

BAB I

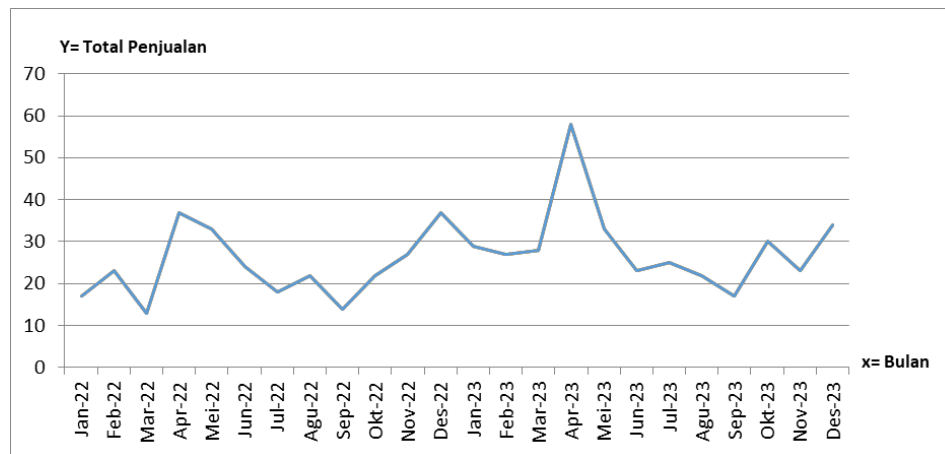
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis yang dinamis, strategi inovasi menjadi suatu keharusan bagi perusahaan. Risiko semakin meningkat di berbagai industri jika suatu perusahaan tidak mampu berinovasi. Baik konsumen maupun industri sendiri mengalami perubahan dan peningkatan secara berkala terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, beberapa perusahaan merasa sangat beruntung dapat melaksanakan inovasi strategi (Nawawi, 2021). Strategi inovasi tidak hanya berperan dalam mengatasi tantangan yang ada, tetapi juga membantu bisnis mengidentifikasi hambatan baru yang dapat muncul dalam proses perkembangan dan pertumbuhan perusahaan. Konsep inovasi melibatkan sejumlah kegiatan, baik yang bersifat internal maupun eksternal, yang secara keseluruhan meningkatkan potensi inovasi bisnis (Suhaeni, 2018). Menurut Reza (2020), inovasi bukan hanya sebatas menciptakan ide-ide baru, melainkan melibatkan proses mengimplementasikan ide-ide tersebut secara nyata. Pandangan ini menekankan pentingnya pelaksanaan nyata dari ide-ide inovatif. Supriyadi (2017) juga menyatakan bahwa keberhasilan kinerja penjualan lebih cenderung dipengaruhi oleh inovasi. Mereka mengungkapkan bahwa inovasi memiliki dampak positif yang signifikan pada keunggulan bersaing, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja penjualan.

Fokus penelitian ini dilakukan pada usaha SG Food Photography, hasil dari tahap pra-penelitian pada Jumat, 4 Agustus 2023 membahas mengenai pemanfaatan inovasi untuk bisnis, SG Food Photography bisnis tersebut selama ini masih kurang terhadap inovasi bisnis khususnya dalam pemanfaatan peran digitalisasi serta apa peran dan manfaatnya, sehingga kinerja usaha tersebut mengalami penurunan

khususnya dalam pemanfaatan digitalisasi. SG Food Photography merupakan bisnis yang bergerak di bidang fotografi komersial yang berada di Jakarta dan Singapura. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, SG Food Photography mengalami masalah terhadap kurangnya informasi pelanggan mengenai bisnis jasa fotografi tersebut. Karena adanya permasalahan kurangnya brand awareness dan belum menerapkan inovasi bisnis maupun melakukan analisis strategi pengembangan bisnis yang tepat pada usaha yang sedang dijalaninya. Hal tersebut dapat dilihat dalam data penjualan SG Food Photography pada tahun 2022 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Tahun 2022-2023

Sumber: Data Penjualan SG Food Photography (Diolah)

Berdasarkan Gambar 1.1, terlihat bahwa SG Food Photography mengalami penurunan penjualan, meskipun secara grafis terdapat kenaikan pada bulan April baik 2022 maupun 2023. Kenaikan tersebut terjadi karena meningkatnya permintaan jasa fotografi selama bulan puasa dan Ramadhan, di mana pelaku bisnis dan UMKM memerlukan dokumentasi visual untuk mempromosikan menu spesial seperti hampers, takjil, dan kue lebaran. Keberhasilan ini memungkinkan SG Food Photography memperoleh sejumlah klien. Namun, perlu diperhatikan bahwa

Esti Meilinda, 2024

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL INNOVATION
PADA USAHA SG FOOD PHOTOGRAPHY**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penjualan mengalami penurunan pada bulan-bulan lainnya. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat dengan munculnya banyak kompetitor yang menawarkan layanan serupa. Dampak dari situasi ini terlihat pada penurunan penjualan di pertengahan tahun 2023. Oleh karena itu, pada kondisi pasar yang dinamis seperti saat ini, bisnis fotografi dituntut untuk terus mengikuti strategi inovasi pengembangan agar dapat tetap bersaing dan tidak tertinggal di pasar yang terus berubah. Inovasi pengembangan bisnis harus menjadi pilar utama dalam strategi suatu perusahaan. Mengingat peran krusialnya dalam lingkungan persaingan yang sengit, perusahaan diharapkan mampu menjalankan inovasi secara berkelanjutan. Keberlanjutan inovasi pengembangan memiliki peran yang sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Dalam konteks ini, upaya terus-menerus dalam inovasi produk menjadi kunci untuk mempertahankan posisi perusahaan dan mendorong peningkatan volume penjualan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan keuntungan lebih besar (Tamara, 2021).

Hasil dari tahap pra-penelitian pada Jumat, 14 September 2023 membahas mengenai tantangan yang dihadapi oleh SG Food Photography, yang melibatkan wawancara secara langsung dengan pemiliknya, menunjukkan bahwa bisnis ini masih menghadapi tantangan terkait strategi inovasi pengembangan, yang berdampak pada penurunan kinerja usaha SG Food Photography. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sari, 2021) yang melakukan penelitian di kerajinan khas Kota Bengkulu terkait inovasi dalam operasional mereka. Temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa inovasi baik produk maupun operasional memiliki dampak positif dalam mempertahankan siklus merek dan dapat menghasilkan peningkatan penjualan, yang pada gilirannya memungkinkan perusahaan bertahan dalam wilayah pemasaran yang lebih luas (Hardianti, 2019). Menyusul pendapat tersebut, seiring dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harti, 2020), diketahui bahwa kurangnya inovasi

dalam pengembangan bisnis usaha kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, telah menyebabkan penurunan signifikan dalam tingkat penjualan bisnis tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis sangat terkait dengan tingkat inovasi dalam strategi pengembangan. Dalam konteks ini, kebutuhan akan pendekatan baru dan strategi inovatif muncul sebagai elemen krusial untuk memulihkan dan meningkatkan performa bisnis di wilayah tersebut. Dengan demikian, pandangan dari para peneliti ini menunjukkan tentang pentingnya tidak hanya menciptakan ide baru tetapi juga menerapkan ide tersebut dalam bentuk inovasi yang dapat memberikan dampak positif pada keunggulan bersaing dan kinerja penjualan perusahaan. Penelitian oleh (Amri, 2022) juga mengindikasikan bahwa inovasi dan strategi pengembangan memberikan hal positif jika melakukan inovasi pemasaran maka Meta Business Suite menjadi salah satu alternative yang unggul untuk mengembangkan perusahaan. Dengan melakukan inovasi dan pengembangan bisnis secara konsisten, perusahaan dapat memastikan bahwa konsumen tetap berminat untuk melakukan pembelian tanpa merasa bosan (Tamara, 2021).

Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja usaha SG Food Photography yaitu dengan melakukan optimalisasi bisnis menggunakan sebuah model bisnis. Mengutip model bisnis merupakan kerangka konseptual yang memberikan suatu pendekatan baru yang sistematis dan didorong oleh eksperimen, untuk mempertimbangkan pilihan perusahaan dalam lingkungan yang tidak pasti, bergerak cepat, dan sulit diprediksi (Haaker, 2017). Dengan menggunakan alat analisis yang relevan untuk mendukung inovasi bisnis, perusahaan memiliki kemampuan untuk merancang model bisnis yang mempertimbangkan berbagai faktor secara komprehensif. Beberapa alat analisis dapat dimanfaatkan untuk memetakan dan mengevaluasi model bisnis yang diterapkan oleh suatu perusahaan, dan *Business Model Canvas* menjadi salah satu alat yang dapat dipergunakan. BMC merupakan alat yang dikembangkan khusus untuk

membantu perusahaan dan para pengusaha pemula dalam melakukan pemetaan serta analisis terhadap model bisnis yang mereka terapkan (Osterwalder dan Pigneur, 2019) BMC diperkenalkan tahun 2005 oleh Alex Osterwalder dalam buku yang berjudul *Business Model Generation*. Selain BMC, terdapat alat analisis lain yaitu *Value Proposition Canvas* sebagai alat yang mampu mengubah nilai proposisi menjadi lebih terlihat, nyata, dan lebih mudah untuk didiskusikan dan diimplementasikan (Osterwalder dan Pigneur, 2019). Seiring berjalannya waktu, transformasi model bisnis yang bertujuan untuk mendorong inovasi dikenal sebagai Inovasi Model Bisnis (BMI) atau *Business Model Innovation* (BMI). BMI telah mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa dekade terakhir dan menjadi fokus utama dalam penelitian manajemen strategi dan inovasi (Foss dan Saebi, 2016). Melalui BMI, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif dengan secara efektif memberikan nilai unggul kepada pelanggan mereka.

SG Food Photography perlu mencari solusi dari permasalahan yang terjadi, maka diperlukan cara untuk melakukan inovasi pengembangan bisnis, Dalam penelitian ini, penulis menjadikan SG Food Photography sebagai objek penelitian. SG Food Photography merupakan sebuah bisnis jasa fotografi komersial. Berdasarkan uraian dari pemaparan latar belakang masalah di atas, maka diperlukan penelitian inovasi pengembangan bisnis untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi SG Food Photography. Maka judul penelitian ini adalah **ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL INNOVATION* PADA USAHA SG FOOD PHOTOGRAPHY.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah teridentifikasi, maka focus kajian dalam penelitian ini diarahkan untuk menganalisis dan menjawab permasalahan sebagai berikut:

Esti Meilinda, 2024

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL INNOVATION*
PADA USAHA SG FOOD PHOTOGRAPHY**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Bagaimana gambaran strategi pengembangan bisnis yang telah diterapkan saat ini pada usaha SG Food Photography?
2. Bagaimana identifikasi strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis *Business Model Innovation* pada usaha SG Food Photography?
3. Bagaimana formulasi inovasi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis *Business Model Innovation* pada usaha SG Food Photography?

1.3 Batasan Penelitian

Masalah yang telah teridentifikasi dalam latar belakang penelitian, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Inovasi pengembangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses penciptaan inovasi bisnis dalam menjalankan praktik usaha dalam mencapai tujuan usaha.
2. Analisis inovasi pada *Business Model Innovation* akan fokus pada bagaimana setiap elemen dapat mengalami transformasi atau ditingkatkan untuk mencapai keunggulan kompetitif atau tujuan bisnis yang ditetapkan.
3. Penetapan partisipan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *owner* dari usaha SG Food Photography.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui gambaran inovasi pengembangan bisnis yang diterapkan saat ini pada SG Food Photography,
2. Untuk identifikasi strategi pengembangan dengan menggunakan analisis *Business Model Innovation* pada usaha SG Food Photography,

3. Untuk mengetahui formulasi inovasi pengembangan dengan menggunakan analisis *Business Model Innovation* pada usaha SG Food Photography.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- a. Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya kewirausahaan.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut serta referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengembangan bisnis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat mengedukasi wawasan tentang pentingnya pengembangan bisnis perusahaan dan pertimbangan dalam mengembangkan inovasi perusahaan untuk lebih meningkatkan *brand awareness* perusahaan.
- b. Bagi peneliti, dapat menambah pengalaman dan wawasan mengenai analisis inovasi pengembangan bisnis dalam meningkatkan kinerja sebuah usaha.
- c. Bagi mahasiswa, memberikan manfaat untuk pembelajaran atau penunjang studi dalam penelitian selanjutnya.
- d. Bagi masyarakat, sebagai sumber informasi dalam bidang kewirausahaan khususnya mengenai akan pentingnya strategi dalam meningkatkan kinerja usaha SG Food Photography.