



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Administras Bisnis

Oleh

Aria Angga Purwanto

2016320180

Bandung

2021



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing**

Skripsi

Oleh

Aria Angga Purwanto

2016320180

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Aria Angga Purwanto  
Nomor Pokok : 2016320180  
Judul : Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 20 Januari 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Agus Gunawan , S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.:

**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

**Anggota**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Aria Angga Purwanto

NPM : 2016320180

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Januari 2021



Aria Angga Purwanto

## ABSTRAK

Nama : Aria Angga Purwanto  
NPM : 2016320180  
Judul : **Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing**

---

Pandemi COVID-19 mengubah berbagai sisi kehidupan masyarakat, salah satunya faktor ekonomi. Sebagai UMKM yang bergerak di bidang kuliner, Chicken Uing terdampak dalam pandemi COVID-19. Maka dari itu, Chicken Uing harus beradaptasi dan melakukan inovasi dalam mengatasi dampak dari pandemi COVID-19. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis dengan metode penelitian studi kasus, dengan cara mengambil data-data dari hasil wawancara terhadap pihak dari Chicken Uing dan observasi tempat operasional yang terjadi pada saat penelitian. Kemudian hasil penelitian diolah dan dianalisis dengan menggunakan Rantai Nilai Inovasi, Radar Inovasi Bisnis dan Kanvas Model Bisnis.

Hasil yang didapat dari analisa tersebut adalah strategi *need seeker*. Kemudian, hasil ulasan tersebut dibandingkan dengan usaha yang memiliki strategi inovasi yang serupa dengan menggunakan radar inovasi bisnis. Hasil dari perbandingan yang didapat akan berupa kekuatan yang dimiliki Chicken Uing ada pada dimensi model sedangkan kelemahannya ada pada dimensi pengalaman konsumen. Chicken Uing pun memiliki banyak kesempatan pada dimensi-dimensi lainnya.

Informasi ini kemudian menghasilkan kemungkinan inovasi untuk mengkolaborasi merek yang merupakan salah satu usaha untuk melakukan *leverage* merek. Rekomendasi ini dapat digunakan untuk strategi jangka panjang dengan memilih memanfaatkan kesempatan perusahaan pada dimensi merek.

Kata kunci : Inovasi, Rantai Nilai Inovasi, Radar Inovasi Bisnis, Strategi Inovasi, Profil Inovasi Bisnis

## ABSTRACT

*Name* : Aria Angga Purwanto  
*NPM* : 2016320180  
*Title* : **Case Study of Innovation Strategies on Chicken Uing**

---

*The COVID-19 pandemic has changed various sides of people's lives, one of which is economic factors. As an MSME engaged in the culinary field, Chicken Uing was affected by the COVID-19 pandemic. Therefore, Chicken Uing must adapt and innovate in overcoming the impact of the COVID-19 pandemic. Researchers use this type of analytical descriptive research with a case study research method, by taking data from interviews with parties from Chicken Uing and observations of operational sites. that occurred at the time of the study. Then the research results are processed and analyzed using the Innovation Value Chain, Business Innovation Radar and Business Model Canvas.*

*Researchers used this type of descriptive analytical research with a case study research method, by taking data from interviews with parties from Chicken Uing and observations of operational places that occurred at the time of the study. Then the research results are processed and analyzed using the Innovation Value Chain, Business Innovation Radar and Business Model Canvas.*

*The results obtained from this analysis are a need seeker strategy. Then, the results of these reviews are compared with businesses that have a similar innovation strategy using the business innovation radar. The results of the comparisons obtained will be in the form of the strengths that Chicken Uing has in the dimensions of the model while the weaknesses are in the dimensions of the consumer experience. Chicken Uing also has many opportunities in other dimensions.*

*This information then generates the possibility of innovation to collaborate with brands, which is an effort to leverage brands. This recommendation can be used for a long-term strategy by choosing to take advantage of company opportunities on the brand dimension.*

*Keywords* : *Innovation, Value Chain Innovation, Business Innovation Radar, Innovation Strategy, Business Innovation Profile*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan kasihNya kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Studi Kasus Strategi Inovasi pada Chicken Uing” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat lulus dalam menempuh Strata-I ilmu administrasi bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu banyak pihak-pihak yang terlibat untuk membantu dan memberikan semangat pada peneliti. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih Tuhan karena selalu membimbing dan menyertai peneliti sehingga dalam perjalanannya penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua. Untuk orang tua saya terkasih, terima kasih banyak atas segala dukungannya sehingga saat ini saya dapat menyelesaikan pendidikan di jenjang sarjana.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D sebagai pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan ilmu nya untuk membimbing saya sampai akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB., selaku dosen wali selama menempuh studi di Ilmu Administrasi Bisnis. Terima kasih atas ilmu dan waktu yang dibagikan kepada saya dan selalu mengerti keadaan saya.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat disebutkan satuper satu. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang bermanfaat selama saya berkuliah di UNPAR.
6. Seluruh staf FISIP Unpar, staf administrasi, keuangan, akademik dan staf perpustakaan yang telah membantu saya dalam mengurus administrasi perkuliahan.
7. Seluruh sahabat terkasih, Terima kasih kepada seluruh sahabat sesama angkatan 2016 UNPAR yang telah bersama-sama berjuang selama 4 tahun ini, sahabat berbagi cerita dan diskusi yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal proses penyusunan hingga akhir. Saya ucapkan terima kasih atas segala dukungan dalam berbagai bentuk. Mohon maaf jika terjadi kesalahan baik ucapan maupun tindakan yang tidak berkenan.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari masih adanya beberapa kekurangan yang timbul atas dasar keterbatasan kemampuan dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan dasar yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan tersebut. Akhir kata, peneliti

berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan dapat berguna di masa yang akan datang.



## DAFTAR ISI

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| ABSTRAK .....                   | i   |
| ABSTRACT .....                  | ii  |
| KATA PENGANTAR .....            | iii |
| DAFTAR ISI .....                | v   |
| DAFTAR TABEL .....              | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....             | x   |
| BAB I PENDAHULUAN .....         | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....        | 1   |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....  | 5   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....     | 5   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....    | 6   |
| 1.4.1. Manfaat Akademis.....    | 6   |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....    | 6   |
| 1.4.3. Kerangka Pemikiran ..... | 7   |
| BAB II Kajian Pustaka.....      | 9   |
| 2.1 Pengertian Inovasi.....     | 9   |
| 2.2 Rantai Nilai Inovasi.....   | 10  |
| 2.2.1 Penggalan Ide .....       | 10  |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.2.2 Pengembangan Ide.....                                   | 11        |
| 2.2.3 Penyebaran Ide .....                                    | 12        |
| 2.3 Strategi Inovasi .....                                    | 12        |
| 2.4 Radar Inovasi .....                                       | 15        |
| 2.4.1 Penawaran ( <i>Offerings</i> ).....                     | 16        |
| 2.4.2 Model ( <i>Platform</i> ).....                          | 16        |
| 2.4.3 Solusi ( <i>Solution</i> ) .....                        | 16        |
| 2.4.4 Konsumen ( <i>Customer</i> ).....                       | 16        |
| 2.4.5 Pengalaman Konsumen ( <i>Customer Experience</i> )..... | 17        |
| 2.4.6 Nilai Tambah Alternatif ( <i>Value Capture</i> ).....   | 17        |
| 2.4.7 Proses ( <i>Proseses</i> ) .....                        | 17        |
| 2.4.8 Organisasi ( <i>Organization</i> ) .....                | 18        |
| 2.4.9 Rantai Pasok ( <i>Supply Chain</i> ) .....              | 18        |
| 2.4.10 Kehadiran ( <i>Presence</i> ) .....                    | 18        |
| 2.4.11 Jejaring ( <i>Networking</i> ) .....                   | 18        |
| 2.4.12 Merek ( <i>Brand</i> ).....                            | 19        |
| 2.5 Model Bisnis .....  | 19        |
| 2.5.1 Kanvas Model Bisnis .....                               | 21        |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                | 36        |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>                           | <b>38</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                     | 38        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.2 Metode Penelitian.....                     | 39        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....              | 39        |
| 3.3.1 Wawancara.....                           | 39        |
| 3.3.2 Observasi.....                           | 40        |
| 3.4 Sumber Data .....                          | 40        |
| 3.4.1 Data Primer .....                        | 40        |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                      | 41        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                  | 41        |
| 3.6 Protokol Studi .....                       | 42        |
| 3.7 Model Penelitian .....                     | 45        |
| <b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>            | <b>47</b> |
| 4.1 Sejarah Perusahaan.....                    | 47        |
| 4.2 Profil Perusahaan .....                    | 48        |
| 4.2.1 Logo dan Filosofi Brand Perusahaan ..... | 49        |
| 4.3 Struktur Perusahaan.....                   | 50        |
| 4.4 Produk.....                                | 51        |
| 4.5 Aktivitas Bisnis Perusahaan .....          | 52        |
| 4.5.1 Pengadaan Bahan Baku .....               | 53        |
| 4.5.2 Operasi.....                             | 53        |
| 4.5.3 Pemasaran dan Penjualan.....             | 56        |
| 4.5.4 Layanan.....                             | 58        |

|  |     |
|--|-----|
| BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....                  | 60  |
| 5.1 Strategi Inovasi .....                               | 60  |
| 5.1.1 Rantai Nilai Inovasi.....                          | 61  |
| 5.2 Profil Inovasi Bisnis dalam Konteks Persaingan ..... | 69  |
| 5.2.1 Radar Inovasi Bisnis .....                         | 70  |
| 5.3 Kemungkinan Inovasi ke Depan .....                   | 95  |
| 5.3.1 Kanvas Model Bisnis.....                           | 95  |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....                        | 103 |
| 6.1 Kesimpulan.....                                      | 103 |
| 6.2 Saran.....   | 104 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | 108 |
| LAMPIRAN .....   | 112 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bandung   | 2  |
| Tabel 1.2 Jumlah Pengeluaran Makanan dan Non Makanan Per Kapita Menurut Pengeluaran Per Kapita Sebulan (Rupiah) di Kota Bandung, 2018 ..... | 3  |
| Tabel 2.1 Kapabilitas Esensial dalam Rantai Nilai Inovasi menurut Tipe Inovator (Strategi Inovasi) .....                                    | 14 |
| Tabel 2.2 Lapisan Bisnis .....  | 20 |
| Tabel 2.3 Tipe Saluran dan Fase Saluran.....  | 26 |
| Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....   | 36 |
| Tabel 3.1 Protokol Studi .....  | 42 |
| Tabel 5.1 Kapabilitas Esensial dalam Rantai Nilai Inovasi menurut Tipe Inovator (Strategi Inovasi) .....                                    | 67 |
| Tabel 5.2 Profil Inovasi Bisnis .....   | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....  | 7  |
| Gambar 2.1 Radar Inovasi Bisnis (Sawhney, Wolcott, & Arroniz, 2006).....                         | 15 |
| Gambar 2.2 Kanvas Model Bisnis (Osterwalder & Pigneur, Business Model<br>Generation, 2010) ..... | 22 |
| Gambar 3.1 Model Penelitian.....   | 45 |
| Gambar 4.1 Logo Chicken Uing.....  | 49 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....   | 50 |
| Gambar 4.3 Menu Chicken Uing.....  | 51 |
| Gambar 4.4 Instagram Chicken Uing .....  | 56 |
| Gambar 4.5 Grab Chicken Uing .....   | 56 |
| Gambar 4.6 Go Food Chicken Uing .....  | 57 |
| Gambar 5.1 Penjualan Chicken Uing Tahunan 2020 .....   | 74 |
| Gambar 5.2 Radar Inovasi Bisnis .....  | 93 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini dampak dari pandemi Covid-19 tidak hanya mempengaruhi dunia kesehatan namun juga sangat mempengaruhi perekonomian nasional. Pertumbuhan ekonomi Jawa Barat bahkan diperkirakan melambat oleh BI. Sumber pertumbuhan menurut Pribadi Santoso, Kepala Grup Advisory dan Pengembangan Ekonomi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jabar, masih bersandar pada konsumsi masyarakat. Maka dari itu BI mempersiapkan beberapa langkah untuk pemulihan ekonomi Jabar yaitu dimulai dengan membuat kebijakan jaring pengaman sosial dan mendorong permintaan daya beli. Kemudian dilanjutkan dengan pemantapan kondisi dan protokol *re-opening economy*. Selanjutnya dengan kebijakan untuk mendorong sektor riil atau industri (Kusumaningrum, 2020). Salah satu sektor riil atau industri yang diharapkan dapat menjadi lokomotif pertumbuhan, bahkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan pada kuartal III/2020, berasal dari industri makanan dan minuman (Arief, 2020). Kota Bandung sebagai Ibu Kota Jawa Barat memiliki daya tarik tersendiri dari segi industri kulinernya. Bahkan industri kuliner termasuk dalam kategori pariwisata di Kota Kembang ini, atau lebih dikenal sebagai wisata kuliner. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2019).

Industri kuliner ini menjadi sorotan peneliti karena keberadaannya di Kota Bandung yang terus bertumbuh sejak tahun 2014 hingga tahun 2020. Hal ini dapat terlihat dari data yang disediakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan lonjakan pertumbuhan jumlah rumah makan atau restoran terjadi antara tahun 2014 ke tahun 2015. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri kuliner ini sangat berkembang dan dinamis. Di lain sisi, konsumen saat ini juga memiliki selera kuliner yang terus berubah dari waktu ke waktu. Hal ini ditunjukkan dengan jenis kuliner yang beragam, mulai dari masakan ala Jepang, Korea, Nusantara bahkan penggabungan beberapa tradisi kuliner yang berbeda atau yang disebut *fusion food*.

**Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bandung**

|              | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------|------|------|------|------|------|
| Kota Bandung | 653  | 759  | 795  | 795  |      |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Hal ini juga didukung dengan pola konsumsi masyarakat Kota Bandung yang mayoritas golongan pengeluarannya lebih banyak dihabiskan untuk makanan dibandingkan untuk non makanan (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pasar bagi industri kuliner masih memiliki potensi pasar yang besar. Dengan potensi pasar yang besar maka banyak juga orang akan



memanfaatkan potensi tersebut yang membuat industri menjadi semakin sesak dan terus saling berlomba untuk lebih inovatif.

**Tabel 1.2 Jumlah Pengeluaran Makanan dan Non Makanan Per Kapita Menurut Pengeluaran Per Kapita Sebulan (Rupiah) di Kota Bandung, 2018**

| Golongan Pengeluaran (Rupiah) | Jumlah Pengeluaran Makanan Per Kapita Menurut Golongan Pengeluaran Per Kapita Sebulan (Rupiah) di Kota Bandung, 2018 | Jumlah Pengeluaran Non Makanan Per Kapita Menurut Golongan Pengeluaran Per Kapita Sebulan (Rupiah) di Kota Bandung, 2018 |
|-------------------------------|--|--|
| < 150.000                     | -  | -  |
| 150.000 – 199.999             | 116.754  | 72.854   |
| 200.000 – 299.999             | 161.563  | 101.885  |
| 300.000 – 499.999             | 250.497  | 161.902  |
| 500.000 – 749.999             | 330.301  | 596.755  |
| 750.000 – 999.999             | 479.567  | 399.798  |
| 1.000.000 – 1.499.999         | 640.627  | 601.048  |
| 1.500.000+                    | 1.082.284  | 1.958.250  |

Sumber: Pola Konsumsi Penduduk Jawa Barat 2018

Peneliti tertarik untuk menggunakan objek penelitian sebuah usaha kuliner yang belum lama berdiri. Dari usaha yang belum lama berdiri peneliti harapkan memiliki inovasi tersendiri agar memiliki nilai lebih untuk bersaing di pasar. Selain itu diharapkan memiliki inovasi-inovasi yang akan dilakukan dan yang mungkin belum terpikirkan untuk dilakukan. Usaha yang menjadi objek penelitian tergolong sebagai usaha mikro yang berarti memiliki cukup banyak batasan dalam

mengeksekusi inovasinya. Usaha ini bernama Chicken Uing. Chicken Uing hanya memiliki satu tempat kecil berbentuk “kaki lima” yang bertempat di Perumahan Batununggal Indah.

Chicken Uing mengedepankan *customer experience* dimana interaksi antara pelanggan dan bisnis dibangun lebih “intim” (Barantum, 2019) dengan konsep kostumisasi dan pelayanan mandiri. Selain itu juga Chicken Uing dalam strateginya untuk mencapai kinerja perusahaan diatas rata-rata dalam industrinya menggunakan strategi *Low Cost* dan diferensiasi produk. Kendati demikian, strategi ini telah banyak digunakan oleh para pesaing dari Chicken Uing.

Selain itu juga, kondisi dari Chicken Uing saat itu berada pada kondisi pasar yang “itu-itu saja” dengan rata-rata penghasilan perbulannya sudah stabil. Jika hal ini terus berlanjut, yaitu daya tawar konsumen yang tinggi, maka akan mudah usaha tersebut untuk tergoncang. Terlebih pasar dari Chicken Uing sendiri adalah anak sekolah yang memiliki tingkat dinamisme jadwal pembelajaran yang tinggi. Akan sangat besar kemungkinannya usaha Chicken Uing ini berguncang ketika jadwal belajar mengajar tidak pada normalnya seperti diadakannya acara tahunan, acara wisata, bahkan liburan sekolah.

Asumsi-asumsi ini terjadi ketika pandemi Covid-19 mulai menyebar di Kota Bandung yang mengharuskan pemerintah untuk menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Bandung. Dampak terbesar yang dialami oleh Chicken Uing dari kebijakan tersebut adalah tidak adanya kegiatan belajar mengajar di sekolah lagi. Artinya tidak ada pelanggan yang selama ini diandalkan oleh Chicken Uing.

Karena itu, peneliti tertarik untuk dapat meneliti tentang perusahaan ini lebih dalam lagi, terlebih dari sisi inovasinya dalam menghadapi pandemi yang terjadi. Dalam penelitian ini akan membahas strategi inovasi yang digunakan perusahaan dan inovasi yang akan dilakukan perusahaan terkait masalah yang tengah dihadapinya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sebagaimana industri kuliner masuk dalam kategori industri kreatif, maka sangat penting sebuah kreatifitas dalam bentuk inovasi dalam industri kuliner. Strategi inovasi akan diidentifikasi berdasarkan konsep rantai nilai inovasi dan radar inovasi bisnis. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti yang terkait dengan Strategi Inovasi, ada beberapa hal yang akan dibahas dari Chicken Uing dalam penelitian ini:

1. Strategi inovasi apa yang telah selama ini Chicken Uing lakukan?
2. Bagaimana profil inovasi bisnis Chicken Uing saat ini diantara para pesaingnya?
3. Inovasi apa yang cocok untuk direkomendasikan bagi Chicken Uing?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada Penelitian ini yang terkait dengan Analisis Strategi Inovasi Chicken Uing, peneliti memiliki tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengidentifikasi strategi inovasi yang diterapkan Chicken Uing.
2. Untuk mengetahui profil inovasi bisnis Chicken Uing.
3. Untuk merekomendasi inovasi yang dapat dilakukan Chicken Uing.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Terkait dengan penelitian Analisis Strategi Inovasi Chicken Uing yang dilakukan peneliti, manfaat akademis diperuntukan bagi peneliti dan peneliti selanjutnya. Selain manfaat akademis, manfaat praktis diperuntukan bagi perusahaan.

##### **1.4.1. Manfaat Akademis**

###### **1. Bagi Peneliti**

Manfaat bagi peneliti dari penelitian ini adalah dapat menambah ilmu yaitu tentang strategi inovasi dan juga menyeimbangkan dengan kondisi yang sebenarnya terjadi.

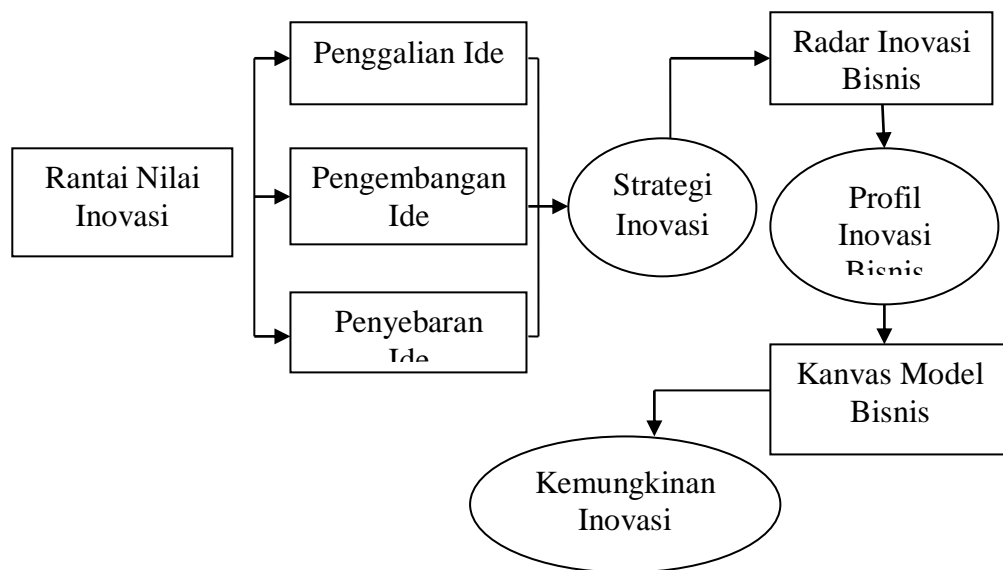
###### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Terkait dengan penelitian ini, manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam pelaksanaan strategi inovasi pada perusahaan. Selain itu juga penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi dari masalah yang selama ini sedang dialami.

### 1.4.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran diatas, peneliti akan mulai menganalisis keadaan internal dari perusahaan. Hal tersebut dapat teridentifikasi dari bagaimana rantai nilai inovasi terbentuk. Karena dalam rantai nilai inovasi terdapat proses penggalian ide, pengembangan ide, dan penyebaran ide. Hal-hal tersebut sangat penting dalam mengerti kekuatan dan kelemahan secara internal perusahaan.

Mengetahui kekuatan internal perusahaan sangat penting dalam merumuskan sebuah strategi, dalam kasus ini strategi inovasi. Berdasarkan ringkasan dari Jeruzelski dan Dehoff (2008) – yang dikutip dalam buku “Innovate We Can !” karya Avanti Fontana, dengan mengetahui kapabilitas esensial dalam Rantai Nilai Inovasi suatu perusahaan, maka dapat teridentifikasi strategi inovasi apa yang selama ini sebenarnya dijalankan oleh Chicken Uing. (Fontana, 2009)

Selain mengetahui kondisi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, penting juga untuk mengetahui posisi perusahaan dalam persaingan inovasi. Untuk menggambarkan posisi inovasi perusahaan saat ini dapat menggunakan analisis Radar Inovasi Bisnis. Dengan demikian dapat diketahui sejauh mana kinerja strategi inovasi yang selama ini telah dijalani Chicken Uing. Radar inovasi bisnis juga dapat membantu menemukan faktor dan fitur yang dapat menjadi andalan bagi perusahaan. Dengan petunjuk dari radar inovasi juga dapat membangun ataupun menentukan profil inovasi bisnis (Fontana, Radar Inovasi, 2009).

Setelah mengetahui kelemahan dan kekuatan dari sisi *internal*, serta mengetahui posisi perusahaan dalam berinovasi, maka penting juga untuk mengetahui posisi dari pesaing. Setelah profil inovasi bisnis diketahui baik dari perusahaan dan pesaing, peneliti dapat memberikan kemungkinan inovasi bagi perusahaan dengan mencari perbedaan atau menemukan dan menciptakan perbedaan dalam sistematika kanvas model bisnis.