

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti menelaah beberapa tinjauan yang dirasa bisa sebagai tinjauan untuk membantu penelitian yang akan diadakan. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang digunakan :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Resiliensi Bisnis UMKM Produk Olahan Ikan selama Masa Pandemi: Peluang dan Kendala	(Rahmi & Sudarmiati, 2022)	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa di masa pandemi UD. Barokah mengalami pelonjakan omset penjualan. Peluang bisnis berbahan ikan laut didukung oleh kemampuan pengelola usaha menggerakkan bisnis. Kendala bisnis UD. Barokah saat pandemi adalah keterbatasan produksi kerupuk, karena kelangkaan pasokan ikan berkualitas baik karena faktor cuaca	Penelitian fokus terhadap peningkatan penjualan	Penelitian tidak menggunakan metode ten type of <i>innovation</i>
Inovasi Bisnis Toko Barokah	Nurus Sa'adah (2022)	Penerapan inovasi layanan berupa strategi added value yang dilakukan dengan cara memberikan kenyamanan dalam proses transaksi di antaranya adanya fasilitas tempat parkir luas lokasi toko strategis dan dekat dengan area publik. Sedangkan pada inovasi customer engagement, strateginya adalah dengan cara menambah segmen pasar yaitu anak-anak dengan menambahkan produk makanan dan minuman yang di jual di lokasi yang sama.	Penelitian menggunakan ten types of <i>innovation</i>	Bidang usaha penelitian
Pengaruh Inovasi Produk Dan Desain Rumah Makan Terhadap	(Amelia Fauziati & Hasanah, 2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi produk dan Desain rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan	Penelitian ini melakukan sebuah inovasi terhadap rumah makan untuk	Peneliti melakukan inovasi untuk dapat meningkatkan

Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan		Konsumen Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan.	dapat meningkatkan keuntungan	nasi catering rumahan
Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang	(Othysalonika et al., 2022)	Hasil penelitian menunjukkan empat elemen social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen di usaha makanan sehat Dailee.	Peneliti melakukan pengembangan usaha makanan	Peneliti melakukan metode kuantitatif
Evaluasi Model Bisnis Rumah Makan Pak Kumis Pakuan Bogor Menggunakan Business Model Canvas	(Melaningsih et al., 2020)	Memetakan bisnis model kanvas saat ini, melakukan analisis lingkungan bisnis dan melakukan profiling data pelanggan sebagai masukan analisis SWOT. Langkah selanjutnya setelah analisis SWOT adalah merancang strategi bisnis yang akan mempengaruhi usulan value proposition perusahaan. Selanjutnya akan dibuat usulan model bisnis yang dituangkan ke dalam sembilan blok bisnis model kanvas. Terdapat beberapa perbaikan dalam kesembilan blok model bisnis yang baru, yaitu: memperluas customer segment, mengembangkan value propositions, menambah channels dan customer relationship serta melakukan beberapa penyesuaian di blok lain untuk mengembangkan usaha bisnis restoran tersebut.	Penelitian rumah makan menggunakan business model canvas dengan melakukan profiling data ke pelanggan	Peneliti tidak memakai ten types <i>innovation</i>
Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko JIF Bandung, Indonesia	Christine Alwinoto, dkk (2022)	Business Canvas Model adalah strategi pengembangan bisnis yang cocok diimplementasikan Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada intinya adalah pemanfaatan teknologi dengan optimal berupa penambahan alternatif pembayaran dengan e-money serta penambahan penggunaan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan konsumen.	Penelitian melakukan pengembangan usaha terhadap UMKM	Lokasi penelitian

Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis	Mochamad Suryadharma, Ayu Ngurah Quintina Asthiti, Adi Nugroho Susanto Putro, Arief Yanto Rukmana, Romi Mesra (2023)	Melalui wawancara mendalam dengan perwakilan dari perusahaan terpilih, studi ini mengidentifikasi kolaborasi lintas disiplin, kreasi bersama dengan klien, jaringan dengan pemangku kepentingan eksternal, dan budaya kerja yang terbuka dan inklusif sebagai tema utama yang berkontribusi pada inovasi	Penelitian dalam mengembangkan inovasi usaha	Tidak menggunakan metode ten types of <i>innovation</i>
Pengaruh Model Inovasi Bisnis Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pada Umkm Di Kawasan Pariwisata Kota Jambi	Fitriaty (2023)	Hasil penelitian menemukan bisnis model inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan bisnis, diversifikasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan bisnis dan bantuan pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Penelitian ini memberikan pandangan transformasi model bisnis tradisional menjadi inovatif model bisnis	Penelitian memakai sebuah business model untuk penemuan inovasi	Penelitian tentang meningkatkan inovasi usaha
Strategi Upaya Peningkatan Pendapatan Bisnis Coffee Shop Di Kota Pontianak Pasca PPKM Dimasa Covid-19	(Jaurino et al., 2023)	Strategi manajerial yang dapat dilakukan diantaranya peningkatan pelayanan pelanggan dengan memberikan penawaran calon pelanggan yang berkelompok. Menawarkan produk minuman kopi dalam keemasan kepada pelanggan setia karena waktu pelanggan setia terbatas untuk menikmati minum kopi di café.	Penelitian meningkatkan strategi inovasi	Penelitian berbeda dalam bidang usaha
Peran Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Pendapatan pada CV. Lanjar Jaya Tangerang	(Lanjar & Tangerang, 2023)	pengembangan bisnis dengan cara promosi berbayar, iklan berbayar, melakukan <i>broadcasting</i> , <i>branding recommendations</i> , <i>voucher</i> diskon, dan strategi permainan harga efektif meningkatkan pendapatan. Selain itu, strategi pengembangan produk dengan mengembangkan desain motif, perubahan warna, maupun pengembangan lini produk baru efektif menarik pelanggan baru di <i>marketplace</i> .	Penelitian fokus pada strategi pengembangan bisnis	Penelitian tidak menerapkan metode ten types of <i>innovation</i>
Strategi Meningkatkan Pendapatan	Raudatun Sumi, Zuhrinal M	Strategi pendapatan adalah sebuah cara atau langkah-langkah yang dilakukan oleh	Penelitian melakukan strategi	Penelitian berbeda dalam bidang usaha

Pedagang Muslim Melalui Usaha Penjualan Paket Data	Nawawi (2023)	seorang pedagang untuk menambah keuntungan dari hari biasanya pada barang dagangan. Sebagai seorang pedagang khususnya bagi pedagang muslim yang bergerak pada penjualan paket data mestinya melakukan kegiatan bisnis dengan beberapa strategi yang bermanfaat	pengembangan bisnis	
Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Makanan Tradisional Dalam Perkembangan Wisata Kuliner di Kota Blitar, Jawa Timur	Nina Indra Kristiana, Nyoman Darma Putra, A.A. Ngurah Anom Kumbara (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan lokal terhadap makanan dan minuman tradisional di Kota Blitar sangat baik, dengan layanan, kebersihan, harga makanan, dan suasana yang dikategorikan sebagai baik. Pemerintah Kota Blitar memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan kuliner tradisional, termasuk dalam pengawasan, evaluasi, promosi, kerjasama dengan para pemangku kepentingan, peningkatan sarana prasarana.	Penelitian terhadap bidang usaha makanan daerah	Penelitian tidak menggunakan metode <i>ten types of innovation</i>
Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D.I. Yogyakarta	Minta Harsana, Maria Triwidayati (2020)	Makanan tradisional di D.I Yogyakarta didominasi bahan makanan lokal, yaitu main course adalah sayuran dan daging sapi; untuk kudapan adalah singkong/ubi, tepung beras; untuk minuman adalah rempah-rempah; serta ditemukan 51 jenis makanan utama, 105 jenis kudapan, dan 14 jenis minuman.	Penelitian fokus terhadap makanan daerah	Penelitian fokus terhadap potensi makanan tradisional
Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”)	Niko Al-Hakim (2021)	Hasilnya, Sate Taichan “Goreng” berhasil dioperasikan dengan penyesuaian normal baru dengan dukungan penerapan strategi cross-channel komunikasi pemasaran yang berkelanjutan. Selain itu, kehidupan normal baru yang mengarah pada “Stay at home” ekonomi juga dinilai memainkan peran utama bagi keberhasilan operasi bisnis STG selama PSBB.	Peneliti fokus terhadap bidang F&B	Peneliti menata ulang bisnis sesuai pandemi

Sumber Data : Diolah Peneliti 2023

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vembri Aulia Rahmi, Sudarmiatiin Sudarmiatiin (2022) dengan judul “Resiliensi Bisnis UMKM Produk

Olahan Ikan selama Masa Pandemi: Peluang dan Kendala”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa di masa pandemi UD. Barokah mengalami pelonjakan omset penjualan. Peluang bisnis berbahan ikan laut didukung oleh kemampuan pengelola usaha menggerakkan bisnis. Kendala bisnis UD. Barokah saat pandemi adalah keterbatasan produksi kerupuk, karena kelangkaan pasokan ikan berkualitas baik karena faktor cuaca.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaurino, Aris Setiawan, Ricola Dewi Rawa, Anggra Hendharsa (2023) dengan judul “Strategi Upaya Peningkatan Pendapatan Bisnis Coffee Shop Di Kota Pontianak Pasca PPKM Dimasa Covid-19”. Hasil Penelitian Strategi manajerial yang dapat dilakukan diantaranya peningkatan pelayanan pelanggan dengan memberikan penawaran calon pelanggan yang berkelompok. Menawarkan produk minuman kopi dalam keemasan kepada pelanggan setia karena waktu pelanggan setia terbatas untuk menikmati minum kopi di café.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Niko (Al-Hakim, 2021) dengan judul Menata Ulang Bisnis F&B Pasca Pandemi (Studi Kasus: Strategi Komunikasi Pemasaran Sate Taichan “Goreng”). Hasil penelitian Sate Taichan “Goreng” berhasil dioperasikan dengan penyesuaian normal baru dengan dukungan penerapan strategi cross-channel komunikasi pemasaran yang berkelanjutan. Selain itu, kehidupan normal baru yang mengarah pada “Stay at home” ekonomi juga dinilai memainkan peran utama bagi keberhasilan operasi bisnis STG selama PSBB (Al-Hakim, 2021).

Penelitian terdahulu diatas menjadikan sebagai referensi penelitian yang berjudul Pendekatan Ten Type of *Innovation* sebagai upaya Peningkatan

Pendapatan Pada Usaha Nasi Madura “Hasina Ririd” sehingga menciptakan sebuah penelitian dengan hasil yang akurat dan mempunyai gambaran mengenai sebuah penelitian.

2.1.2 Landasan Teori

2.1.2.1 Ten Types of *Innovation*

Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru. Inovasi juga dapat diartikan sebagai pengelolaan semua aktivitas yang meliputi dalam proses generasi ide, pengembangan teknologi, proses produk, proses manufaktur atau peralatan yang baru (atau yang diperbarui). Definisi inovasi sebagai proses manajemen juga menawarkan perbedaan antara inovasi dan produk yang merupakan hasil akhir dari inovasi (Trott, 2017). Menurut Suryana inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Johan Iskandar, Yayan Suryana, 2003).

Kesepuluh jenis inovasi ini berguna dalam menggali peluang yang bisa diinovasikan dalam bisnis. Pada praktiknya, perusahaan melakukan beberapa jenis inovasi seperti yang dikemukakan Doblin sekaligus dengan mengombinasikannya secara efektif. Hal ini memungkinkan sebuah usaha untuk secara terarah memikirkan setiap kategori dan memikirkan apa yang bisa dilakukan dalam bisnisnya. Dengan kerangka ini pula, seorang inovator bisa lebih jeli menganalisis inovasi bisnis dari industri lain dan meniru apa yang dapat digunakan dalam bisnisnya. Berikut ini adalah penjelasan kesepuluh jenis inovasi yang dikemukakan oleh Doblin:

1) Inovasi Model Keuntungan (*Profit Model Innovation*)

Inovasi model keuntungan berfokus kepada cara perusahaan membedakan dirinya dengan kompetitor yang bergerak dalam bisnis yang sama dengan model keuntungan yang berbeda dari kompetitor.

2) Inovasi jaringan (*Network innovation*)

Inovasi jenis jaringan ini memanfaatkan jaringan pada bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan.

3) Inovasi Struktur (*Structure innovation*)

Inovasi struktur berfokus kepada pengorganisasian aset yang ada di perusahaan, baik dari bentuk perangkat keras, manusia, maupun aset yang tidak berwujud dengan cara unik untuk menciptakan nilai yang unggul

4) Inovasi Proses (*Process Innovation*)

Inovasi proses yaitu inovasi yang melibatkan kegiatan dalam operasi yang membentuk penawaran *value* yang dilakukan perusahaan.

5) Inovasi kinerja produk (*product performance innovation*)

Inovasi ini membahas tentang value, fitur dan kualitas penawaran perusahaan.

6) Inovasi Sistem Produk (*product sistem innovation*)

Inovasi ini berfokus kepada bagaimana produk dan layanan yang terhubung untuk menciptakan sistem yang kuat dan terukur.

7) Inovasi layanan (*service innovation*)

Inovasi layanan di terapkan sebagai cara untuk memastikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, kinerja, dan nilai penawaran yang jelas.

8) Inovasi saluran (*Channel innovation*)

Inovasi saluran bisnis adalah cara untuk menghubungkan penawaran produk

perusahaan dan konsumen perusahaan.

9) Inovasi merek (Brand *innovation*)

Inovasi merek membantu memastikan bahwa pelanggan dan pengguna mengenai, mengingat dan memilah penawaran anda kepada pesaing atau substitusi.

10) Inovasi yang melibatkan konsumen (customer engagement *innovation*)

Inovasi ini melibatkan konsumen adalah semua yang berkaitan dengan memahami aspirasi konsumen secara mendalam serta menggunakan wawasan tersebut untuk mengembangkan hubungan yang berarti antara konsumen dan perusahaan.

Tabel 2.1.2.1 Ten Types Of Innovation

CONFIGURATION				OFFERING		EXPERIENCE			
Profit Model	Network	Structure	Process	Product performance	Product sistem	Service	Channel	Brand	Customer Engagement

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

2.1.2.2 Kategori dan Taktikal Inovasi

Kategori inovasi ada tiga, yaitu ada Configuration, Offering dan Experience. Berikut adalah penjelasan tiga kategori inovasi :

1. Configuration : Kategori konfigurasi ini menjawab pertanyaan bagaimana inovasi yang kita pilih dari sudut pandang bisnis ini mampu menghasilkan keuntungan.
2. Offering : Kategori Offering atau penawaran adalah tentang apa yang dapat ditawarkan perusahaan kepada pelanggan, dalam hal produk, layanan, pengalaman, dan nilai.
3. Experience : Kategori Experience adalah berfokus pada pengguna – pada pengalamannya saat berinteraksi dengan produk, layanan Anda, dan semua

aspek lain dari perusahaan

Taktikal Ten Types *Innovation* adalah sebuah metode pemilihan sebuah taktik inovasi yang akan diterapkan pada usaha tersebut. Taktikal inovasi memiliki 10 taktikal dari 10 types of *innovation*. Metode taktikal akan digunakan di setiap bagian model inovasi yang akan ditingkatkan atau difokuskan. Adanya taktikal akan mempermudah untuk memfokuskan yang akan di inovasikan. Taktikal digunakan untuk memilih sebuah inovasi yang sangat berdampak positif bagi perusahaan. Seperti, adanya taktikal timbul sebuah inovasi yang kuat dari para pesaing dan menjadi warna ciri khas perusahaan.

Tata cara penggunaan taktikal adalah dengan memilih sebuah taktikal inovasi setiap 10 types inovasi yang terdiri dari :

1. Profit Model
2. Network
3. Structure
4. Process
5. Product Performance
6. Product Sistem
7. Service
8. Channel
9. Brand
10. Customer Engagement

Ten types Inovasi ini sebuah metode yang mencari sebuah taktikal inovasi usaha untuk dapat berkembang lebih baik dan mempunyai daya saing dari para kompetitor pesaing. Keunggulan mempunyai banyak taktikal akan ada banyak inovasi dan juga akan mempunyai sebuah ciri khas yang berbeda dari para pesaing.

2.1.2.3 Peningkatan Pendapatan Usaha

Peningkatan pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup sebuah

bisnis, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan bisnis untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan- kegiatan yang akan dilakukan. Selain itu pula pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi dalam sebuah bisnis yang tersaji dalam laporan laba rugi. Perlu diingat lagi, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu usaha. Tanpa pendapatan tidak ada laba, tanpa laba, maka tidak ada bisnis. Menurut Nafarin pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Nafarin, 2006).

Pada umumnya manusia merasakan penghasilan/pendapatan yang diterima saat ini masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum dapat diterangkan bahwa usaha untuk dapat meningkatkan penghasilan dapat digunakan (Setyawan, 2021). beberapa cara antara lain:

- a. Individu mampu memanfaatkan waktu luang yang tersisa dari pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya menjadi kesempatan yang baru untuk menambah penghasilan.
- b. Melakukan kreatifitas dan inovasi
- c. Individu harus mampu berfikir kreatif dan inovatif menciptakan terobosan-terobosan yang berarti untuk dapat mencapai kebutuhan yang dirasakan masih kurang

2.2 Metodologi

Jenis metodologi penelitian menggunakan kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif-deskriptif adalah melakukan suatu penelitian dimana peneliti mengumpulkan data, kemudian menganalisis data tersebut secara jelas dan menyimpulkannya berdasarkan fakta yang terjadi. Menurut Bogdan dan Taylor

bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Melalui penelitian kualitatif ini dimungkinkan untuk diperoleh pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif (Steven J. Taylor, 1984)

2.3 Kerangka Penelitian

Pengembangan usaha agar menciptakan sebuah ide inovasi yang baru atau memiliki daya unggul tersendiri. Inovasi dalam dunia bisnis bisa dilakukan dengan metode *Ten Types of Innovation*, dengan memakai metode *Ten Types of Innovation* maka akan menemukan sebuah yang baru atau sebuah inovasi bisnis, sehingga usaha Nasi Madura Hasina Ririd memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih dari sebelumnya. Perencanaan strategi inovasi dilakukan dengan cara analisa industri untuk dapat melihat target market di area Gresik, analisa pesaing untuk dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan para pesaing dan internal agar dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan dalam usaha yang dijalani.



2.3 Kerangka Penelitian

Sumber : Rancangan peneliti, 2023