



INOVASI MODEL BISNIS DAN INOVASI KONSEP BISNIS SEBAGAI KONSEP INOVASI INKREMENTAL DAN RADIKAL (STUDI KASUS PADA HOTEL DAN HOMESTAY DI BANYUWANGI)

Business Model Innovation and Business Concept Innovation as The Context of Incremental and Radical Innovation (Case Study of Hotels and Homestays in Banyuwangi)

Rifka Arinda Noviasari*¹, Sari Narulita²

***^{1,2,3}Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi, Indonesia**

Email: rifka.arinda@untag-banyuwangi.ac.id

Abstract

This research aims to look at business capital and business innovation concepts implemented in hotels in Banyuwangi. Banyuwangi was chosen because of its status as a city with a growing tourism industry which has experienced rapid growth in the last 10 years. A total of 124 hotel and homestay samples contributed to this research. The research method used was purposive sampling with several criteria. The research results show that first, the concept of innovation and business model innovation in the tourism sector, especially hotels, really needs new ideas to develop it. Exploitation of business models or business innovation will have an impact when implemented, especially for hotels in tourist destination areas. Second, the innovation carried out can be technological or non-technological depending on the aim of increasing competitiveness. This research suggests that for further research it would be better to carry out a qualitative approach to get more comprehensive results.

Keywords: *Bussiness Model Innovation, Bussiness Concept Innovation, Banyuwangi*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bisnis modal dan konsep inovasi bisnis yang diimplementasikan pada hotel di Banyuwangi. Banyuwangi dipilih karena statusnya sebagai kota dengan pertumbuhan industri pariwisata yang pada 10 tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang pesat. Sebanyak 124 sampel hotel dan homestay berkontribusi dalam penelitian ini. metode penelitian yang digunakan menggunakan purposive sampling dengan beberapa kriteria. hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, konsep inovasi dan inovasi model bisnis dalam sektor pariwisata utamanya perhotelan sangat membutuhkan ide-ide baru untuk mengembangkannya. eksploitasi model bisnis atau inovasi bisnis akan memberikan dampak ketika diimplementasikan utamanya bagi hotel didaerah tujuan wisata. Kedua, inovasi yang dilakukan dapat berbentuk teknologi ataupun non teknologi tergantung dari tujuan dalam meningkatkan daya saing. Penelitian ini menyarankan untuk penelitian lanjutan ada baiknya untuk melakukan dengan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: *Inovasi Model Bisnis, Inovasi Konsep Bisnis, Banyuwangi*

PENDAHULUAN

Inovasi merupakan hal yang menarik dalam perusahaan jasa dan sangat penting bagi sektor pariwisata (Shaikh, Sharma, & Karjaluoto, 2021). Pariwisata

dan manufaktur memiliki inovasi yang berbeda, penelitian ini memfokuskan pada sektor pariwisata khususnya pada industri perhotelan di Banyuwangi yang notabene adalah kota wisata.

Inovasi merupakan syarat untuk tetap dapat beroperasi dilingkungan pariwisata yang kompetitif, bahkan sampai ketitik bahwa daya saing dalam sektor pariwisata tergantung pada pencapaian inovasi (Endriana, Hartono, & Irawan, 2016). Sehingga inovasi menjadi topik yang relevan dalam penelitian mengenai pariwisata.

Pengetahuan merupakan faktor yang penting inovasi, baik pengetahuan mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengetahuan dan inovasi merupakan faktor yang penting untuk menjaga daya saing perusahaan. Penting untuk membedakan jenis inovasi yang menggunakan teknologi dan non teknologi karena inovasi berhubungan dengan lingkungan eksternal yang mudah ditiru dan diakses pesaing. Karena inovasi yang teknologi berasal dari eksternal yang dapat dengan mudah atau banyak vendor yang telah menyediakannya. Namun inovasi internal terutama non teknologi memberikan peluang yang besar untuk memajukan inovasi. Inovasi non teknologi seperti dalam model bisnis dan konsep bisnis adalah cara untuk menunjukkan potensi bisnis untuk perusahaan jasa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan model inovasi bisnis dan inovasi konsep bisnis pada inovasi inkremental dan radikal. Dengan kata lain untuk menilai apakah inovasi perusahaan tergantung pada model bisnis baru atau konsep bisnis baru. Model bisnis yang ada diperusahaan, atau konsep bisnis yang mapan mungkin akan menghalangi inovasi tertentu.

Pada saat yang sama, ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana mengembangkan inovasi non teknologi perusahaan. Penelitian ini menyajikan bukti empiris pada inovasi dalam hotel, menganalisis hubungan antara konsep inovasi bisnis dan inovasi model bisnis serta hubungan kedua jenis inovasi ini untuk inovasi inkremental dan radikal yang diperoleh dalam perhotelan.

METODE

Penelitian dilakukan pada industri perhotelan. Analisis industri tunggal dan spesifik memiliki kelebihan, diantaranya adalah bahwa pengetahuan, pembelajaran dan inovasi yang lebih homogen. Hal ini untuk menghindari keragaman berlebih dalam sifat hubungan antara pengetahuan, pembelajaran dan inovasi.

Populasi penelitian ini adalah hotel yang ada di Banyuwangi, khususnya jaringan hotel dan homestay. Sebanyak 684 hotel dan homestay yang terdaftar di Dinas Pariwisata Banyuwangi, dengan syarat hotel dan homestay sudah berdiri lebih dari 3 tahun, memiliki paling sedikit 5 karyawan.

Data dikumpulkan melalui survei online yang ditujukan kepada direktur atau karyawan yang ditunjuk oleh tim manajemen. Kuesioner ditanggapi oleh 124 perusahaan (18,12%). Respon yang rendah ini dikarenakan belum adanya komunitas pemilik homestay, sehingga survey yang dilakukan ditujukan satu-satu pada kontak yang tersedia di internet, dengan batasan tanggapan sejak bulan maret sampai dengan juni tahun 2023.

Konstruksi adalah sebagai berikut : inkremental dan radikal inovasi yang sukses memiliki dua item mengenai inovasi inkremental (inovasi teknologi dan non teknologi) dicapai 3 tahun terakhir dan selama hotel dan homestay buka.

Inovasi model bisnis yang relevan memiliki dua item, pertama mengenai inovasi model bisnis yang dihasilkan dalam lima tahun terakhir, kedua mengenai inovasi model bisnis yang dihasilkan selama hidup perusahaan. Ukuran inovasi hanya inovasi yang dihasilkan dan dimanfaatkan selama hidup perusahaan.

Inkremental dan radikal yang sukses diukur melalui output proses inovasi dalam daya saing perusahaan. Dalam hal ini inovasi yang sukses meibatkan pencapaian keunggulan kompetitif. Relevan model bisnis dan inovai konsep bisnis diukur sehubungan dengan model dan konsep kompetitif relevan inovasi. Inovasi ini bukan hanya perubahan belaka, modifikasi dan pendesainan ulang, tetapi juga konseptualisasi bisnis, proposisi nilai. Ukuran perusahaan dan omset perusahaan dalam model dijadikan variabel kontrol. Ukuran perusahaan diukur melalui jumlah karyawan.

Teknik analisis data menggunakan SEM PLS. SEM adalah teknik statistik generasi kedua yang menjamin analisis yang ketat melalui dua tahap (Model pengukuran dan model struktural). Keuntungan dari penggunaan PLS adalah tidak diperlukan sampel yang besar dan data parametrik. Perangkat lunak statistik yang digunakan dalam estimasi PLS-SEM adalah SmartPLS versi 2.0. inovasi yang sukses inkremental, inovasi radikal sukses, inovasi model bisnis yang relevan, dan inovasi konsep bisnis yang relevan adalah konstruksi reflektif.

J.E. Souto / Tourism Management 51 (2015) 142–155

1

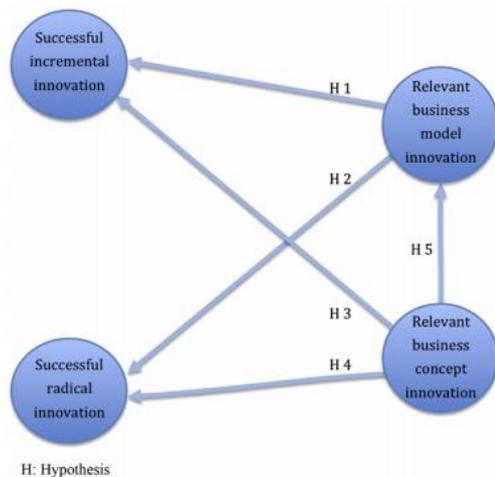


Fig. 1. Statistical model and hypotheses.

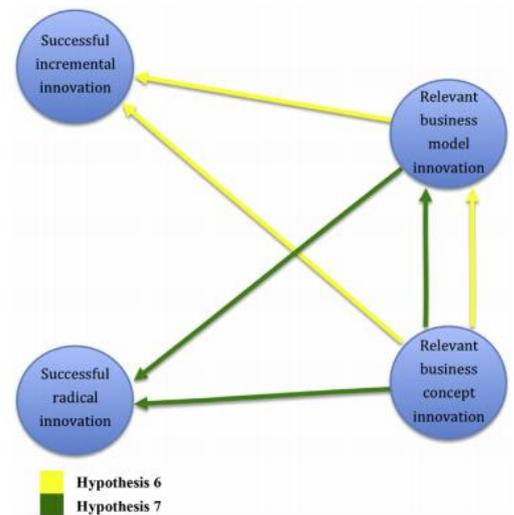


Fig. 2. Total effects model and hypotheses.

Gambar Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran

Metode bootstrap dihitung dengan 124 sampel untuk mengevaluasi model struktural. koefisien jalur dan t-statistik dari prosedur bootstrap dihitung untuk menguji efek ukuran dan untuk memvalidasi hipotesis. Hipotesis satu ($p < 0,05$),

dua ($p < 0,01$), tiga ($p < 0,05$), dan lima ($p < 0,001$) yang didukung, semua dari mereka dengan sesuai ukuran efek positif atas 0,36 (Tabel 4). Hanya hipotesis empat ditolak.

Meskipun hipotesis 4 ditolak, jelas bahwa dampak dari inovasi konsep bisnis yang relevan pada inovasi radikal yang sukses lebih rendah daripada inovasi inkremental yang sukses. Inovasi konsep bisnis yang relevan tidak mempengaruhi inovasi radikal secara langsung, tetapi jika efek dikombinasikan dengan pengaruh tidak langsung melalui inovasi model bisnis yang relevan, total efek yang dihasilkan signifikan. Jadi hipotesis 6 dan 7 didukung.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model inovasi bisnis mempengaruhi generasi dan eksploitasi inovasi inkremental dan radikal. Oleh karena itu, model bisnis inovasi memberikan konteks baru untuk inovasi. Model bisnis, selain mempengaruhi sumber inovasi yang dieksploitasi, juga berpengaruh terhadap sumber daya dan kemampuan perusahaan dan bagaimana keduanya dikombinasikan.

Inovasi model bisnis yang relevan dalam generasi inovasi teknologi dan inovasi non teknologi sementara menawarkan beberapa derajat pertahanan terhadap imitasi dan eksploitasi inovasi oleh pesaing dengan model bisnis yang berbeda.

Inovasi konsep bisnis harus digunakan untuk inovasi model bisnis dalam rangka agar memiliki dampak yang besar pada inovasi inkremental dan inovasi radikal. Inovasi konsep bisnis yang relevan memungkinkan identifikasi opsi baru dalam konsepsi, penemuan, dan eksploitasi inovasi, serta identifikasi peluang pasar bahwa inovasi eksploitasi; yaitu, memberikan logika baru tentang bagaimana pengetahuan dapat dikombinasikan dan diterapkan dalam bisnis. Dengan demikian, inovasi konsep bisnis yang relevan berpengaruh positif terhadap inovasi inkremental. Namun dalam inovasi radikal, identifikasi pola-pola baru untuk menggabungkan dan menerapkan pengetahuan atau bahkan identifikasi pilihan strategis baru.

Inovasi konsep bisnis secara signifikan dan positif mempengaruhi inovasi model bisnis. Inovasi konsep bisnis kompetitif yang relevan adalah pilar utama dalam generasi dan penerapan inovasi model bisnis kompetitif.

Ini berarti bahwa inovasi konsep bisnis hanya inovasi dalam model mental yang menentukan persepsi, karena konsepsi proposisi nilai baru atau secara signifikan ditingkatkan tidak identik dengan memasukkannya ke dalam praktek; Namun, inovasi model bisnis menempatkan proposisi nilai baru atau meningkat secara signifikan dalam praktek. Demikian pula, logika baru atau secara signifikan ditingkatkan mengubah konsepsi tentang bagaimana nilai diciptakan, ditangkap, dan disampaikan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa generasi dan penerapan inovasi konsep bisnis tidak cukup untuk benar-benar mengubah perusahaan atau industri, inovasi model bisnis juga diperlukan. Relevan inovasi konsep bisnis positif mempengaruhi inovasi inkremental sukses, meskipun dengan mediasi inovasi model bisnis yang relevan, inovasi konsep bisnis yang relevan memiliki efek yang lebih tinggi dan positif pada inovasi inkremental dan radikal sukses.

KESIMPULAN

Bisnis konsep inovasi dan inovasi model bisnis memungkinkan ide-ide cemerlang untuk dibawa ke sektor pariwisata. Ide-ide baru benar-benar mengubah "bagaimana melakukannya" dan "apa yang harus dilakukan" dalam bisnis, namun kedua konsep bisnis inovasi dan inovasi model bisnis yang diperlukan. inovasi ini juga digunakan dan dimanfaatkan oleh banyak industri pariwisata, bandara, hotel, restoran, dll Namun di industri pariwisata dalam rangka untuk memberikan proposisi nilai yang koheren untuk pelanggan, eksploitasi inovasi ini mungkin mengharuskan perusahaan lain beroperasi di daerah tujuan wisata mengadopsi model bisnis dan konsep bisnis yang sama atau yang kompatibel. Oleh karena itu, eksploitasi inovasi model bisnis atau inovasi konsep bisnis mungkin memiliki implikasi bagi perusahaan-perusahaan lain yang menyediakan layanan terkait untuk pelanggan di daerah tujuan wisata.

Kedua inovasi memberikan manfaat untuk studi layanan dan studi pariwisata dengan sudut pandang yang lain tentang apa inovasi adalah dan dari mana asalnya, melengkapi pandangan terbatas pada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Inovasi non-teknologi dan teknologi penting untuk daya saing pariwisata dan hotel. Namun, sebagian besar inovasi di bidang pariwisata dan hotel bebas teknologi. Dalam hal ini, model bisnis inovasi yang relevan dan inovasi konsep bisnis yang relevan, di satu sisi, adalah cara untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dan di sisi lain, secara positif mempengaruhi dalam memperoleh inovasi inkremental dan radikal teknologi dan non teknologi.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mungkin adalah teknologi yang telah memberikan kontribusi yang paling untuk inovasi teknologi di bidang pariwisata. Dengan demikian, perlindungan keuntungan yang dihasilkan oleh inovasi teknologi seperti menjadi isu penting bagi keberhasilan, kelangsungan hidup, dan pertumbuhan setiap perusahaan pariwisata. Model bisnis inovasi dan inovasi konsep bisnis yang sangat kompleks dan berisiko, membuat replikasi mereka dengan orang lain sulit, terutama ketika kedua inovasi saling terkait. Manajer perusahaan lain tidak memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang konsep bisnis baru dan model bisnis baru (atau semua implikasi strategis mereka) diadopsi oleh pesaing.

Inovasi konsep bisnis yang relevan hanya mempengaruhi pencapaian inovasi inkremental sukses dan inovasi model bisnis yang relevan. Jadi inovasi konsep bisnis sebagai model transformasi mental yang membuka pintu bagi persepsi baru mengenai bagaimana sumber daya dan kemampuan dapat digunakan, dikombinasikan, dan dimanfaatkan. Pengaruh inovasi konsep bisnis pada inovasi model bisnis yang positif dan tinggi, menyiratkan bahwa inovasi konsep bisnis yang relevan adalah dasar yang membangun inovasi model bisnis yang relevan. Pada intinya, inovasi model bisnis berdasarkan konsep bisnis yang inovatif membuka pintu untuk berbagai inovasi yang mengikuti konteks, logika, dan pola yang tidak jelas atau mudah dimengerti oleh perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

Benlemlih, M. (2019). Research in International Business and Finance Corporate social responsibility and dividend policy. *Research in International Business and Finance*, 47(February 2018), 114–138.



- <http://doi.org/10.1016/j.ribaf.2018.07.005>
- Endriana, L., Hartono, D., & Irawan, T. (2016). Green economy priority sectors in Indonesia: a SAM approach. *Environmental Economics and Policy Studies*, 18(1), 115–135. <http://doi.org/10.1007/s10018-015-0114-5>
- Keane, S. F., K., C., & Sheahan. (2018). Comparating How Entrepreneurs and Managers Represent the Element of The Business Model Canvas. *Journal of Business Venturing Insight*, 9(65-74).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation*.
- Pradana, D. A., Susanti, H. D., Arinda, R., Fahrurrozi, M., Hurotul, W., Rosyidah, E., & Iswahyudi, M. (2021). Program pengembangan kewirausahaan: Branding dan inovasi marketing di masa pandemi. *Community Empowerment*, 6(11), 2140–2146. <http://doi.org/https://doi.org/10.31603/ce.5477>
- Romindo, Muttaqin, Didin, H., Deddy, W., & Iswahyudi, M. (2019). *e-commerce Implementasi, Strategi dan Inovasinya (1st ed.)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Shaikh, A. A., Sharma, R., & Karjaluoto, H. (2021). Digital innovation & enterprise in the sharing economy: An action research agenda. *Digital Business*, 1(1), 100002. <http://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100002>
- Sjaifuddin, S. (2020). Sustainable management of freshwater swamp forest as an ecotourism destination in Indonesia: A system dynamics modeling. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 64–85. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(4\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(4))
- Umawan, A. A. N. K. P. (2017). Analisis Pengungkapan Dan Dampak Penerapan Corporate Social Responsibility Di Hotel the Westin Resort Nusa Dua. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 27–50.
- Zhou, Z., Zhou, H., Zeng, H., & Chen, X. (2018). The impact of water information disclosure on the cost of capital: An empirical study of China's capital market. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(6), 1332–1349. <http://doi.org/10.1002/csr.1643>
- Zulaikhah, S., & Kristiani, E. (2020). Pengetahuan Biaya Lingkungan dan Konsep Green Accounting pada Hotel Klasifikasi Melati di Kota Surakarta. *Media Akuntansi*, 32(01), 69–85.

