

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Cakupan pasar bisnis ritel yang meluas dengan cepat dan terus menerus, karenanya tidak mengherankan apabila bisnis tersebut mengalami perkembangan di Indonesia. Meskipun pertumbuhannya luar biasa, hanya sedikit penelitian yang menemukan literatur yang berfokus pada sektor ritel, khususnya yang membahas pola perilaku konsumen (Kingdom et al., 2019).

Dalam melakukan penjualan, seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk melakukan strategi yang tepat. Namun juga harus mampu memberikan nilai tambah dari produk yang dijual agar harga yang dikeluarkan oleh konsumen mampu memberikan manfaat yang dapat dirasakan (Azahra & Hadita, 2023). Beberapa langkah yang berkaitan dengan strategi adalah penetapan harga dan promosi. Harga dan promosi mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Sehingga harus dapat direncanakan secara efektif dan wajar.

Bisnis ritel adalah bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Bisnis ritel tidak hanya memudahkan konsumen akhir mendapatkan berbagai kebutuhan mereka mulai dari pangan, sandang, peralatan rumah tangga hingga jasa-jasa tertentu. Bisnis ritel juga sangat penting bagi produsen untuk memasarkan produk mereka kepada masyarakat. Bisnis toko retail ditahun ini akan semakin naik dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat, salah satunya toko retail plastik juga banyak pelanggan atau pelaku usaha yang membutuhkan sebuah plastik untuk kebutuhan keseharian.

Go Sumber Plastik (Go-SP) merupakan perusahaan bisnis ritel yang menjual barang berbahan plastik dan sejenisnya di daerah Gresik dan Jawa Timur, mulai dari kebutuhan rumah tangga, pedagang atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) hingga perusahaan atau restoran. Toko Go. Sumber Plastik merupakan sebuah toko retail modern yang menjual belikan kemasan barang plastik dengan berbagai macam kebutuhan secara lengkap. Persaingan di dunia bisnis yang lagi meningkat pasti akan bermunculan para pesaing di bidang yang sama, kini di daerah Gresik semakin banyak para toko pesaing karena semakin banyak orang atau usaha UMKM membutuhkan kemasan plastik. Meskipun demikian, Toko Go Sumber Plastik mampu bersaing dengan kiat inovasi yang dilakukan. Hal ini tercermin dengan pertumbuhan pendapatan yang terus meningkat seperti halnya pada tabel 1.1 di bawah ini :

**Tabel 1.1 Data Pendapatan Go. Sumber Plastik**



Sumber : Keuangan Go. Sumber Plastik (2024)

Inovasi yang dilakukan Toko Go Sumber Plastik penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Transformasi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap

berbagai industri, termasuk UMKM, dan telah mendorong munculnya model dan peluang bisnis baru. Platform e-commerce dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Sebuah studi di Indonesia menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM menerima e-commerce dan mengakui pentingnya e-commerce dalam pengembangan bisnis (Kurniawati & Ahmad, 2021)

Selain inovasi, strategi dilakukan Toko Go Sumber Plastik sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang secara bersama-sama. Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, masuk pasar, rasionalisasi staf, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan (Firmansyah et al., 2023). Strategi diperlukan untuk dapat membuat perencanaan setelah menemukan sebuah inovasi untuk dapat mengembangkan sebuah bisnis kedepan. Strategi Business Model Canvas akan menggambarkan sebuah perencanaan bisnis dengan secara detail, strategi inovasi dapat mempertahankan pondasi bisnis dari para pesaing lainnya, jika bisnis tanpa sebuah strategi inovasi akan menjadi ketinggalan zaman atau akan terjadi gulung tikar karena kalah saing. Go. Sumber Plastik berdiri sejak tahun 2016 sampai sekarang semakin bertambah tahun semakin meningkat tinggi sebuah pendapatannya, maka dari itu toko Go. Sumber Plastik menerapkan sebuah strategi inovasi untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya agar dapat menciptakan sebuah pondasi yang kuat dan meningkatkan sebuah pendapatan usaha untuk berdiri kokoh di gempuran persaingan bisnis toko retail plastik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana penerapan strategi inovasi Go. Sumber Plastik dapat mempertahankan bisnisnya di era persaingan yang ketat dengan mengambil sebuah

judul ”Implementasi Ten Types of Innovation dan Business Model Canvas  
Toko Retail untuk Peningkatan Pendapatan Bisnis pada Go. Sumber Plastik”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apa saja inovasi yang disarankan bagi bisnis Go. Sumber Plastik?
2. Bagaimana penerapan strategi inovasi pada bisnis Go. Sumber Plastik berdasarkan Business Model Canvas?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk dapat mengetahui inovasi yang diterapkan oleh bisnis Go. Sumber Plastik
2. Untuk mengetahui deskripsi penerapan strategi inovasi pada Go. Sumber Plastik berdasarkan Business Model Canvas

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk referensi penelitian berikutnya dan sebagai bahan informasi bagi pembaca.
2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pelaku usaha yang berkaitan dengan bidang usaha tersebut dan juga diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti.

### **1.5 Kesenjangan Fenomena**

Kesenjangan fenomena pada penelitian Implementasi Peningkatan pendapatan Toko Retail Go. Sumber Plastik dengan menggunakan metode Ten Types of Innovation dan Business Model Canvas menunjukkan bahwa penelitian tersebut berpotensi besar untuk dapat mengeksplorasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi tentang strategi peningkatan pendapatan Toko Go. Sumber

Plastik. Penelitian bisnis retail kebanyakan melakukan penelitian strategi pemasaran dan manajemen bisnis. Penelitian ini untuk pengembangan bisnis membuka aspek-aspek pengetahuan mengenai teori inovasi dan mengimplementasikan inovasi yang dilakukan atau masih perencanaan. Kesenjangan ini memberikan sebuah hal baru untuk dapat mengetahui inovasi yang diterapkan oleh para pengusaha dan dapat menemukan inovasi baru yang dapat diterapkan.

