BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Mohamad Nur Utomo, Sulistya Rini Pratiwi, Sakina Suci Windani	2022	Kapabilitas Dinamis Sebagai Penentu Dalam Mengadopsi Penerapan Bisnis Berbasis Teknologi Digital	Fokus pembahasan kapabilitas dinamis dalam bisnis.	Tempat penelitian Metode kuantitatif.	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa UMKM yang memiliki kapabilitas dinamis, memberikan pengaruh positif terhadap penerapan bisnis berbasis teknologi digital.
Ningky Sasanti Munir, Rachmat Dwi Cahyono, Mia Christy Patricia	2023	Strategi Peningkatan Kapabilitas Dinamis Perusahaan Properti	Fokus pembahasan kapabilitas dinamis dalam bisnis.	Tempat penelitian di bidang property.	Hasil penelitian membuktikan perusahaan perlu meningkatkan kapabilitas dinamis, untuk menghadapi ancaman (sensing), memanfaatkan peluang (seizing) melalui proses transformasi (reconfiguring).
Dian Alanudin, Devina Sukma Permadi	2024	Transformasi Kompetitif Melalui Data: Peran Kerangka Toe dan Kapabilitas Dinamis dalam Adopsi Bisnis Analitik	Fokus pembahasan kapabilitas dinamis dalam bisnis,	Tempat penelitian, Metode kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 10actor-fakto teknologi, organisasi, lingkungan memiliki dampak yang signifikan. Terhadap kapabilitas dinamis.

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

2.1.2 Landasan Teori

2.1.2.1 Toko Ritel

Ritel merupakan aspek yang penting dalam proses distribusi, dengan peran utama dalam mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen akhir. Aktivitas ritel meliputi seluruh proses penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan tidak untuk keperluan komersial atau bisnis. Menurut Yunarni dalam (Kesuma Sihombing, Sari Dewi, and Bikasih Rahmad 2019) istilah *retail* didefinisikan sebagai "penjualan barang dan/atau jasa kepada masyarakat umum." Definisi ini menggambarkankan aktivitas yang melibatkan transaksi langsung antara penjual dan konsumen akhir, di mana barang atau jasa ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan individu, keluarga, atau rumah tangga. Dalam konteks ini, ritel mencakup berbagai bentuk penjualan, baik melalui toko fisik, platform online, maupun metode lainnya, yang bertujuan untuk memudahkan akses bagi konsumen dalam memperoleh barang atau layanan yang mereka butuhkan.

Ritel merujuk pada seluruh aktivitas bisnis yang secara langsung mununjukkan upaya pemasarannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir dengan menyelenggarakan penjualan barang dan jasa sebagai bagian utama dari proses distribusi. Dengan kata lain, ritel mencakup rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan penjualan barang dan jasa kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, maupun rumah tangga mereka. Fokus utamanya adalah menyediakan produk dan layanan yang dirancang untuk digunakan secara langsung oleh konsumen, bukan untuk tujuan komersial atau penjualan kembali (Sunyoto, D., & Mulyono 2021)

Menurut Alma dalam (Chaniago et al. 2019) ritel atau bisnis eceran menjadi bagian penting dari rantai saluran distribusi barang yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen akhir. Ritel mencakup aktivitas perdagangan yang bertujuan menyediakan berbagai komoditas untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui metode tradisional, seperti pasar atau toko kecil, serta melalui pendekatan modern, seperti toko swalayan dan *platform digital*.

Disisi lain, menurut (Huda, N., & Armel 2022) toko ritel adalah usaha yang menjual barang serta jasa kepada konsumen akhir dengan memberikan nilai tambah, seperti layanan terbaik, kemasan menarik, dan kemudahan berbelanja, untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa toko ritel adalah usaha memenuhi kebutuhan konsumen guna produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, disertai dengan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ritel merupakan elemen krusial dalam saluran distribusi yang berfungsi untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen akhir guna memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, baik melalui cara tradisional maupun modern. Selain berperan sebagai jembatan antara produsen dan konsumen, ritel juga menawarkan nilai tambah melalui layanan, kemasan, dan pengalaman berbelanja yang memuaskan.

2.1.2.2 *Dynamic Capability*

Kapabilitas dinamis dalam (Asrunputri and Zulkarnaen 2020) adalah suatu teori yang dikembangkan oleh David Teece dan Gary Pisano pada tahun 1994. Menurut Teece dan Pisano (1994), teori ini merupakan pengembangan dari teori *Resource Based View.* Mereka menjelaskan bahwa organisasi-organisasi di masa lalu mengadopsi strategi

berbasis sumber daya dengan mengumpulkan aset-aset berharga, seperti teknologi, dan menerapkan pendekatan defensif terhadap kekayaan intelektual mereka. *Resource based view,* yang menjadi dasar dari pembentukan kapabilitas dinamis, membantu organisasi dalam mengelola aset-aset penting mereka sehingga aset tersebut menjadi bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan. Keunikan aset-aset ini memberikan organisasi keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya .

Kapabilitas dinamis merujuk pada kemampuan perusahaan untuk mengumpulkan dan mengembangkan kemampuan yang dimiliki, baik dari sumber internal maupun eksternal, guna beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam lingkungan. Hal ini dilakukan dengan cara mengubah sumber daya yang ada menjadi produk unggul (Siska Apriliani Widiastuti, Deni Muhammad Danial, and Nurmala 2022). Dalam hal ini, kapabilitas dinamis merujuk pada kemampuan sebuah perusahaan untuk dengan efektif mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya yang ada, sehingga dapat responsif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan (Khouroh, Windhyastiti, and Ratnaningsih 2020). Sedangkan menurut Teece dalam (Embistek et al. 2024) Kapabilitas dinamis merujuk pada kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan, mengembangkan, dan menyesuaikan kompetensi yang berasal dari sumber internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat dengan cepat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Chang dalam (Kurniawan et al. 2021) menyampaikan bahwa :

> "*There are many research results which state that dynamic capabilities can affect the innovation performance of a company or organization"*

Kutipan di atas memiliki makna terdapat banyak penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis dapat memengaruhi kinerja inovasi perusahaan atau organisasi. Menurut (Asrunputri and Zulkarnaen 2020) kapabilitas dinamis adalah representasi dari kemampuan organisasi untuk secara proaktif mengelola dan mengoptimalkan sumber daya, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam menghadapi perubahan yang cepat di,lingkungan bisnis. Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kapabilitas dinamis adalah kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi kembali sumber daya yang dimiliki secara efektif dalam merespons perubahan cepat di suatu lingkungan bisnis.

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa kapabilitas dinamis menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi kembali sumber daya yang ada untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat dengan cara yang efektif.

Menurut berdasarkan Teece (2007) dalam (Asrunputri and Zulkarnaen 2020) kapabilitas dinamis dapat terbagi atas tiga kategori, yaitu :

1. *Sensing Capability* merujuk pada kemampuan organisasi untuk mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dengan cara mengevaluasi lingkungan sekitar. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui eksplorasi kebutuhan pasar, memantau praktik R&D terbaru yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan anggota organisasi secara keseluruhan, serta menemukan cara-cara baru bagi organisasi untuk memahami proses transformasi teknologi.

2. *Seizing Capability* adalah kemampuan untuk meraih peluang yang terdeteksi, dengan menyadari nilai dan potensi peluang tersebut. Seizing capability berfungsi untuk memilih teknologi yang tepat atau menentukan target konsumen.
3. *Reconfiguring Capability* terjadi setelah peluang terdeteksi dan diperoleh, di mana peluang tersebut perlu direkonfigurasi. *Reconfiguring capability* mencakup kemampuan untuk mengkombinasikan kembali dan mengubah basis sumber daya guna membantu organisasi merespons perubahan dan peluang yang ada baik di dalam maupun di luar organisasi.

2.1.2.3 Business Sustainability

Menurut (Wati and Mukhlis 2023) keberlangsungan usaha *(Business Sustainibility)* merupakan perusahaan yang dimana mempunyai karyawan berkemampuan, berpengalaman, berkomitmen dan bermotivasi untuk mendorong kinerja yang baik untuk menciptakan kenaikan laba dan penurunan biaya sehingga perusahaan dapat berkelanjutan dalam beroperasi jangka panjang . Dalam pengelolaan usaha atau bisnis dari awal sampai akhir mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian yang berdasarkan prinsip seorang pelaku usaha menjadi pokok utama mengapa bisnis dapat bertahan *(sustain)* dalam setiap gempuran dunia perekonomian (Helga Meilany, d.k.k n.d.). *Business Sustainability* atau bisnis berkelanjutan, merujuk pada kemampuan perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang ekonomis, sosial, dan lingkungan yang bertanggung jawab. Dilakukan untuk memenuhi kebutuhan generasi yang sekarang, tanpa mengurangi potensi yang dimiliki oleh generasi dimasa depan dalam memenuhi apa yang menjadi kebutuhan mereka (Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi 2022).

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *business sustainability* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola operasi secara ekonomis, sosial, dan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab, dengan tujuan mencukupi kebutuhan generasi sekarang tanpa menghilangkan potensi generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian (Rachmawati 2021) menyatakan, manfaat *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha), diantaranya:

a. Meningkatkan Keuntungan

   Keberlanjutan usaaha erat kaitannya dengan pelestarian lingkungan. Ketika lingkungan usaha terjaga dengan baik, usaha tersebut berpotensi memperoleh manfaat dan keuntungan dari kondisi lingkungan sekitarnya.

b. Produktivitas Meningkat

   Keberlanjutan Usaha sejatinya sejalan dengan upaya menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang tidak perlu, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat berkurang secara signifikan.

c. Sumber Daya Manusia yang Berkualitas

   Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif melalui pengembangan keterampilan dan kemampuan karyawan akan memotivasi mereka untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif, demi tercapainya kinerja usaha yang optimal.

d. Mengefisiensi E*nergy*

   Keberlanjutan usaha dipengaruhi perkembangan teknologi. Usaha dapat terbantu dengan adanya perkembangan teknologi, seperti pemasaran online, desain mesin

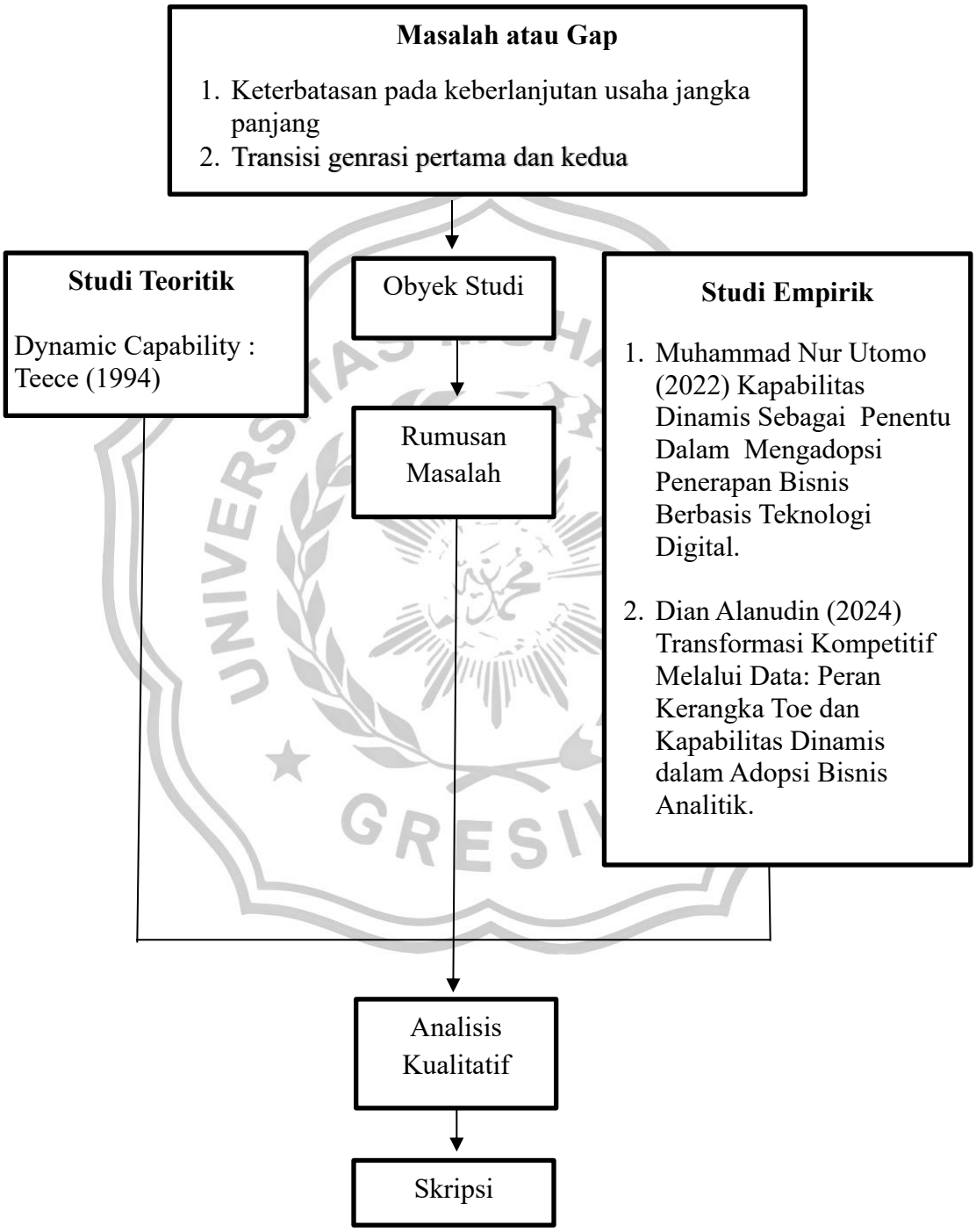
produksi yang semakin efisien, serta sistem pembukuan keuangan yang dapat dioperasikan melalui komputer.

2.2 Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Dengan tujuan untuk mengulik sebuah ciri khusus atau keunikan karakteristik pada permasalahan yang diteliti pada penelitian ini. Permasalahan yang digunakan dalam penelitian ini digunakan sebagai landasan mengapa perlu dilakukan penelitian dengan studi kasus, sehingga permasalahan objek kajian dapat menjadi tujuan dan fokus utama dalam penelitian ini. Dalam studi kasus, proses mengumpulkan data menjadi hal yang krusial untuk dilakukan, sebab pengumpulan data dilakukan untuk mengetahui gambaran secara mendalam sebuah kasus yang akan diteliti selama penelitian berlangsung. Agar dapat menyusun deskripsi secara terperinci mengenai kasus atau permasalahan yang muncul, maka diperlukan analisis yang baik muncul (Assyakurrohim et al. 2022).

2.2 Kerangka Penelitian

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian



Sumber : Diolah Peneliti, 2024