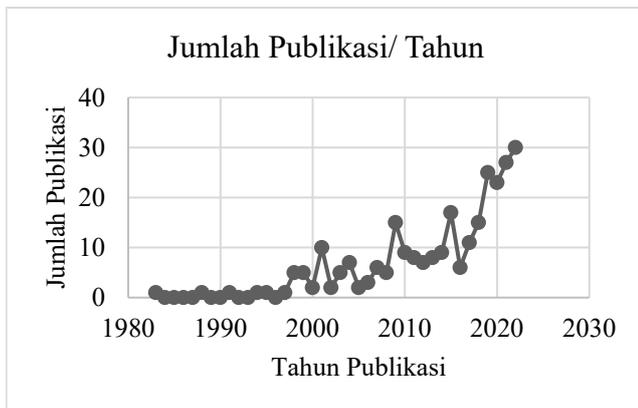
Porter five forces model adalah salah satu model alat analisis yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis strategi bersaing. Hakikat persaingan suatu industri dapat dilihat berdasarkan kombinasi atas lima kekuatan, yaitu

persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, ancaman ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan kekuatan tawar-menawar pembeli [7].

Analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technology & Environmental*) merupakan alat penting dalam menilai dampak eksternal. Serta juga berguna untuk melakukan analisis situasi dan menentukan arah dan pedoman dalam meningkatkan dan mengembangkan strategi [8]. Di samping itu, VCA (*Value Chain Analysis*) merupakan salah satu alat untuk melakukan analisis internal. Analisis ini terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung.

C. Analisis SWOT

SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities & Threats*) merupakan salah satu metode analisis sebagai alat untuk merencanakan dan menganalisis tindakan strategis. Analisis SWOT merupakan instrumen yang umum digunakan dalam memindai kekuatan internal dan kelemahan eksternal perusahaan [9]. Kekuatan adalah kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan. Yang membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan sumber daya/ kapabilitas perusahaan terhadap pesaingnya. Peluang adalah situasi utama yang akan menguntungkan bagi perusahaan. Berbanding terbalik dengan ancaman dimana situasi tersebut



Gambar 2. Jumlah publikasi per tahun.

tidak menguntungkan bagi perusahaan.

D. Analisis Bibliometrik

Bibliometrik adalah metode pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam menganalisis data bibliografi, terutama didasarkan pada berbagai aspek artikel tertulis seperti subjek, penulis, kutipan, judul, dan lain-lain. Bibliometrik berasal dari dua kata yaitu, *biblio* dan *metrics*. *Biblio* diartikan sebagai buku dan *metrics* diartikan sebagai mengukur. Terdapat beberapa manfaat dari studi bibliometrik, yaitu:

- Dapat mengidentifikasi tren dan pola pertumbuhan ilmu pengetahuan di berbagai disiplin ilmu.
- Dapat menganalisis kebaruan, keusangan serta distribusi penyebaran referensi ilmiah
- Dapat mengestimasi produktivitas, penerbit, penulis, afiliasi, negara atau seluruh disiplin ilmu
- Pijakan untuk riset di masa mendatang dan menghindari pengulangan riset yang sudah diteliti.

E. Analisis Sitasi

Analisis sitasi memberikan informasi terkait jumlah artikel yang disitasi dan seberapa besar pengaruh nya terhadap publikasi global. Sitasi dapat diartikan sebagai karya yang dirujuk atau digunakan sebagai bibliografi pada sebuah artikel atau buku. Sitasi merupakan indikator utama dalam semua metrik pengukuran kinerja riset.

F. Analisis Ko-sitasi

Ko-sitasi merupakan dua dokumen yang disitasi secara bersama-sama oleh paling sedikit 1 (satu) dokumen. Atau dengan kata lain, ko- sitasi dapat diartikan jika dua dokumen disitasi secara bersama-sama oleh paling sedikit 1 (satu) dokumen, maka dapat dikatakan bahwa kedua dokumen tersebut adalah ko-sitasi.

G. Bibliometric Coupling

Bibliographic Coupling dapat diartikan sebagai satu dokumen yang disitasi secara bersama- sama oleh dua dokumen yang terbit kemudian. Artinya jika dua dokumen melakukan sitasi paling sedikit pada satu dokumen yang sama, maka dapat dikatakan bahwa kedua dokumen tersebut adalah pasangan bibliografis atau bibliographic coupling.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan penelitian ini terdiri dari lima tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap analisis bibliometrik, tahap *content analysis*, dan tahap penarikan

kesimpulan. Gambar 1 adalah diagram alir proses penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari database Scopus. Karena scopus menyajikan publikasi yang luas dalam literatur akademik. Ketersediaan publikasi dari scopus lebih luas jika dibandingkan dengan Web of Science yaitu sekitar 12.000 [10]. Selain itu, bidang social science tidak direpresentasikan secara luas pada WoS [11]. Dalam pencarian queries, scopus menggunakan operator boolean dengan mengkombinasikan kata (AND, OR, NOT). Kemudian, kata kunci yang telah disusun dan ditentukan sebelumnya akan dimasukkan ke kotak pencarian. String yang digunakan adalah (*Strategy* OR "*Strategic Management*" OR "*Strategic Decision*" OR "*SWOT*" OR "*Competitive Advantage**") AND (*Restaurant**). Tidak ada pembatasan tahun pada penelitian ini. Dan yang terakhir yaitu penggunaan bahasa inggris pada artikel. Hasil data yang telah didapatkan kemudian dilakukan analisis bibliometrik dan analisis konten.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan data

Data dari database scopus akan dikumpulkan dan disaring menggunakan kata kunci dan kriteria yang ditentukan. Dalam pencarian queries, scopus menggunakan operator boolean dengan mengkombinasikan kata (AND, OR, NOT). Kemudian, kata kunci yang telah disusun dan ditentukan sebelumnya akan dimasukkan ke kotak pencarian. String yang digunakan adalah (*Strategy* OR "*Strategic Management*" OR "*Strategic Decision*" OR "*SWOT*" OR "*Competitive Advantage**") AND (*Restaurant**). Pada database scopus, kata kunci pencarian yang digunakan pada search field judul, abstrak, dan kata kunci dokumen. Terdapat sebanyak 3.125 artikel dari hasil pencarian tersebut.

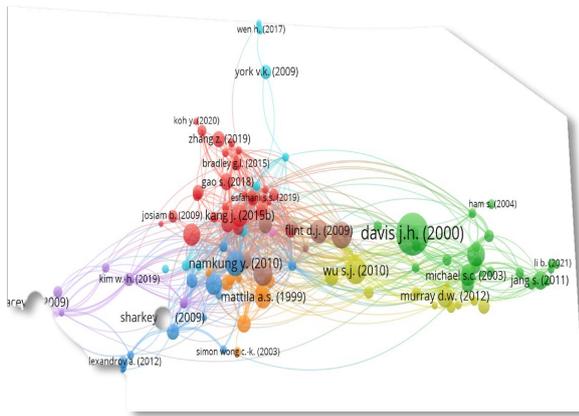
Kemudian, tahap selanjutnya adalah *screening*. Pada tahap ini terdapat beberapa *inclusion* kriteria untuk menyaring artikel yang akan diteliti. Pertama, subjek area yang diterapkan adalah pada bidang *Business, Management and Accounting*. Terdapat 1.254 artikel dari hasil penyaringan pada subjek area tersebut. Kedua, tipe dokumen yang diterapkan adalah artikel dan *review*. Dari penyaringan yang kedua ini, menghasilkan 1.131 artikel. Ketiga, tahap publikasi yang diterapkan adalah bersifat final. Ditemukan 1.098 artikel dari hasil penyaringan. Kemudian tahap keempat adalah penyaringan berdasarkan *exact keyword* untuk memastikan artikel membahas strategi pada bidang bisnis restoran.

Exact keyword yang digunakan adalah *restaurants, restaurant, restaurant industry, strategy, strategic management, dan competitive advantage*. Dari hasil penyaringan *exact keyword* ini, menghasilkan 271 artikel. Terakhir yaitu penyaringan bahasa. Bahasa yang diterapkan adalah bahasa inggris. Terdapat 2 artikel yang tereliminasi karena menggunakan bahasa spanyol. Sehingga jumlah artikel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 269 artikel.

B. Scientific Performance

1) Jumlah Publikasi Tahunan

Jumlah publikasi per tahunnya dari 1983-2022 yang berjumlah 269 dapat dilihat pada Gambar 2. Analisis ini



Gambar 3. Hasil pemetaan jaringan bibliographic coupling.

dilakukan bertujuan untuk menjelaskan perkembangan tahunan publikasi riset mengenai manajemen strategi di bidang bisnis restoran dari tahun ke tahun.

Penelitian manajemen strategi dalam bidang bisnis restoran telah ada sejak tahun 1983. Sejak tahun 1983 jumlah penelitian tidak mengalami kenaikan yang signifikan dan cenderung stagnan hingga pada akhir 1990-an. Pada tahun 2016 hingga 2022 terjadi peningkatan yang cukup tajam di setiap tahunnya. Dari analisis jumlah publikasi tahunan dapat diketahui bahwa penelitian manajemen strategi di bidang bisnis restoran memiliki tren yang meningkat.

2) Sumber

H-index merupakan ukuran untuk mengetahui produktivitas dan dampak dari sebuah jurnal yang terbit. Sumber/jurnal yang paling berpengaruh adalah *International Journal of Hospitality Management* dengan nilai h-index sebesar 19. Sedangkan menurut *Bradford Law*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* menempati urutan pertama pada zona 1

3) Negara

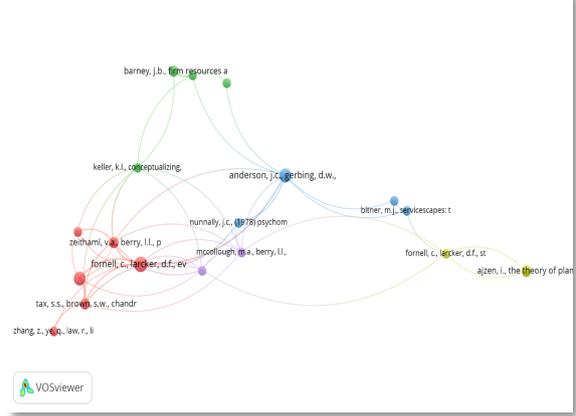
USA adalah negara yang menempati peringkat teratas dalam daftar total publikasi (TP= 227), diikuti oleh korea selatan dan UK dengan 33 dan 27 total publikasi. Disamping itu, USA juga menjadi negara teratas yang saling berkolaborasi dengan negara lain.

4) Penulis

Posisi pertama ditempati seorang penulis terkemuka yang berkontribusi di bidang manajemen strategi pada sektor bisnis restoran. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendemonstrasikan cara mudah sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas operasi restoran menggunakan aplikasi SERVQUAL. Agar perusahaan dapat meningkatkan aspek layanan yang lemah dan menyempurnakan upaya pemasaran agar harapan/ kepuasan pelanggan dapat terpenuhi [1]. Di samping itu memberikan kontribusi pada literatur mengenai *service recovery* (pemulihan layanan) pada restoran.

5) Kata Kunci

Pada semua bagian, “*Restaurant*” dan “*Restaurants*” tetap menjadi kata kunci yang paling umum digunakan. Penelitian ini secara khusus berfokus pada strategi manajemen di industri restoran. Jadi, kata kunci seperti “*industry*” “*strategy*” juga ditemukan dalam dokumen yang dipilih. Disamping itu, bisnis restoran termasuk ke dalam bidang



Gambar 4. Hasil pemetaan jaringan ko-sitasi.

hospitality yang erat kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan. Maka kata kunci “*consumer*” atau “*customer*,” “*consumer behavior*,” dan “*customer satisfaction*” ditemukan pada dokumen yang dipilih.

6) Sitasi

Penelitian menyoroti publikasi terkemuka berdasarkan total kutipan dan kutipan per tahun terkait dengan manajemen strategi di bidang bisnis restoran dan dikemukakan bahwa kepercayaan karyawan (*employee trust*) untuk manajer umum memberikan keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) bagi perusahaan.

Penelitian oleh Wu (2010) mengembangkan definisi teoritis tentang *operational capabilities* [12]. Mereka mengilustrasikan fitur utama pada *operational capabilities* menggunakan ilustrasi dapur restoran. Di samping itu, Theodoulidis (2017) memberikan wawasan teoritis mengenai cara CSR (*Corporate Social Responsibility*) berinteraksi dengan strategi perusahaan dan CFP (*Corporate Financial Performance*) [13].

C. Science Mapping

1) Bibliographic Coupling

Hasil pemetaan jaringan pada *bibliographic coupling* terdapat sembilan klaster. Masing-masing klaster memiliki topik pembahasan yang berbeda. Klaster merah membahas customer value. Klaster hijau membahas firm growth. Klaster biru membahas service fairness. Klaster kuning membahas human capital dan organizational orientations. Klaster ungu membahas fastfood restaurant. Klaster biru muda membahas satisfaction. Klaster orange membahas recovery strategy. Klaster coklat membahas sustainability. Dan klaster ungu muda membahas kultur organisasi. Gambar 3 menunjukkan hasil pemetaan jaringan *bibliographic coupling*.

2) Analisis Ko-sitasi

Hasil pemetaan jaringan pada analisis ko-sitasi terdapat lima klaster. Klaster merah membahas evaluasi dan pengaruh dari praktik manajemen strategi. Klaster hijau cenderung membahas sumber daya pada perusahaan. Klaster biru memiliki pembahasan keterkaitan antara pelanggan dan karyawan. Klaster kuning membahas proses dan teknik yang dapat menganalisis pola hubungan. Dan klaster terakhir/klaster ungu membahas tentang kepuasan pelanggan. Gambar 4 menunjukkan hasil pemetaan jaringan ko-sitasi.

3) Analisis Konten

Mayoritas penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu sebanyak 67%. Beberapa penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh peneliti terkait adalah menggunakan survei, kuisioner, dan eksperimen. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif adalah sebanyak 29% dari total publikasi. Pada metode kualitatif ini, peneliti melakukan observasi, studi literatur, serta wawancara. Disamping itu, sebanyak 4% penelitian menggunakan kedua jenis metode (*mixed*).

Pada tahap analisis konten ini akan mengacu kepada *literature review* yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Fuertes (2020) membagi area studi dari manajemen strategi menjadi empat area yang terdiri dari *strategic approach*, *strategic creation and organizational structures*, *strategy formulation*, dan *strategy evaluation* [14].

Strategi evaluasi menjadi mayoritas area yang paling banyak diteliti yaitu sebanyak 82 publikasi. Kemudian diikuti oleh *strategic approaches* dengan jumlah 79 publikasi, *strategic creation & organizational structure* dengan jumlah 69 publikasi. Dan yang terakhir *strategic formulation* dengan jumlah 39 publikasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis terhadap 269 artikel, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini. Pertama, hasil dari *scientific performance*, yaitu *International Journal of Hospitality Management* menempati urutan pertama sebagai sumber yang memiliki pengaruh atau dampak terbesar. USA merupakan negara yang menempati peringkat teratas dalam daftar total publikasi, diikuti oleh Korea Selatan dan UK. Penulis teratas yang berkontribusi di bidang manajemen strategi pada sektor bisnis restoran adalah Lee S yang membahas tentang aplikasi SERVQUAL. “*Restaurant*” dan “*Restaurants*” tetap menjadi kata kunci yang paling umum digunakan.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada strategi manajemen di industri restoran. Jadi, kata kunci seperti “*industry*” “*strategy*” juga ditemukan dalam dokumen yang dipilih. Disamping itu, bisnis restoran termasuk ke dalam bidang *hospitality* yang erat kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan. Maka kata kunci “*consumer*” atau “*customer*,” “*consumer behavior*,” dan “*customer satisfaction*” ditemukan pada dokumen yang dipilih.

Kedua, hasil dari analisis *science mapping* yaitu, terdapat 5 kluster pada analisis ko-sitasi. Dan terdapat 9 kluster pada *bibliographic coupling*.

Ketiga, hasil dari konten analisis, yaitu metode penelitian yang digunakan dari 269 artikel, 67% diantaranya menggunakan metode kuantitatif, 29% menggunakan metode kualitatif dan sisanya sebanyak 4% menggunakan kedua jenis metode (*mixed*). Terdapat empat pengelompokan area studi, yaitu *strategic approaches*, *strategic creation & organizational structure*, *strategic formulation* dan *strategic evaluation*. Strategi evaluasi menjadi mayoritas area yang paling banyak diteliti yaitu sebanyak 82 publikasi.

B. Saran

Saran dan rekomendasi dari penelitian ini adalah pertama melakukan analisis bibliometrik dengan menggunakan beberapa perangkat lunak yang dapat melengkapi fitur yang dibutuhkan. Beberapa perangkat lunak yang dapat digunakan dalam analisis bibliometrik adalah CitNetExplorer dan SciMAT.

Saran berikutnya yang dapat diberikan yaitu melakukan analisis studi bibliometrik dan *literature review* melalui beberapa basis data gabungan, seperti: Scopus, Web of Science, PubMed, SINTA dan lainnya. Selanjutnya, melakukan analisis studi bibliometrik terhadap pada negara tertentu. Berdasarkan konten analisis yang dilakukan peneliti, penelitian yang telah ada masih sangat sedikit yang membahas tentang *strategic formulation*. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan pembahasan mengenai tahap *strategic formulation* dengan menggunakan beberapa matrix.

Saran lainnya yaitu penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian menggunakan aplikasi SERVQUAL sebagai alat untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada bidang bisnis restoran dan Berdasarkan hasil dari pemetaan *bibliometric coupling*, penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis bibliometrik mengenai *recovery strategy & sustainability*. Karena topik tersebut telah banyak menarik banyak peneliti akhir-akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. N. Supriadi, D. Ariefiara, Desmintari, and Jubaedah, “The role of digital innovation on business success of SMEs restaurant industry in Indonesia: The mediating role of financial performance,” *Qual. - Access to Success*, vol. 23, no. 187, pp. 119–124, Apr. 2022, doi: 10.47750/QAS/23.187.14.
- [2] M. Ivkov, I. Blesic, K. Simat, D. Demirovic, S. Bozic, and V. Stefanovic, “Innovations in the restaurant industry: An exploratory study,” *Ekon. Poljopr.*, vol. 63, no. 4, pp. 1169–1186, 2016, doi: 10.5937/ekoPolj1604169I.
- [3] K. I. Khan, A. Nasir, and S. Saleem, “Bibliometric analysis of post Covid-19 management strategies and policies in hospitality and tourism,” *Front. Psychol.*, vol. 12, pp. 1–14, Nov. 2021, doi: 10.3389/fpsyg.2021.769760.
- [4] M. E. Rodríguez-López, J. M. Alcántara-Pilar, S. Del Barrio-García, and F. Muñoz-Leiva, “A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis,” *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 87, pp. 1–10, May 2020, doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102387.
- [5] J. J. M. Ferreira, C. I. Fernandes, and V. Ratten, “A co-citation bibliometric analysis of strategic management research,” *Scientometrics*, vol. 109, no. 1, pp. 1–32, Oct. 2016, doi: 10.1007/s11192-016-2008-0.
- [6] F. R. David, *Strategic Management: Concepts & Cases*, 13th Editi. New Jersey: Pearson Prentice Hall, ISBN: 978-0-13-703499-4, 2011.
- [7] M. E. Porter, *On Competition*. Boston: Harvard Business Review Book, ISBN: 0875847951, 1998.
- [8] I. M. Matovic, “PESTEL Analysis of External Environment as a Success Factor of Startup Business,” in *ConScienS Conference on Science and Society*, 2020, pp. 96–102, doi: 10.5281/zenodo.4058794.
- [9] G. M. Ravanavar, “Strategic formulation using tows matrix—A case study,” *Int. J. Res. Dev.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2012.
- [10] V. P. G. Bretas and I. Alon, “Franchising research on emerging markets: Bibliometric and content analyses,” *J. Bus. Res.*, vol. 133, pp. 51–65, Sep. 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.04.067.
- [11] P. Benckendorff and A. Zehrer, “A network analysis of tourism research,” *Ann. Tour. Res.*, vol. 43, pp. 121–149, Oct. 2013, doi: 10.1016/j.annals.2013.04.005.
- [12] S. J. Wu, S. A. Melnyk, and B. B. Flynn, “Operational capabilities: The secret ingredient,” *Decis. Sci.*, vol. 41, no. 4, pp. 721–754, Nov. 2010, doi: 10.1111/j.1540-5915.2010.00294.x.
- [13] B. Theodoulidis, D. Diaz, F. Croto, and E. Rancati, “Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries,” *Tour. Manag.*, vol. 62,

pp. 173–188, Oct. 2017, doi: 10.1016/j.tourman.2017.03.018.
[14] G. Fuertes, M. Alfaro, M. Vargas, S. Gutierrez, R. Ternero, and J. Sabatin, “Conceptual framework for the strategic management: A

literature review—Descriptive,” *J. Eng.*, vol. 2020, pp. 1–21, Jan. 2020, doi: 10.1155/2020/6253013.