

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Litelatur

2.2.1 Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan terhadap analisis beberapa referensi yang dianggap relevan sebagai panduan untuk mendukung pelaksanaan penelitian. Beberapa tinjauan pustaka yang dijadikan acuan meliputi:

Tabel 2.1 Literatur Penelitian

JUDUL	PENULIS	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
INOVASI PERENCANAAN USAHA PENGOLAHAN PRODUK TURUNAN IKAN LELE	Yuyus Yudistria. Deddy Rusyandi. Luluh AbdilahKurniawan. (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan ikan lele sebagai bahan dasar untuk mengembangkan produk turunan telah menghasilkan solusi potensial dalam meningkatkan pendapatan. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang potensi untuk menciptakan berbagai olahan ikan lele, yang dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam terhadap kualitas mutu dan kandungan gizi tinggi yang dimiliki oleh ikan lele menjadi dasar utama untuk produk inovasi.	Penelitian ini sama sama membahas mengenai inovasi bisnis dan manajemen.	terkait objek yang membahas mengenai perencanaan bisnis dalam pengembangan sedangkan peneliti membahas mengenai perencanaan ulang.

Strategi Pengembangan Usaha Kafe “Inspirasi Kopi” Dengan Metode Business Model Canvas Dan Ten Types Of	Muhammad Razzaq Yogie Setiawan1, Aries Kurniawan2, Vembri Aulia Rahmi3, Hadi Ismanto (2023)	setelah dikembangkannya inovasi melalui Ten Types of Innovation terdapat empat inovasi yang memasuki kedalam kategori Ten Types of Innovation yakni Inovasi Model Keuntungan, Inovasi Layanan, Inovasi Yang Melibatkan Konsumen dan Inovasi Sistem Produk. Peneliti memutuskan untuk menyusun ulang business model canvas yang diadaptasi peneliti dari business model canvas lama	Penelitian ini sama sama menggunakan <i>business model canvas</i> .	Penelitian menggunakan metode kualitatif.
--	---	--	---	---



Innovation		dengan hasil dari penelitiannya yang berupa wawancara dan observasi, maka dari itu terbentuknya Remodelling Business Model Canvas yang dapat membantu mengembangkan usaha kafe Inspirasi kopi		
PERENCANAAN BISNIS KERAJINAN PERCA BATIK UNTUK UMKM	Titi Rahayu Prasetyani, Sri Puji Astuti, Catur Ragil Sutrisno (2020)	Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) menganalisis aspek produksi kerajinan batik dengan fokus pada pengembangan produk dan standarisasi proses, dan 2) menganalisis pemasaran kerajinan batik, dengan penekanan pada analisis konsumen dan analisis pasar.	Penelitian ini sama sama menggunakan perencanaan.	Penelitian ini terletak pada objek yang diteliti.
MANAJEMEN BUSINESS CYCLE SEBAGAI BASIS PELUANG USAHA PASCA COVID - 19: SUATU STRATEGI PEMULIHAN EKONOMI MASYARAKAT.	Asmini , I Nyoman Utama, Wahyu Haryadi, Rosyidah Rachman (2020).	Business cycle juga telah dikategorikan berdasarkan jenis bisnis pada lima bidang usaha, dengan yang terbesar pada jenis bisnis jasa. Secara umum, dibutuhkan manajemen business cycle sebagai basis dasar peluang usaha pasca Covid-19 untuk menjadi suatu strategi pemulihan ekonomi masyarakat.	Penelitian ini membahas tentang manajemen bisnis.	Objek penelitian membahas manajemen cycle sebagai peluang, sedangkan penelitian ini membahas tentang perencanaan ulang pada bisnis.
PERENCANAAN INOVASI PENGEMBANGAN AGROWISATA BUKIT FLORA DENGAN PENDEKATAN METODE BISNIS MODEL	Ummi Hanik, M. Imron Mas'ud (2019).	Hasil akhir penelitian yang diharapkan yaitu mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman lingkungan internal dan eksternal agrowisata bukit flora, serta menentukan rencana inovasi untuk pengembangan wisata bukit flora.	penelitian ini membahas mengenai bmc.	Terletak pada objek nya yaitu agrowisata bukit flora.

KANVAS.				
---------	--	--	--	--

2.2 Tinjauan pustaka

2.1.2.1 Inovasi

Inovasi adalah suatu konsep yang mencakup hal-hal baru yang berasal dari pengetahuan, dan memiliki potensi memberikan manfaat signifikan dalam kehidupan manusia. Proses pengembangan inovasi sangat tergantung pada pengetahuan yang mendalam (An'im Fattach, n.d.) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), inovasi adalah menemukan sesuatu yang baru dan berbeda dari apa yang telah ada sebelumnya.

Inovasi merupakan suatu penemuan, baik berupa gagasan, peristiwa, atau produk, yang dianggap sebagai sesuatu yang baru (Arum et al. 2022). Inovasi terbagi menjadi beberapa kategori, antara lain inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran (Purwanto 2023). Berikut penjelasan tipe inovasi diantaranya:

1. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah proses pengembangan produk yang sudah ada dengan cara menciptakan ide-ide baru, gagasan inovatif yang menawarkan produk baru, serta memberikan layanan yang memuaskan bagi konsumen. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen di tengah persaingan bisnis yang sibuk (Restiani Widjaja and Wildan 2023).

2. Inovasi Proses

Inovasi proses adalah konsep yang melibatkan pengembangan dan

implementasi cara-cara baru atau perubahan dalam proses-proses yang ada



di suatu organisasi atau perusahaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, atau mengurangi biaya produksi secara signifikan.

3. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran bertujuan untuk menyediakan peralatan, ide, serta infrastruktur yang dapat mengurangi kesenjangan antara inovasi dan menentukan posisi di pasar. Tujuannya adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Arifin and Ali 2023).

2.1.2.2 Manajemen

Manajemen merupakan kombinasi antara keilmuan dan keahlian yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien dan efektif (Imbron, Ibrahim Bali Pamungkas, 2021). Dalam ranah manajemen, terdapat sebuah konsep yang dikenal sebagai 6M, yang merupakan faktor-faktor utama yang berperan penting dalam pengelolaan efektif suatu entitas bisnis (Imbron, Ibrahim Bali Pamungkas, 2021). Pertama, 'Man' (manusia) merupakan salah satu elemen utama yang menekankan peran dan pengelolaan sumber daya manusia di organisasi. Sumber daya manusia yang terampil dan berkualitas menjadi fondasi dalam menjalankan operasional perusahaan. 'Money' (uang) adalah unsur krusial yang mencakup aspek keuangan dalam manajemen bisnis. Pengelolaan finansial yang bijak diperlukan untuk memastikan kelancaran operasional, termasuk pengeluaran dan pendapatan yang seimbang.

Selanjutnya, 'Method' (metode) merujuk pada pendekatan atau prosedur yang digunakan dalam menjalankan operasi perusahaan. Penggunaan metode yang efisien dan efektif menjadi kunci dalam mengoptimalkan hasil yang diinginkan. 'Materials' (bahan) merujuk pada sumber daya material atau bahan yang digunakan dalam proses produksi atau layanan. Manajemen yang baik dari aspek ini memastikan ketersediaan bahan yang tepat pada waktu yang tepat, mendukung kelancaran proses produksi.

'Machines' (mesin) mencakup peralatan atau teknologi yang digunakan dalam proses produksi atau layanan. Pengelolaan dan pemeliharaan peralatan yang baik diperlukan untuk memastikan efisiensi dan produktivitas yang optimal. Terakhir, 'Market' (pasar) mengacu pada pengelolaan pasar dan orientasi pada kebutuhan serta keinginan konsumen. Memahami pasar dengan baik dan meresponsnya secara efektif merupakan kunci untuk menjaga daya saing dan pertumbuhan bisnis di era yang terus berubah dan kompetitif.

Manajemen bisnis merupakan aplikasi prinsip-prinsip manajemen di dalam struktur dan operasi suatu badan usaha atau organisasi bisnis (Nasfi, Gerry Ganika 2022). Ini melibatkan penentuan tujuan, perencanaan strategis, pengelolaan sumber daya manusia dan materi, serta pengambilan keputusan untuk mencapai efisiensi, produktivitas, dan kesuksesan perusahaan. Dalam esensinya, manajemen bisnis melibatkan pengelolaan berbagai aspek operasional dan administratif yang diperlukan agar suatu

entitas bisnis dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan visi, misi, dan tujuannya.

2.1.2.3 Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan suatu rencana jangka panjang dan kerangka kerja inovatif yang dirancang untuk membantu dalam merancang model bisnis. Ini merupakan alat bisnis yang muncul untuk meningkatkan perancangan bisnis dengan mempertimbangkan kondisi yang ada (Setiawan et al. 2023). Business Model Canvas adalah suatu kanvas yang terdiri dari sembilan elemen bisnis yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk merencanakan strategi. Pendekatan ini melibatkan deskripsi, gambaran, dan evaluasi model bisnis suatu organisasi (Kurniawan, dkk., 2021). Kesembilan komponen bisnis tersebut mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, hubungan dengan pelanggan, saluran distribusi, sumber pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, mitra kunci, dan struktur biaya (Fitria and Kurniawan 2023). Diantaranya (Fitriani et al. 2020) :

1. Value Propositions

Dengan kata lain, value proposition merupakan nilai unik produk atau jasa yang membuat konsumen memilih perusahaan kita daripada pesaing. Sebelum mempertimbangkan faktor lainnya, memahami value proposition menjadi kunci penting untuk memastikan bahwa bisnis kita memenuhi kebutuhan sebenarnya konsumen dan memberikan solusi bagi permasalahan yang mereka hadapi. Beberapa pertanyaan yang dapat membantu pemahaman ini meliputi: (a) Apa penyebab munculnya masalah tersebut?

(b) Mengapa konsumen ingin mengatasi masalah tersebut? (c) Apa manfaat yang ditawarkan oleh bisnis kita kepada konsumen?

2. Customer Segments

Value proposition sangat terkait dengan segmentasi konsumen. Identifikasi target konsumen dapat dilakukan melalui berbagai segmen, seperti usia, jenis kelamin, hobi, dan tingkat konsumerisme. Bagaimana cara spesifik untuk mengetahui target konsumen kita menjadi pertanyaan penting?

3. Customer Relationship

Setelah menetapkan Value Proposition dan segmentasi konsumen, langkah selanjutnya adalah memahami dan mendekati konsumen. Pendekatan ini bisa dilakukan melalui berbagai cara, baik secara personal, melalui telepon, dan metode lainnya. Dalam hubungan dengan konsumen, penting untuk mengetahui cara terbaik berinteraksi dengan mereka.

4. Channels

Setelah membahas hubungan dengan konsumen, langkah selanjutnya adalah menemui dan berbicara langsung dengan mereka. Bagaimana kita dapat mengkomunikasikan produk atau jasa dengan efektif sesuai dengan bahasa dan minat konsumen?

5. Key Activities

Aktivitas bisnis sehari-hari yang mendukung pencapaian value proposition menjadi kunci untuk kesuksesan. Beberapa pertanyaan panduan termasuk:

(a) Jenis aktivitas bisnis apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen? (b) Bagaimana distribusi produk atau jasa diatur? (c)

Apakah perusahaan memiliki sumber daya manusia yang ahli untuk menjalankan kegiatan sehari-hari?

6. Key Resources

Untuk tetap bersaing dalam industri, perusahaan memerlukan sumber daya yang tepat, seperti komputer, ruang kerja, karyawan, kendaraan, dan lainnya.

7. Key Partners

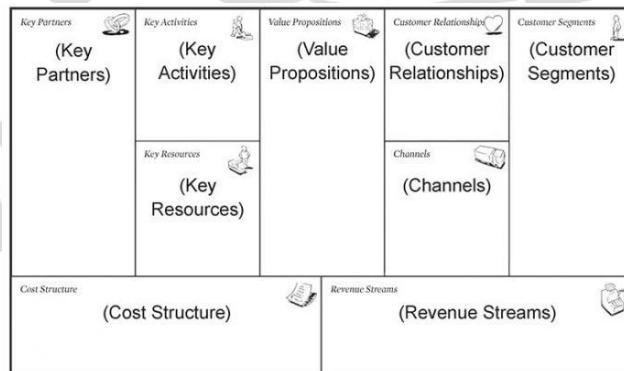
Kerjasama dengan mitra kerja dapat membantu perusahaan mencapai value proposition, terutama jika produk atau jasa tidak memiliki keunikan yang memadai. Contohnya, jika membuka bakery, kerja sama dengan supplier bahan kue dapat menjadi kunci.

8. Cost Structures

Skema finansial yang mengatur biaya operasional perusahaan, termasuk biaya untuk sumber daya yang digunakan dan biaya pemasaran produk.

9. Revenue Streams

Setiap perusahaan memerlukan aliran pendapatan dari hasil penjualan, dividen, dan sumber lainnya untuk menjalankan kegiatan sehari-hari.



Gambar 2.1 Business Model Canvas
Sumber: Alexander Osterwalder, 2005

2.3 Metodologi

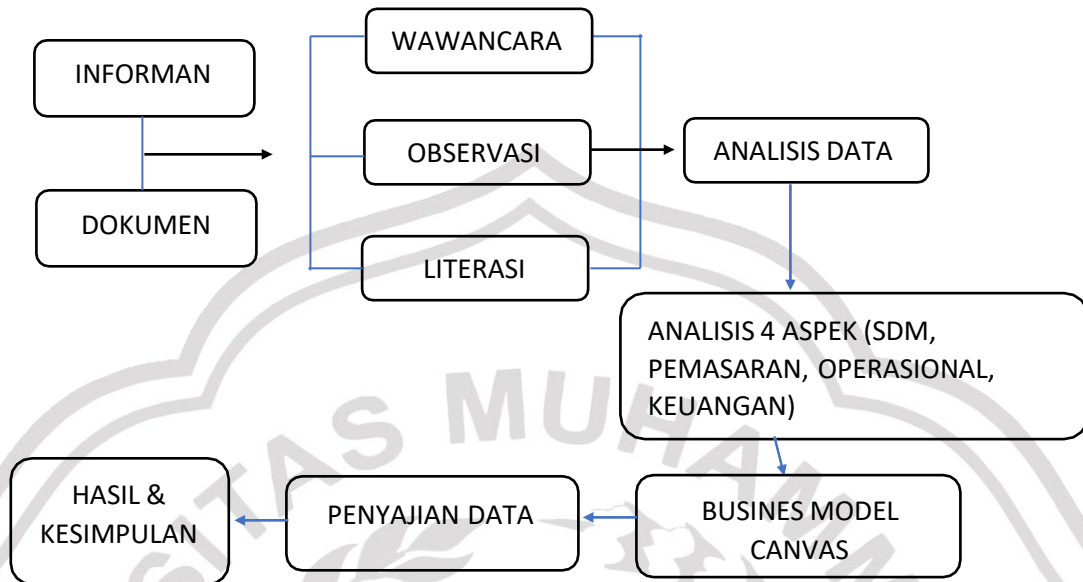
Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif yang bersifat fenomenologi. Pendekatan kualitatif studi kasus melibatkan pengumpulan dan analisis data secara teliti untuk kemudian menarik kesimpulan berdasarkan kasus yang diamati. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai sumber, analisis data, dan interpretasi hasil secara berdasarkan kualitas atau sifat deskriptif (Eko Haryono n.d.).

Data bisa diperoleh melalui interaksi wawancara dengan responden dan penggunaan dokumen. Peneliti mencari tujuh responden untuk melakukan wawancara secara tatap muka. Penelitian dilakukan di UD Rizky Citra Rasa yang terletak di Desa Gumeno Kecamatan Manyar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan wawancara, kemudian hasilnya dianalisis dengan pendekatan analisis kualitatif dan Perencanaan Ulang.

2.4 Kerangka Penelitian

Untuk memperkuat relevansi masalah yang akan diselidiki dengan konteks penelitian, diperlukan sebuah kerangka teoritis sebagai fondasi pemikiran, yang akan dijabarkan dalam sebuah diagram.





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: rancangan peneliti, 2023

UD Rizky Citra Rasa, sebagai objek utama penelitian, difokuskan pada dua jenis pertanyaan yang berbeda. Yang pertama terkait dengan perencanaan awal yang melibatkan business model canvas, manajemen, dan inovasi sebagai aspek utama yang diselidiki. Sementara yang kedua difokuskan pada perencanaan ulang yang dilakukan setelah mengevaluasi perencanaan awal, dengan tujuan agar bisnis tepung UD Rizky Citra Rasa dapat mengalami perkembangan yang signifikan setelah dilakukannya perencanaan ulang.