

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Judul dan Penulis	Hasil Penelitian Terdahulu	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Analisis Usaha Produk Kerupuk “Abidzar” Di Desa Ujungpangkah Dengan Metode <i>Smart Business</i> <i>Map</i> . (Maziyah & Rahmi, 2023)	Menggunakan metode SBM menunjukkan kondisi Kesehatan bisnis yang nantinya akan mengidentifikasi masalah di dalamnya yang perlu segera diimplementasikan dengan strategi atau solusi baru.	jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif- deskriptif dan meneliti UMK.	lokasi dan inovasi yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan <i>smart business</i> <i>map</i> sedangkan peneliti menggunakan <i>ten types of</i> <i>innovation</i> dan fokus pada <i>remodeling</i> <i>business model</i> <i>canva</i> .

<p>Potensi Lokal Pengembangan Bisnis Desa saat Pandemi Tengah Melanda Negri. Rahmi, Vembri Aulia & Ismanto, Hadi. (2020)</p>	<p>Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa di lapangan menyatakan potensi perdagangan mengalami kondisi penurunan, akan tetapi kesejahteraan Masyarakat masih berada di tingkat kestabilan ekonomi karena potensi pertanian sebagai mata pencaharian pokok masyarakat desa tetap berjalan normal.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan pada wirausaha di desa.</p>	<p>Penelitian ini dilakukan di kota yang berbeda, penelitian ini dilakukan di saat pandemic tengah melanda negeri sedangkan peneliti melakukan penelitian setelah pandemi usai.</p>
<p>Analisis Penerapan <i>Business Model Canvas</i> pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (<i>Analysis of the Canvas Model's</i>)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model bisnis kanvas untuk pengusaha mikro di generasi Z adalah 83% yang</p>	<p>Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama menganalisis penerapan</p>	<p>Perbedaan dalam penelitian ini pada lokasi yang digunakan dan variabel yang diteliti.</p>

<i>Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z)</i> (Hutamy dkk., 2021)	menunjukkan respon baik dari responden.	bisnis model kanvas pada usaha yang dijalankan.	
Inovasi Layanan Baru Dengan Design Thingking Sebagai Upaya Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Bank Tradisional (Haulika dkk., 2023)	Memberikan sebuah gambaran proses inovasi dari proses empathy, define, ideate, prototype, hingga proses test yang menghasilkan inovasi layanan baru pada bank.	Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif pendekatan deskriptif.	Inovasi yang digunakan pada penelitian ini yakni inovasi layanan yang ada pada Bank sedangkan, peneliti menggunakan <i>ten type of innovation</i> dan dilakukan pada UMK.
Penerapan <i>Business Model Canvas</i> Sebagai Strategi Bisnis Manisan Carica di CV	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV Yuasafood menerapkan	Persamaan penelitian menerapkan bisnis model kanvas	Perbedaan dalam penelitian terdapat pada lokasi, dalam penelitian ini

<p>Yuasfood Berkah Makmur. (Mukaromah dkk., 2020)</p>	<p><i>Business Model Canvas</i> dengan maksimal dan adanya tambahan yang perlu diperhatikan kembali seperti <i>key activities</i> memberi brosur CV Yuasafood bagi pengunjung tempat produksi, <i>cost structure</i> biaya pemasaran dan biaya lainnya, <i>customer relationships</i> memberikan bonus kepada pelanggan ataupun <i>reseller</i>, <i>channel online</i> (Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada)</p>	<p>sebagai strategi bisnis.</p>	<p>tidak menggunakan 10 <i>types of innovation</i> sedangkan peneliti menggunakan 10 <i>types of innovation</i> sedangkan.</p>
---	---	---------------------------------	--

	dan <i>offline</i> (brosur).		
Pengaruh Penggunaan Aplikasi <i>e-commerce</i> dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMK.Landasan Teori. Wijaya, Wilson. & Widjaja, O. Hannes. (2023).	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi <i>e-commerce</i> berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMK dan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMK.	Pada penelitian ini persamaannya <i>e-commerce</i> memiliki pengaruh terhadap UMK.	Perbedaan pada penelitian ini fokus pada penggunaan aplikasi <i>e-commerce</i> dan kinerja UMK sedangkan, dalam penelitian penulis mengidentifikasi pendapatan menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> .
Pendapatan UMK Kota Banjarmasin Sebelum dan Sesudah Mengimplentasikan <i>E-commerce</i> (Studi Kasus UMK Binaan dan Mitra Bank	Hasil penelitian memiliki perbedaan pendapatan pemilik usaha di Kota Banjarmasin sebelum dan sesudah memanfaatkan -	Penelitian ini menganalisa tentang pendapatan yang meningkat setelah bergabung	Perbedaan penelitian ini menganalisa tentang pendapatan yang meningkat setelah bergabung

<p>Indonesia KPW Kalimantan Selatan). (Permana Putra et al., 2021)</p>	<p>aplikasi <i>e-commerce</i>. Hasil survey lapangan menyatakan bahwa hambatan utama dalam rangka optimalisasi pemanfaatan <i>e-commerce</i> adalah kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki.</p>	<p>dengan menggunakan <i>e-commerce</i> dan penelitian dilakukan di Kota yang sama.</p>	<p>dengan menggunakan <i>e-commerce</i> sedangkan peneliti menganalisa tentang business model canvas dan inovasi yang digunakan sehingga menjadi remodelling busniess model canvas</p>
--	--	---	--

Jurnal karya (Maziyah & Rahmi, 2023) Universitas Muhammadiyah Gresik dengan penelitiannya pada tahun 2023 “Analisis Usaha Produk Kerupuk “Abidzar” Di Desa Ujungpangkah Dengan Metode *Smart Business Map*”. Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan metode SBM menunjukkan kondisi Kesehatan bisnis yang nantinya akan mengidentifikasi masalah di dalamnya yang perlu segera diimplementasikan dengan strategi atau solusi baru. Persamaan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kualitatif-deskriptif dan meneliti UMK. Perbedaan dari penelitian ini yakni lokasi dan

inovasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *smart business map* sedangkan peneliti menggunakan *ten types of innovation*.

Jurnal karya (Hutamy dkk., 2021) Universitas Negeri Makasar dengan penelitiannya pada tahun 2021 “Analisis Penerapan *Business Model Canvas* pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (*Analysis of the Canvas Model’s Application to Micro-Entrepreneurs of Genera*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model bisnis kanvas untuk pengusaha mikro di generasi Z adalah 83% yang menunjukkan respon baik dari responden. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama menganalisis penerapan bisnis model kanvas pada usaha yang dijalankan. Perbedaan dalam penelitian ini pada lokasi yang digunakan dan variabel yang diteliti.

Jurnal karya (Haulika dkk., 2023) Universitas Muhammadiyah Gresik dengan penelitiannya pada tahun (2020) “Inovasi Layanan Baru Dengan Design Thinking Sebagai Upaya Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Bank Tradisional”. Hasil dari penelitian ini memberikan sebuah gambaran proses inovasi dari proses empathy, define, ideate, prototype, hingga proses test yang menghasilkan inovasi layanan baru pada bank. Persamaan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Perbedaan penelitian ini terdapat pada inovasi yang digunakan pada penelitian ini yakni inovasi layanan yang ada pada Bank sedangkan, peneliti menggunakan ten type of innovation dan dilakukan pada UMK.

Jurnal karya (Mukaromah dkk., 2020) Universitas Muhammadiyah Purworejo dengan penelitiannya pada tahun (2020) “Penerapan *Business Model*

Canvas Sebagai Strategi Bisnis Manisan Carica di CV Yuasfood Berkah Makmur”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV Yuasfood menerapkan *Business Model Canvas* dengan maksimal dan adanya tambahan yang perlu diperhatikan kembali seperti *key activities* memberi brosur CV Yuasfood bagi pengunjung tempat produksi, *cost structure* biaya pemasaran dan biaya lainnya, *customer relationships* memberikan bonus kepada pelanggan ataupun *reseller*, *channel online* (Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada) dan *offline* (brosur). Persamaan penelitian menerapkan bisnis model kanvas sebagai strategi bisnis. Perbedaan dalam penelitian terdapat pada lokasi, dalam penelitian ini tidak menggunakan *10 types of innovation sedangkan* peneliti menggunakan *10 types of innovation sedangkan*.

Jurnal karya Wijaya, Wilson. & Widjaja, O. Hannes, Universitas Tarumanagara dengan penelitiannya pada tahun (2023) “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *e-commerce* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMK.Landasan Teori”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *e-commerce* berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMK dan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMK. Pada penelitian ini persamaannya *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap UMK sedangkan, Perbedaan pada penelitian ini fokus pada penggunaan aplikasi *e-commerce* dan kinerja UMK sedangkan, dalam penelitian penulis mengidentifikasi pendapatan menggunakan aplikasi *e-commerce*.

Jurnal karya (Permana Putra et al., 2021) yang berjudul “Pendapatan UMK Kota Banjarmasin Sebelum dan Sesudah Mengimplementasikan *E-commerce* (Studi Kasus UMK Binaan dan Mitra Bank Indonesia KPW Kalimantan Selatan). Hasil

penelitian memiliki perbedaan pendapatan pemilik usaha di Kota Banjarmasin sebelum dan sesudah memanfaatkan aplikasi *e-commerce*". Hasil survey lapangan menyatakan bahwa hambatan utama dalam rangka optimalisasi pemanfaatan *e-commerce* adalah kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki. Persamaan dalam penelitian ini menganalisa tentang pendapatan yang meningkat setelah bergabung dengan menggunakan *e-commerce* dan penelitian dilakukan di Kota yang sama. Perbedaan penelitian ini menganalisa tentang pendapatan yang meningkat setelah bergabung dengan menggunakan *e-commerce* sedangkan peneliti menganalisa tentang *business model canvas* dan inovasi yang digunakan sehingga menjadi *remodelling busniess model canvas*.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Business Model Canvas

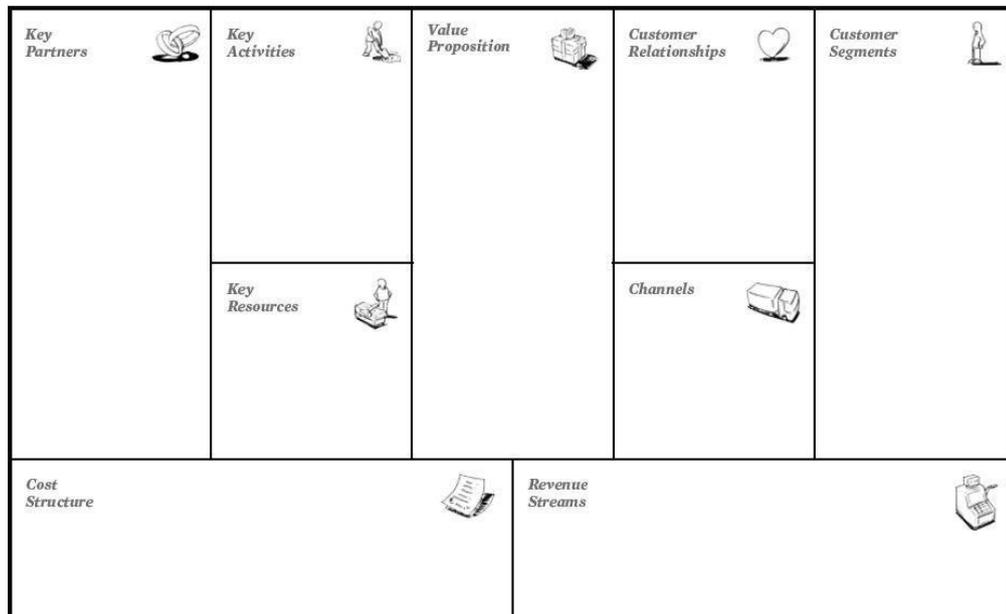
Business Model Canvas merupakan sebuah perencanaan yang memiliki sembilan elemen dalam model kanvas yang tersusun secara rinci dan mudah dipahami sebagai strategi perusahaan, bertujuan menjelaskan, menilai dan menggambarkan apa saja yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. *Business Model Canvas* bisa berubah model bisnis perusahaan agar kinerja dari semua pihak bisa menjadi lebih baik atau maksimal. Metode bisnis model kanvas membuat penulisan rencana bisnis lebih ringkas, dulu perusahaan membuat perencanaan bisnis dengan manual sehingga harus melakukan rancangan yang panjang.

Menurut Osterwalder & Pigneur, (2015) *business model canvas* merupakan Sembilan blok bangunan dengan bahasa yang sama untuk menggambarkan, membisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis yang digambarkan selembar kertas:

1. *Customer segment* (segmen pelanggan): blok yang menggambarkan orang atau organisasi yang menjadi target perusahaan atau sebagai calon pelanggan dari setiap perusahaan.
2. *Customer relationship* (hubungan pelanggan): metode perusahaan untuk menjaga hubungan yang dibangun oleh perusahaan bersama pelanggan, digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan sehingga tidak berpindah ke pesaing.
3. *Channels* (Saluran): media atau cara yang digunakan perusahaan agar lebih mudah menjangkau konsumen. Saluran yang tepat dan porposisi nilai

yang sudah dimiliki oleh perusahaan sehingga bisa diterima baik oleh konsumen.

4. *Value proposition* (Proposisi Nilai): gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan sebuah nilai yang dimiliki oleh perusahaan sehingga menjadi alasan pelanggan mengapa memilih produk/jasa dari perusahaan tersebut.
5. *Key Activities* (aktivitas kunci) aktivitas yang berkaitan dengan proses bisnis suatu perusahaan, dimana aktivitas utamanya adalah menciptakan *value proposition*.
6. *Key Resources* (sumber daya utama) berbagai sumber daya yang diperlukan suatu perusahaan untuk menciptakan *value proposition* yang dimiliki oleh perusahaan.
7. *Key Partnership* (kemitraan utama) jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja, semua pihak yang menjalin Kerjasama dengan suatu perusahaan. Kerjasama ditunjukkan untuk menyokong dan mengoptimalkan sumber daya, mengurangi ketidakpastian antar pesaing, memitigasi resiko dan meningkatkan kinerja perusahaan.
8. *Cost Structure* (struktur biaya) semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan *model bisnis*.
9. *Revenue Streams* (arus pendapatan) bagaimana cara perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atas produk/jasa yang diproduksi.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

Sumber: Wikipedia (2023)

2.2.2 Inovasi Bisnis

Inovasi adalah kunci untuk keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan usaha. Keberlangsungan hidup dari suatu perusahaan salah satunya tergantung pada seberapa cepat dan tanggapannya perusahaan untuk melakukan sebuah inovasi terhadap bisnis yang dijalankan. Dalam KBBI inovasi merupakan pemasukan atau pengenalan mengenai hal yang baru, dapat berupa penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal. Bisnis merupakan usaha yang dilakukan perorangan atau kelompok dengan menawarkan produk atau jasa untuk mendapatkan laba. Sehingga inovasi bisnis merupakan usaha yang memiliki pembaruan terhadap produk, jasa, rencana, proses hingga memiliki elemen atau hasil yang baru dari sebelumnya.

Menurut Nasution & Kartajaya, (2018) kemampuan berinovasi adalah inti yang dibutuhkan dalam persaingan bisnis sekarang ini. Inovasi digunakan bukan hanya untuk mampu bersaing dan tumbuh, tetapi terlebih lagi adalah untuk

bertahan hidup dalam persaingan global maka dari itu setiap bisnis perlu berinovasi sebagaimana jargon terkemuka “Inovasi atau Mati”.

Terdapat tiga tipe inovasi pada inovasi bisnis yakni: inovasi produk, inovasi dalam pelayanan dan inovasi proses. Inovasi produk merupakan inovasi pemunculan produk baru. Inovasi servis merupakan pelayanan yang diberikan untuk pelanggan dengan cara yang baru. Sedangkan inovasi proses yakni proses dalam menghasilkan produk atau jasa dengan cara yang baru menjadi lebih ekonomis dan lebih efisien.

2.2.3 Ten type of innovation

Rata-rata peneliti sepakat dengan definisi inovasi bahwasannya inovasi merupakan memperkenalkan atau memulai sesuatu produk yang baru atau produk yang sudah ada namun memiliki pembaruan terhadap produk tersebut. Semua aktivitas yang meliputi proses generasi ide, pengembangan teknologi, proses produk dan manufaktur merupakan definisi lain dari inovasi bisnis.

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

1. *Profit Model Innovation* (Inovasi Model Keuntungan), memiliki fokus pada cara perusahaan membedakan dirinya dengan kompetitor yang

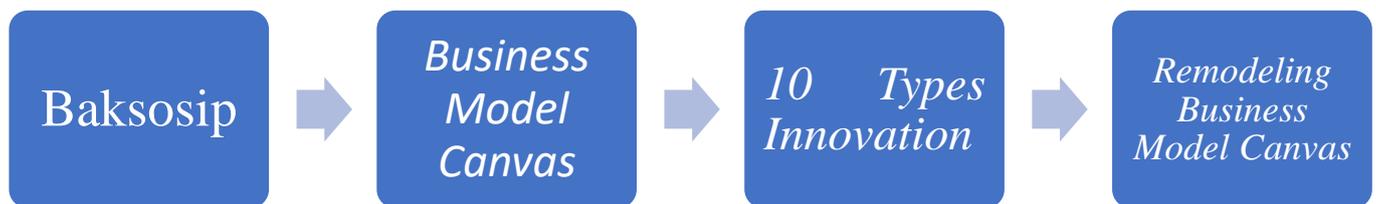
bergerak dalam bisnis yang sama dengan model keuntungan yang berbeda dari kompetitor.

2. *Network Innovation* (Inovasi Jaringan), Memanfaatkan jaringan pada bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaan.
3. *Structure Innovation* (Inovasi Struktur), Memiliki fokus terhadap organisasi 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. *Process Innovation* (Inovasi Proses), Inovasi yang melibatkan kegiatan dalam operasi yang membentuk penawaran *value* yang dilakukan oleh perusahaan.
5. *Product Performance Innovation* (Inovasi Kinerja Produk), Inovasi ini membahas tentang *value*, fitur dan kualitas penawaran perusahaan.
6. *Product System Innovation* (Inovasi Sistem Produk), berfokus pada bagaimana produk dan layanan yang terhubung untuk menciptakan sistem yang kuat dan terukur.
7. *Service Innovation* (Inovasi Layanan), diterapkan sebagai cara untuk memastikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, kinerja dan nilai penawaran yang jelas.
8. *Channel Innovation* (Inovasi Saluran), untuk menghubungkan penawaran produk perusahaan dan konsumen perusahaan.
9. *Brand Innovation* (Inovasi Merek), membantu memastikan bahwa pelanggan dan pengguna mengenai, mengingat dan memilih penawaran kepada pesaing atau substitusi.

10. *Customer Engagement Innovation* (Inovasi yang Melibatkan Kosumen), melibatkan konsumen dalam hal yang berkaitan dengan memahami aspirasi konsumen secara mendalam serta menggunakan wawasan tersebut untuk mengembangkan hubungan yang berarti antara konsumen dan perusahaan.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian menunjukkan tentang pola pikir terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan. “Bakso SIP” menggunakan *business model canvas* untuk bisa unggul dari pesaing dengan dukungan *10 types of innovation* sehingga mendapatkan *remodeling business model canvas*.



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

Sumber: Rancangan Peneliti (2023)