

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

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 2.1.1 Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Product Innovation PT. FIF Group Uses 10 Types Of Innovation	Firnanda Dwi Yulianti, Aries Kurniawan (2023)	Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi dimana PT FIF GROUP saja menyiapkan basis data yang dibagikan dengan pemasaran untuk menawarkan dana pinjaman melalui pribadi pemasaran WhatsApp. Inovasi pemasaran ini dapat mengurangi tenaga kerja dan transportasi biaya. 10 Jenis Inovasi tersebut terbukti berhasil meningkatkan pendapatan sungai. Saran kedepannya agar aliran	Penelitian menggunakan metode ten types of innovation	Penelitian berbeda tidak menggunakan metode business model canvas

		pendapatan bisa lebih banyak lagi ditingkatkan.		
Pengaruh Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Monalisa Burger Yogyakarta	Vaya Anita Permatasari (2022)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <p>(1)Ekuitas merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan,</p> <p>(2)Inovasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan,</p> <p>(3)Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan,</p> <p>(4)Ekuitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan,</p> <p>(5)Inovasi produk berpengaruh positif</p>	Penelitian rumah makan dengan menggunakan taktikal brand dan service dari 10 types innovation	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif

		signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan		
Evaluasi Model Bisnis Rumah Makan Pak Kumis Pakuan Bogor Menggunakan Business Model Canvas	Indah Ayu Melaningsih, Farda Hasun, Sinta Aryani (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,	Penelitian rumah makan menggunakan business model canvas dengan melakukan profiling data ke pelanggan	Peneliti tidak memakai ten types innovation

		menambah channels dan customer relationship serta melakukan beberapa penyesuaian di blok lain untuk mengembangkan usaha bisnis restoran tersebut.		
Pengaruh Inovasi Produk Dan Desain Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan	Hanifah Amelia Fauziati, Nurjannatul Hasanah (2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi produk dan Desain rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan.	Penelitian ini melakukan sebuah inovasi terhadap rumah makan untuk dapat meningkatkan keuntungan	Peneliti tidak memakai metode ten types innovation

2.1.2 Landasan Teori

2.1.2.1 Business Model Canvas

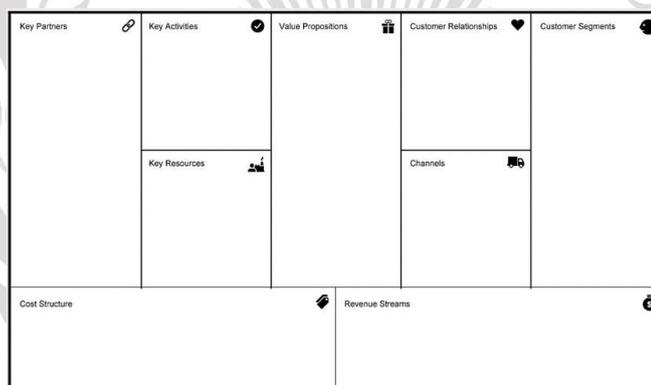
Business model canvas merupakan sebuah perencanaan strategi manajemen perusahaan yang disusun secara rinci dan mudah dipahami yang dibuat melalui sembilan komponen dalam canvas, dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai,

menggambarkan, apa yang dimiliki sebuah perusahaan. Bahkan *business model canvas* bisa merubah model bisnis perusahaan agar kinerja dari semua pihak bisa menjadi lebih baik atau maksimal. Metode *business model canvas* ini sangat meningkatkan penulisan rencana bisnis, dulu perusahaan harus membuat perencanaan dengan metode manual dan konvensional sehingga pelaku usaha harus menulis sebuah perencanaan bisnis Panjang lebar. Namun sekarang hal seperti itu tidak lagi jika perusahaan menerapkan metode bisnis model canvas untuk membuat sistem perencanaan bisnis, dengan mengisi poin-poin 9 komponen perencanaan bisnis tanpa harus menulis Panjang lebar.

Business model canvas menurut Osterwalder dan Pigneur merupakan model bisnis yang terdiri dari sembilan blok bangunan dengan bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis yang digambarkan pada selembar kertas (Pigneur,2019). Sembilan blok tersebut yaitu:

- a. *Customer segment* (segmen pelanggan) merupakan blok yang menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang menjadi target ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.
- b. *Value propositions* (proposisi nilai) merupakan blok yang menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan sebuah nilai untuk para pelanggan.
- c. *Channels* (saluran) merupakan blok yang menggambarkan bagaimana perusahaan menyalurkan barang dan komunikasi pada segmen pelanggan.
- d. *Customer relationship* (hubungan pelanggan) merupakan blok yang menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan.

- e. *Revenue streams* (arus pendapatan) merupakan blok yang menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari segmen pelanggan.
- f. *Key Resources* (sumber daya utama) merupakan blok yang menggambarkan aset-aset penting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi.
- g. *Key Activities* (aktivitas kunci) merupakan blok yang menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja.
- h. *Key Partnership* (kemitraan utama) merupakan blok yang menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja.
- i. *Cost Structure* (struktur biaya) merupakan blok yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.



Gambar 2.1.2.2 Business Model Canvas

Metode business model canvas menggunakan 9 komponen diatas agar bisa membuat suatu perencanaan dan bisa menggambarkan poin-poin yang ada di perusahaan secara rinci, singkat dan mudah dipahami seperti : sumber daya, aktivitas, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran yang harus dikeluarkan. Manfaat menggunakan business model canvas yaitu mempersingkat penulisan dalam perencanaan bisnis tanpa haru menulis Panjang lebar, meningkatkan fokus perusahaan dalam poin-poin penting

yang mengarahkan untuk melihat kelebihan dan kekurangan sebuah produk, dengan model business canvas juga dapat mengurangi kekeliruan sebelum mengeksekusikan sebuah bisnis.

2.1.2.2 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 (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 mengkombinasikannya 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 hal yang berkaitan dengan memahami aspirasi konsumen secara mendalam serta menggunakan wawasan tersebut untuk mengembangkan hubungan yang berarti antara konsumen dan perusahaan.

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

Tabel 2.1.2.2 Ten Types Of Innovation

2.1.2.3 Taktikal Inovasi

Taktikal Ten Types Innovation adalah sebuah metode pemilihan sebuah taktik inovasi yang akan diterapkan pada usaha tersebut. Taktikal inovasi memiliki 100 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 :

- a. Profit Model
- b. Network
- a. Structure
- b. Process
- c. Product Performance
- f. Product Sistem
- g. Service
- h. Channel
- i. Brand
- j. Customer Engagement

Dari Setiap 10 types Inovasi ini akan dicarikan sebuah taktikal inovasi 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 Tabel Taktikal Innovation

CONFIGURATION				OFFERING			EXPERIENCE			
Profit Model		Network	Structure	Process	Product performance	Product sistem	Service	Channel	Brand	Customer Engagement
Premium	User-Defined	Merger/Acquisition	Organizational Design	Process Standardization	Superior Product	Complements	Try Before You Buy	Diversification	Co-Branding	Process Automation
Cost Leadership	Freemium	Consolidation	Incentive Sitem	Localization	Ease of Use	Extensions/ Plug-ins	Guarantee	Flagship Store	Brand Leverage	Experience Simplification
Scaled Transactions	Flexible Pricing	Open Innovation	IT Integration	Process Efficiency	Engaging Functionality	Product Bundling	Loyalty Programs	Go Direct	Private Label	Curation
Microtransactions	Float	Secondary Markets	Competency Center	Flexible Manufacturing	Safety	Modular Sitem	Added Value	Non Traditional Channels	Brand Extension	Experience Enabling
Forced Scarcity	Financing	Supply Chain Integration	Outsourcing	Process Automation	Feature Aggregation	Product/Service Platforms	Concierge	Pop-up Presence	Component Branding	Mastery
Subscription	Ad-Supported	Complementary Partnering	Corporate University	Crowdsourcing	Added Functionality	Integrated Offering	Total Experience Management	Indirect Distribution	Transparency	Autonomy and Authority
Membership	Licensing	Alliances	Decentralized Management	On-Demand Production	Performance Simplification		Supplementary Service	Multi-Level Marketing	Values Alignment	Community and Belonging
Installed Base	Metered Use	Franchising	Knowledge Management	Lean Production	Environmental Sensitivity		Superior Service	Cross-selling	Certification	Personalization
Switchboard	Bundled Pricing	Coopetition	Asset Standardization	Logistics Sitem	Conservation		Personalized Service	On-Demand		Whimsy and Personality
Auction	Disaggregate Pricing	Collaboration		Strategic Design	Customization		User Communities/	Context Specific		Status and Recognition

							Support Sistems			
Risk Sharing				Intellectual Property	Fokus		Lease or Loan	Experience Center		
				User Generated	Styling		Self-Service			
				Predictive Analytics						

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 (Taylor,1992).

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 hal baru atau sebuah inovasi bisnis, sehingga usaha warteg Sederhana Biru memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih dari sebelumnya. Perencanaan strategi inovasi bisa menggunakan metode business model canvas, agar nilai-nilai dan kejelasan strategi bisa lebih detail mengetahui pelaksanaan peluncuran produk.

Tabel 2.3 Kerangka Penelitian

