

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
Pengembangan Usaha Rm. Depot Modang Menggunakan 10 Types Of Innovation Dan Business Model Canvas Agar Bisnis Menjadi Lestari	Hamdi Haqi (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini RM. Depot Madang sudah menggunakan 3 Inovasi dan 3 taktikal. Setelah dilakukan analisa industri rumah makan dan analisa pesaing, selanjutnya disarankan untuk mengubah inovasi menjadi 5 dengan 6 taktikal yaitu Collaboration, Feature Aggregation, Product bundling, Product/Service Platform, Network, Go-Direct dan Status & Recognition. Penerapan taktik ini diantaranya dengan memberikan voucher promo, member card kepada pelanggan dan RM. Depot Modang bekerja sama dengan supply pemasok bahan baku dengan lebih mengikat agar didapatkan harga lebih murah dan kepastian ketersediaan bahan baku	Penelitian menggunakan strategi SWOT untuk menganalisis keunggulan dan kelemahan perusahaan.	Penelitian tidak menggunakan Business Model Canvas untuk merancang startegi perusahaan.

<p>INOVASI BISNIS JASA FASHION DENGAN PENDEKATAN DESIGN THINKING DAN BUSINESS MODEL CANVAS OLEH WIRAUSAHAWAN RINTISAN PEKERJA MIGRAN INDONESIA DI TAIWAN PADA MASA PANDEMI COVID-19</p>	<p>M.Ghufran Ramdhani, Beni Komara (2022)</p>	<p>Dari hasil penelitian inovasi bisnis fashion dimulai dari proses empati untuk memahami permasalahan target customer pmi taiwan muslim dalam hal memenuhi kebutuhan pakaian syari. Selanjutnya, proses ide dengan mengamati solusi yang ada, crazy 8 dan melakukan diskusi untuk menentukan solusi bernama Ummul Syari dengan pembuatan prototype yang berisi menggunakan aplikasi Go-Sew dan akun instagram bisnis yang diuji coba pada pelanggan dengan penilaian yang sangat positif. Bisnis model diantaranya bekerjasama dengan para penjahit dan agen pengiriman telah divalidasi dan bisnis layak dilanjutkan. Hasil uji desirability terhadap prototipe mendapatkan angka 8 dari 10 atas jasa pengiriman, konveksi, dan akun bisnis instagram.</p>	<p>Penelitian sama terhadap pencarian inovasi dan penelitian menggunakan business model canvas</p>	<p>Penelitian inovasi menggunakan metode design thinking.</p>
<p>Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)</p>	<p>Tintin Suhaeni (2018)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan kuat antara variabel strategi inovasi dengan keunggulan bersaing. Besarnya pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kerajinan tangan di kota Bandung agar dapat bersaing dengan pengusaha lain.</p>	<p>Strategi pengembangan bisnis dan penerapan menggunakan 10 types of innovation</p>	<p>Penelitian berbeda dalam objek penelitian dan strategi pengembangan</p>

Analisa Strategi Harga dan Inovasi produk dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus dalam kulit magetan	Luluk Nadhiro (2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan perusahaan Dymas Kulit dalam menetapkan Strategi Harga ada tiga yaitu: Strategi Harga Rendah, Strategi Harga Diskon, Strategi Harga Cuci Gudang. Strategi Inovasi produk yang digunakan perusahaan Dymas Kulit ada dua yaitu: Inovasi bertahap, Inovasi produk.	Penelitian menganalisa inovasi untuk peningkatan penjualan	Penelitian berbeda dalam objek penelitian.
Innovation Strategy Design For Cv. X's Handicraft Business At The Local Market	Nina Amalia Kusnanto, Christina Whidya Utami	Hasil penelitian ini disarankan untuk melakukan kombinasi pergeseran platform dan pergeseran pengalaman pelanggan dalam berinovasi, di mana perusahaan menghargai peluang yang lebih besar untuk memenangkan kompetisi dengan menciptakan pengalaman pelanggan yang unik kualitas dan mengembangkan platform baru untuk menghubungkan pelanggan dengan penawaran perusahaan	Penelitian Menganalisa inovasi Menggunakan metode 10 types of innovation	Penelitian berbeda dalam objek

2.1.2 Landasan Teori

2.1.2.1 Jasa Pengiriman Barang

Jasa pengiriman barang menjadi satu layanan yang sangat dibutuhkan, terlebih di jaman yang serba canggih ini. Manusia akan selalu mencari kemudahan-kemudahan karena era globalisasi dengan perkembangan teknologinya cenderung membuat mereka menyukai hal-hal yang serba instan. Jasa pengiriman barang dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam hal mengirimkan suatu barang terlebih jika itu menyangkut keterjangkauan wilayah.

Jasa pengiriman barang akan sangat efisien digunakan untuk mengirim barang ke tempat dimana tidak dapat dijangkau sendiri oleh masyarakat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari suatu daerah ke daerah lain yang jauh membuat jasa pengiriman barang ini menjadi sangat penting bagi masyarakat. (Parhusip, et.all,2017).

Menurut Komara, dagang kecil atau pedagang tradisional merupakan pelaku ekonomi kerakyatan yang berjuang hidup dengan mandiri tanpa bantuan siapapun untuk menghidupi keluarga (Komara,et.all,2020). Nangin (Lex Crimen Vol. VI/No.4, Juni 2017) menyebut bahwa Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Hubungan antar pelaku usaha penyedia layanan jasa pengiriman barang dengan konsumennya seringkali terdapat kendala yang diakibatkan oleh berbagai masalah teknis dalam proses pengiriman barang. Mulai dari barang yang hilang, rusak atau mengalami keterlambatan sampainya barang. Akan tetapi jika terjadi demikian maka konsumen lah yang akan dirugikan sebab konsumen sudah melakukan kewajibannya yaitu membayar ongkos kirim namun tidak mendapatkan hak yang semestinya ia dapatkan yaitu sampainya barang tepat waktu dan tanpa kerusakan.

Jasa pengiriman menargetkan para customer yang ingin mengirimkan barangnya ke suatu lokasi yang jauh. Contohnya seperti di CV. Sinau Andandani Ekonomi menargetkan customer pengusaha padi, sayur, buah dll. Karena setelah hasil panen jadi maka akan dikirim di beberapa kota. Sebagai pengguna jasa pengiriman barang, konsumen perlu mendapat perlindungan hukum dalam rangka melindungi kepentingannya. Perjanjian yang dibuat antar pelaku usaha dengan konsumen memuat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dan didapatkan oleh

masing-masing pihak. Konsumen memerlukan jaminan bahwa jika barang tersebut tidak sampai dengan tepat waktu maka ia berhak atas bentuk ganti rugi dari pihak pelaku usaha

2.1.2.2 Inovasi Bisnis

Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, yang mana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktekkan dalam suatu kultur (Quinn et al., 1996). Inovasi bisnis merupakan faktor penentu dalam persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan. Fokus utama inovasi adalah penciptaan gagasan baru, yang ada gilirannya akan diimplementasikan ke dalam produk baru, proses baru. Adapun tujuan utama proses inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai pelanggan yang lebih baik. Inovasi dapat dipandang dengan pendekatan strukturalis dan pendekatan proses. Pendekatan strukturalis memandang inovasi sebagai suatu unit dengan parameter yang tetap seperti teknologi dan praktek manajemen, adapun pendekatan proses memandang inovasi sebagai suatu proses yang kompleks, yang sering melibatkan berbagai kelompok sosial dalam organisasi (Swan et al., 1999).

Inovasi merupakan salah satu elemen penting yang dibutuhkan oleh wirausahawan untuk mempertahankan bisnisnya. Inovasi dapat dibedakan dalam berbagai jenis tergantung pada objek, sektor yang dirujuknya, serta ruang lingkup atau intensitasnya. Jenis-jenis inovasi ini tidak independen satu sama lainnya. Beberapa inovasi dapat saja melibatkan berbagai jenis inovasi sekaligus.

(Carayannis, Samara and Bakouros, 2011) mengklasifikasikan inovasi ke dalam tiga kelompok sebagai berikut:



Gambar 2.1.2.1 Jenis-jenis Inovasi

Menurut objek inovasi dibedakan menjadi :

a) Inovasi Produk atau Layanan

Inovasi produk atau layanan mengacu pada kasus ketika suatu perusahaan memperkenalkan produk baru di pasar atau menyediakan layanan baru.

b) Inovasi Proses

Inovasi proses terjadi ketika perusahaan memasukkan unsur-unsur baru dalam proses produksinya atau operasinya, yang digunakan untuk produksi suatu produk atau penyediaan suatu proses.

Dalam beberapa kasus, garis pemisah antara kedua jenis ini tidak jelas. Pemisahan tergantung pada organisasi yang terlibat. Penekanan yang ditempatkan oleh perusahaan pada setiap jenis inovasi berbeda-beda, bergantung pada tahap pengembangan perusahaan. Pada tahap ketika perusahaan masih baru, perusahaan terutama akan mengadopsi inovasi produk. Namun saat perusahaan semakin tumbuh dan menjadi lebih kompleks, perusahaan juga mengadopsi inovasi proses. Pengembangan produk baru adalah usaha yang beresiko karena dapat menyuntikkan keuntungan besar dalam suatu perusahaan jika usaha itu berhasil,

tetapi usaha tersebut juga bisa menyebabkan kegagalan. Sebaliknya, inovasi proses menimbulkan volume produksi lebih tinggi, biaya produksi yang rendah dan penjualan yang rendah dan penjualan yang lebih tinggi dicari, tidak terlalu menyeluruh, sehingga menimbulkan risiko yang lebih rendah bagi perusahaan yang mengadopsi.

Menurut sektor yang dirujuknya, inovasi terbagi atas :

a) Inovasi Administrasi atau Organisasi

Inovasi administratif atau organisasi muncul di sektor administrasi dan mempengaruhi sistem organisasi suatu perusahaan, yang terdiri dari eksekutif bisnis dan hubungan di antara mereka. Dengan kata lain, inovasi administrasi adalah pengenalan sistem administrasi baru atau proses administrasi baru; ia tidak memperkenalkan produk atau layanan baru, tetapi secara tidak langsung mempengaruhi pengenalan atau proses produksinya.

b) Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi berkaitan dengan sektor teknologi suatu perusahaan, yang terdiri dari peralatan dan prosedur transformasi bahan mentah dan informasi menjadi produk atau peningkatan dan perluasan prosedur yang ditopang oleh produk. Inovasi teknologi dapat merujuk pada pengadopsian ide baru yang berkaitan dengan produk atau layanan baru, atau pengenalan elemen baru dalam proses produksi atau penyediaan layanan suatu perusahaan. layanan. Inovasi teknologi mengacu pada penciptaan,

Inovasi administratif terutama diadopsi oleh perusahaan besar dengan struktur yang lebih kompleks. Perusahaan-perusahaan ini menghadapi masalah yang lebih

besar dalam mengaudit dan mengkoordinasikan berbagai departemen dan mencoba memecahkan masalah tersebut melalui inovasi administratif. Namun, tampaknya semakin banyak perusahaan kecil yang menerapkan inovasi teknologi, berjuang dengan cara ini untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Menurut intensitas dan ruang lingkup, inovasi terbagi atas :

a) Inovasi bertahap

Inovasi bertahap menyebabkan penyimpangan yang relatif kecil dari perubahan yang dilakukan. Inovasi bertahap dilakukan untuk meningkatkan produk atau prosedur lama, tanpa mengintervensi struktur dan strategi perusahaan yang ada.

b) Inovasi menyeluruh

Inovasi menyeluruh membawa perubahan mendasar dalam aktivitas perusahaan dan menyebabkan penyimpangan yang signifikan dari perubahan yang dilakukan. Inovasi menyeluruh memberi momentum untuk aktivitas bisnis baru, strategi dan struktur memperkenalkan produk yang sama sekali baru.

Umumnya, inovasi menyeluruh lebih jarang diadopsi dibandingkan dengan inovasi bertahap. Hal tersebut dikarenakan inovasi menyeluruh memberikan tantangan yang lebih besar bagi struktur yang ada, dalam hal penentuan tugas eksekutif dan menimbulkan reaksi keras terhadap penerapannya. Perubahan yang dilakukan tampak lebih rumit bagi anggota perusahaan karena akan menimbulkan tingkat ketidakpastian yang lebih tinggi dalam pengembangan dan penerapannya. Biasanya, perusahaan besar memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam mengadopsi inovasi menyeluruh dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil karena jenis inovasi ini membutuhkan pengetahuan teknis dan stok sumber daya yang besar.

2.1.2.3 Ten Types Of Innovations

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 Keeley *The Discipline of Building Breakthrough* yang diterbitkan pada tahun 2011, menjabarkan ada 10 tipe inovasi yang dapat digunakan atau dilakukan oleh perusahaan dalam pengembangan bisnis. sekaligus dengan mengkombinasikannya secara efektif (Keeley, 2013). 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 (*Strukture 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 system 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



Gambar 2.1.2.3 Ten Types Of Innovation

2.2.2.4 Taktik Direct & Divercification

Taktik inovasi adalah perangkat yang Mengubah Sepuluh Jenis menjadi Blok Bangunan untuk Inovasi. Terdapat lebih dari 100 taktik yang telah di analisis dan kodifikasi. Taktik inovasi berguna untuk melihat setiap tipe inovasi yang digunakan menuju kearah taktikal, adanya sebuah taktikal inovasi akan memperjelas secara detail inovasi yang akan diterapkan. Dari 100 lebih taktikal inovasi yang ada di Ten Types of Innovation akan dipilih mana takctikal yang akan menjadi sebuah peluang atau menjadi value inovasi bagi para pengusaha. Tactikal sangat dibutuhkan karena tidak hanya meniru. Saat Anda menggabungkan beberapa

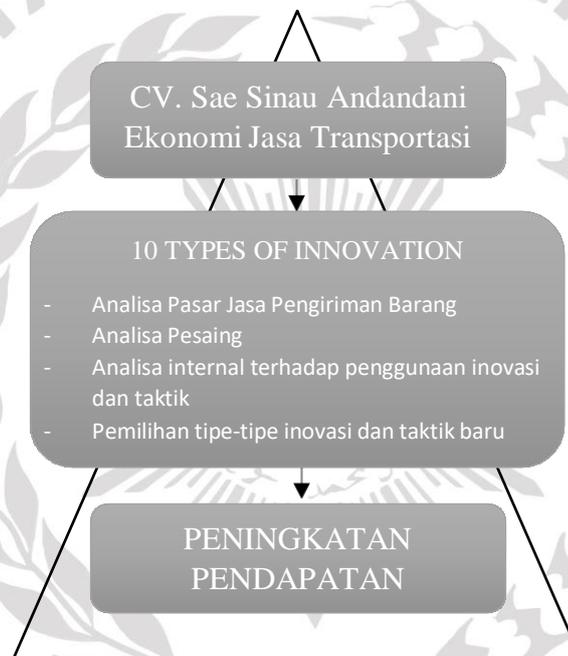
taktik dengan cara baru, Anda menghasilkan konstruksi baru - tanpa mengambil resiko besar bahwa ide baru tidak dapat dibangun. Inovasi yang paling sukses bukanlah penemuan baru, melainkan mereka mengintegrasikan banyak ide yang berbeda dan terdistribusi menjadi sesuatu yang terasa baru dan patut diperhatikan. Referensi diambil dari buku Modul Kewirusahaan Sukses Mengembangkan Usaha Dengan Metode Sepuluh Tipe Inovasi yang dibuat oleh Beni Komara dan Eko suahyo.

Tabel 2.1.2.4 Taktikal Ten Types of 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 Schemes	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 Systems	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 Systems	Conservation		Personalized Service	On-Demand		Whimsy and Personality
Auction	Disaggregate Pricing	Collaboration		Strategic Design	Customization		User Communities/Support Systems	Context Specific		Status and Recognition
Risk Sharing				Intellectual Property	Fokus		Lease or Loan	Experience Center		
				User Generated	Styling		Self-Service			
				Predictive Analytics						

2.2 Kerangka Berfikir

CV. Sinau Andandani Ekonomi Jasa Transportasi sangat memerlukan adanya sebuah inovasi untuk dapat bertahan di era persaingan bisnis yang ketat. Metode 10 Type of innovation sangat membantu perusahaan CV. Sinau Andandani Ekonomi Jasa Transportasi untuk dapat menciprakan sebuah inovasi untuk meningkatkan pendapatan sebuah perusahaan.



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian