

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki tujuan menggali informasi pada penelitian-penelitian sebelumnya, membandingkan mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang digunakan dengan dasar penelitan terdahulu :

Judul	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh Lokasi Perumahan Bumi Insan Madani Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Madani Dharma Properti Karawang.	Muhammad Gema Mauludy n Syah, (2022)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada perumahan Bumi Insan Madani adalah 50,6 persen dan 49,4 persen disebabkan hal lain.	Penelitian ini membahas hambatan yang dipengaruhi oleh lokasi	Peneliti menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif.

Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Penjualan Properti Tanah Kavling Di Masa Pandemi Covid-19(studi pada PT. Aditya Global Seejahtera).	Rizkan Nugraha, (2021)	Strategi bauran promosi yang digunakan PT. Aditya Global Sejahtera dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 adalah dengan mengimplementasikan Strategi Pemasaran Bauran Promosi (<i>promotion mix</i>) dengan mekanisme periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif.	Membahas secara rinci mengenai strategi komunikasi bauran promosi PT. Aditya Global Sejahtera.
--	------------------------	---	---	--

		interaktif dan hubungan masyarakat.		
Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Tanah Kavling Pada PT. Mah Sajajar Djaya di Banjarmasin	Rahmi, (2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan PT. Mah Sajajar Djaya dalam usaha meningkatkan volume penjualan tanah kavling melalui marketing free lancar dan mitra marketing, dan pelaksanaan kebijakan promosi yang modern.	Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif.	Cara strategi yang digunakan PT. Mah Sajajar Djaya yang sudah beraga.
Pengaruh Marketing Mix Terhadap	Dwi Anugrah, Andini, (2022)	Dari penelitian ini diketahui terdapat pengaruh marketing mix	Mengatasi permasalahan terhadap	Metode pengumpulan data menggunakan

Minat Beli Tanah Kavling Pada PT. Brilliant Mina Bumi	(lokasi, harga, prospek, dan promosi) yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen baik secara parsial maupun simultan.	minat beli konsumen	kan metode kuesioner dengan skala likert.
---	---	---------------------	---

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.2 Landasan Teori

2.1.2.1 Strategi Pengembangan Usaha

Menurut (David, 2009:60) lima pedoman tentang kapan mengembangkan usaha dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu :

1. Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk, menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru
2. Ketika organisasi berkompetensi di indsutri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat
3. Ketika pesaing utama menawarkan produk erkualitas lebih baik dengan harga bagus
4. Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi

5. Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat

Menurut (Eisenhardt & Martin, 2000) kapabilitas dinamik adalah proses-proses perusahaan yang menggunakan sumber daya secara spesifik proses untuk mengintegrasikan, merokonfigurasi, memperoleh dan melepaskan sumber daya mencocokkan dan bahkan menciptakan perubahan pasar. Teori kapabilitas dinamik yang pertama kali dikembangkan oleh (Teece dan Pisano, 1994), terkait dengan kemampuan organisasi untuk mencipta, membentuk kembali, mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan, tetap berada di depan dalam lingkungan persaingan yang selalu berubah dan cepat. Teori kapabilitas dinamik dalam usaha ini CV. 99 Bersinar harus mengembangkan kapabilitas guna mengembangkan usahanya. Kapabilitas dinamik merefleksikan suatu kemampuan organisasi untuk mencapai bentuk-bentuk keunggulan bersaing yang baru dan inovatif.

Kapabilitas dinamik disusun oleh empat komponen menurut (Hao, 2010) yaitu :

1. Kapabilitas penginderaan lingkungan, manager puncak dan ahli-ahli teknis memahami peluang pengembangan pasar secara lebih mendalam, Perusahaan seharusnya memperdalam pemahaman mereka tentang hukum-hukum dalam dunia industri dan menangkap tren yang berubah-ubah.
2. Kapabilitas yang diubah dan perbaharui, kapabilitas untuk mengintegrasikan sumber-sumber daya adalah bernilai, kapabilitas

dinamik bukan hanya kemampuan mengembangkan, mengkonfigurasi dan mengintegrasikan sumber daya tetapi juga mengintegrasikan, menginovasikan, dan memperbarui proses operasional.

3. Kapabilitas dan Fleksibilitas teknologi, adalah sangat penting bahwa teknologi yang sekarang ada seharusnya secara cepat diperbaiki agar cocok dengan kebutuhan pelanggan berdasarkan produk dan jasa, kemampuan untuk bersaing pada level teknologi yang baru sangat bergantung kepada kapabilitas mereka dalam versi teknologi yang sebelumnya.
4. Kapabilitas fleksibilitas organisasional, kapabilitas ini berkenaan dengan atribut-atribut struktur organisasi yang menaruh perhatian pada prosedur otoritas pengambilan keputusan, arus informasi dan konfigurasi tugas.

Tiga elemen penting terkait dengan kapabilitas dinamik menurut (Zahra, 2006). Pertama, kemampuan untuk memecahkan masalah, kedua, hadirnya masalah yang berubah dengan cepat, dan ketiga, kapabilitas untuk mengubah cara perusahaan menyelesaikan masalahnya.

2.1.2.2 Inovasi

Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Trustorini, 2017). Menurut (Kotler dan Keller, 2014:32) mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan

2. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012:233) berpendapat bahwa ada empat indikator inovasi sebagai berikut :

1. Keunggulan relatif

Keunggulan relatif adalah tingkat dimana inovasi tampak lebih bagus dari produk lama. Tingkat kelebihan inovasi bisa dilihat lebih baik dari sebelumnya atau sebaliknya.

2. Kompatibilitas

Kompatibilitas adalah tingkat kesesuaiannya inovasi dengan nilai dan pengalaman perorangan. Tingkat keserasian dari suatu inovasi, apakah dianggap konsisten atau sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada.

3. Divisibilitas

Divisibilitas adalah tingkat inovasi dapat dicoba sedikit demi sedikit.

4. Komunikabilitas

Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dalam diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain.

2.1.2.3 *Competitive Dynamics*

Dinamika kompetitif adalah gerakan persaingan antar perusahaan atau organisasi untuk melihat aksi persaingan dan reaksinya (Pancaningrum, n.d). dalam dinamika kompetitif ini diperlukannya analisa dinamika persaingan dan juga perilaku kompetitif, ini dilakukan agar dapat menentukan yang harus dilakukan setelah menganalisa persaingan. Persaingan kompetitif terjadi

diantara perusahaan alasannya satu atau lebih pesaing merasakan tekanan atau melihat peluang-peluang untuk meningkatkan posisi pasar yang dihadapi.

Teori pendekatan yang berhubungan pada penelitian ini ada teori RBV (*resources-based view*). Melalui teori ini CV. 99 Bersinar dapat membangun *competitive advantage* melalui penggunaan sumber-sumber daya yang dihasilkan. Dalam konsep RBV yang menjadi poin utama adalah sumber daya internal. Keberhasilan perusahaan ditentukan oleh sumber daya internal yang diklasifikasikan menjadi 3 seperti :

1. Sumber daya fisik, meliputi semua pabrik, peralatan, lokasi, teknologi, dan bahan baku
2. Sumber daya manusia, meliputi seluruh pegawai, seperti pelatihan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimilikinya
3. Sumber daya organisasi, meliputi struktur organisasi, proses perencanaan, sistem informasi, hak paten., database. (Barner, 2001)

Persaingan yang lebih kompleks dengan alasan menurunnya perhatian pelaku industri terhadap pasar tunggal dan naiknya pada pasar global. Perubahan ini disebabkan beberapa faktor yang menjadi persaingan kompetitif antara lain :

1. Adanya evolusi menuju pasar global (Mudrajad, 2019) menciptakan perusahaan yang ingin terus meningkatkan persaingan di pasar
2. Skala ekonomis atau belajar
3. Kemajuan teknologi informasi menciptakan koordinasi antar pasar menjadi lebih mudah. Hal ini menjadi koordinasi antar perusahaan

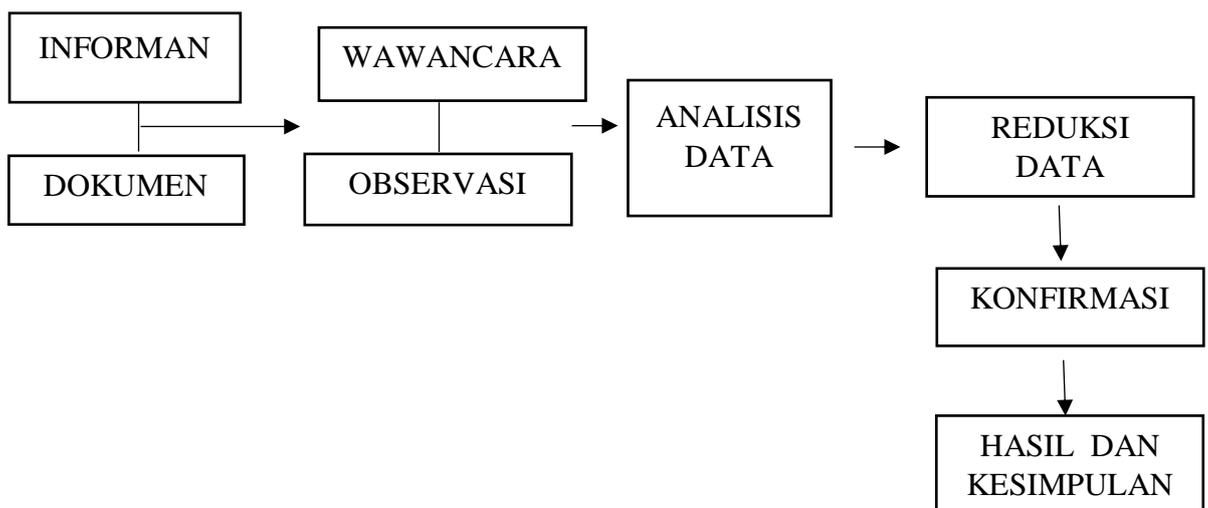
menjadi mudah, disisi lain juga meningkatkan daya saing perusahaan berukuran kecil atau menengah.

2.2 Metodologi

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi dengan metode kualitatif deskriptif, metode penelitian ini yang berdasarkan filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna generalisasi (Sugiyono (2016:9).

Berdasarkan di atas, maka penelitian ini sangat relevan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif karena fokus penelitian ini menjelaskan permasalahan yang dihadapi oleh CV. 99 Bersinar dalam mengembangkan usahanya.

2.3 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian