

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan suatu pendekatan yang dirancang secara terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan yang digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Strategi ini mencakup pemanfaatan optimal atas seluruh sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan untuk menciptakan nilai, mempertahankan keberlangsungan usaha, serta memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar. Strategi bisnis berperan penting dalam mengarahkan organisasi agar dapat beradaptasi dan merespons dinamika perubahan lingkungan internal maupun eksternal. Menurut Agustina (2022), dalam menjalankan usaha, seorang wirausahawan dituntut untuk memiliki strategi yang tepat karena strategi bisnis memiliki kontribusi besar terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi sangat relevan karena dalam praktiknya, bisnis selalu dihadapkan pada berbagai faktor eksternal seperti regulasi, fluktuasi bahan baku, sumber daya manusia, dan munculnya pesaing baru yang dapat memengaruhi stabilitas usaha. Maka, strategi bisnis berfungsi sebagai alat navigasi untuk menentukan langkah-langkah penting dan keputusan strategis agar perusahaan mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Secara etimologis, strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang berarti seni atau ilmu dalam memimpin dan merancang langkah kemenangan. Dalam konteks bisnis, strategi merujuk pada pendekatan sistematis dalam menentukan arah, posisi, dan cara bersaing yang akan dilakukan oleh perusahaan. Sementara itu, bisnis dapat dimaknai sebagai segala bentuk aktivitas yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan. Maka, strategi bisnis dapat dipahami sebagai siasat atau cara dalam mengelola kegiatan usaha untuk mencapai efisiensi dan efektivitas yang optimal dalam memperoleh keuntungan (Agustina, 2021). Menurut Lestari & Hertati (2020), strategi bisnis merupakan proses adaptif yang terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi informasi dan dinamika lingkungan.

Strategi bisnis menjadi respons terhadap ketidakpastian lingkungan bisnis, yang sekaligus memengaruhi perilaku individu dan organisasi dalam beroperasi. Perusahaan yang mampu merancang strategi secara tepat akan lebih siap menghadapi perubahan pasar, meningkatkan produktivitas, dan mencapai kinerja yang lebih baik secara efisien. Hal ini senada dengan pendapat Padang & Syarvina (2022) yang menyatakan bahwa strategi bisnis juga berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan memperkuat posisi produk atau jasanya di pasar melalui strategi yang disusun pada tingkat unit atau divisi. Fokus strategi bisnis berada pada pencapaian keunggulan kompetitif dalam segmen pasar tertentu, yang meliputi ekspansi pasar, inovasi produk, efisiensi proses produksi, dan efektivitas distribusi.

2.1.2. Komponen Strategi Bisnis

Menurut Priharto (2020), strategi bisnis yang efektif terdiri dari sejumlah komponen inti yang saling berkaitan dan membentuk kerangka kerja dalam merancang, mengimplementasikan, serta mengevaluasi arah dan tindakan strategis perusahaan. Setiap komponen memiliki peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan yang terstruktur dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Adapun komponen-komponen utama dalam strategi bisnis meliputi:

1. Visi dan Tujuan Bisnis

Visi merupakan gambaran masa depan yang ingin dicapai oleh perusahaan, sedangkan tujuan bisnis adalah hasil konkret yang ingin dicapai dalam jangka pendek maupun panjang. Strategi yang disusun secara terarah akan membantu organisasi mencapai tujuan tersebut melalui serangkaian langkah yang jelas dan terukur. Dalam konteks efisiensi operasional, visi dan tujuan memberikan arahan strategis agar seluruh aktivitas operasional mendukung perwujudan target efisiensi, seperti pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, serta pengelolaan waktu yang lebih optimal. Tanpa adanya visi dan tujuan yang kuat, perusahaan cenderung menjalankan operasional tanpa arah yang pasti.

2. Nilai Inti (Core Values)

Nilai inti merupakan prinsip-prinsip fundamental yang dijunjung tinggi oleh organisasi dan menjadi pedoman dalam setiap pengambilan keputusan. Core values berfungsi sebagai penentu budaya kerja dan perilaku organisasi dalam merespon tantangan bisnis. Nilai-nilai ini juga menjadi penyeimbang dalam mencapai efisiensi operasional agar tidak mengorbankan aspek etika, mutu layanan, maupun kesejahteraan karyawan. Strategi bisnis yang tidak selaras dengan nilai inti perusahaan berisiko menimbulkan konflik internal dan penurunan kinerja.

3. Taktik

Taktik adalah langkah-langkah operasional atau teknik spesifik yang digunakan untuk menerapkan strategi di tingkat pelaksanaan. Taktik bersifat lebih teknis dan jangka pendek dibandingkan strategi, namun sangat krusial dalam menentukan keberhasilan eksekusi. Dalam konteks efisiensi operasional, taktik dapat mencakup penjadwalan kerja yang lebih sistematis, digitalisasi proses produksi, atau penerapan sistem manajemen mutu. Efisiensi tidak akan tercapai tanpa adanya taktik yang mendetail dan realistik dalam mendukung strategi utama.

4. Rencana Alokasi Sumber Daya

Efektivitas strategi bisnis sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya secara optimal, baik itu sumber daya manusia, finansial, maupun teknologi. Komponen ini mencakup identifikasi sumber daya yang dibutuhkan, cara perolehannya, serta pengalokasian yang efisien dan tepat waktu. Dalam upaya meningkatkan efisiensi operasional, perencanaan alokasi sumber daya harus memastikan bahwa tidak terjadi pemborosan, dan setiap unit memiliki akses terhadap sumber daya yang cukup dan sesuai kebutuhan.

5. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja

Setiap strategi bisnis yang diterapkan harus disertai dengan sistem pengukuran dan evaluasi kinerja. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana strategi berhasil dilaksanakan dan dampaknya terhadap pencapaian tujuan, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional. Indikator kinerja kunci (Key Performance Indicators/KPI) seperti tingkat produktivitas, biaya operasional per unit, waktu proses, dan kepuasan pelanggan perlu dimonitor secara berkala. Evaluasi yang berkesinambungan memungkinkan perusahaan untuk melakukan

penyesuaian strategi secara dinamis sesuai perkembangan kondisi internal dan eksternal.

2.1.3. Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja dan daya saing suatu perusahaan. Konsep ini merujuk pada kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber daya secara optimal untuk menghasilkan output yang maksimal dengan biaya serendah mungkin. Menurut Gautama et al. (2023), efisiensi operasional adalah ukuran efektivitas suatu proses dalam mengubah input menjadi output yang bernilai, yang mencakup aspek produktivitas, pengurangan pemborosan, perbaikan proses kerja, dan pemanfaatan teknologi. Mukaromah & Supriono (2020) menyebutkan bahwa efisiensi operasional juga berkaitan dengan kemampuan lembaga keuangan seperti bank dalam mengelola dana yang tersedia dengan biaya yang dikeluarkan secara efektif. Hal ini mengindikasikan pentingnya perencanaan dan pengelolaan yang matang atas segala aktivitas usaha agar penggunaan sumber daya dapat terarah dan tidak mubazir. Secara umum, efisiensi operasional dapat dicapai melalui beberapa pendekatan, antara lain:

1. Peningkatan kualitas dan standarisasi proses kerja.
2. Pengurangan waktu siklus produksi atau layanan.
3. Pemanfaatan teknologi digital dan sistem informasi.
4. Perencanaan dan pengendalian sumber daya manusia, material, dan waktu.

Efisiensi operasional bukan hanya sekadar penghematan biaya, namun juga mencakup optimalisasi seluruh proses bisnis agar menghasilkan nilai lebih tinggi bagi perusahaan dan pelanggan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompetitif, efisiensi menjadi salah satu kunci utama untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan meningkatkan profitabilitas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa efisiensi operasional dipengaruhi oleh sejumlah faktor strategis yang saling berkaitan. Beberapa di antaranya adalah:

1. Penerapan Teknologi Informasi

Teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses, integrasi data, dan pengurangan kesalahan manual. Penelitian oleh Zenvien Ravelinda et al. (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi dan manajemen yang terintegrasi mampu mempercepat proses bisnis dan meningkatkan akurasi keputusan dalam perusahaan manufaktur.

2. Transformasi Digital

Transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi mutakhir seperti automasi, artificial intelligence (AI), cloud computing, dan analitik data. Hal ini terbukti dapat meningkatkan kecepatan produksi, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan. Studi Pristiwaningsih et al. (2024) menyimpulkan bahwa transformasi digital berdampak signifikan dalam meningkatkan efisiensi pada sektor manufaktur skala kecil dan menengah. Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

SIA memegang peran krusial dalam pengelolaan keuangan perusahaan, khususnya bagi pelaku UMKM. Sistem ini membantu mengelola data keuangan secara efisien, mengurangi potensi kesalahan pencatatan, dan meningkatkan ketepatan laporan keuangan. Penelitian oleh R.Ay. Fatimah Az-Zahra Yustisia Putri Priambodo (2024) membuktikan bahwa penerapan SIA secara langsung berkontribusi terhadap efisiensi operasional UMKM.

3. Perencanaan dan Penjadwalan Produksi

Perencanaan dan penjadwalan produksi yang efektif sangat berperan dalam mengurangi waktu tunggu, menghindari bottleneck, serta memaksimalkan kapasitas produksi. Menurut Setyowati & Lasiyono (2024), sistem produksi yang terencana dapat meningkatkan efisiensi penggunaan mesin, tenaga kerja, dan material, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi operasional secara menyeluruh.

2.1.4. Hubungan Strategi Bisnis dan Efisiensi Operasional melalui BMC

Strategi bisnis berfungsi sebagai panduan utama dalam pengambilan keputusan dan arah operasional suatu perusahaan. Agar strategi ini dapat

diimplementasikan secara efektif, perusahaan memerlukan alat bantu yang dapat memetakan seluruh elemen penting dalam model bisnisnya. Salah satu alat yang sering digunakan adalah Business Model Canvas (BMC). Dengan menggunakan BMC, strategi bisnis dapat diterjemahkan ke dalam operasional harian perusahaan, sehingga memudahkan identifikasi area yang dapat ditingkatkan efisiensinya. Berikut adalah beberapa cara bagaimana strategi bisnis diimplementasikan melalui BMC untuk meningkatkan efisiensi operasional:

1. **Key Activities: Optimalisasi Proses Inti**

Strategi bisnis yang mengarah pada efisiensi menekankan eliminasi proses yang tidak memberikan nilai tambah (non-value-added activities). Dengan memetakan key activities, perusahaan dapat meninjau kembali aktivitas utama mereka dan memangkas langkah-langkah kerja yang tidak efisien atau berulang. Hal ini membantu mengurangi waktu dan biaya operasional serta meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.

2. **Key Resources: Alokasi Sumber Daya yang Tepat**

Strategi bisnis yang efektif mengatur pemanfaatan sumber daya secara optimal, baik itu sumber daya manusia, teknologi, maupun aset fisik. Melalui elemen key resources dalam BMC, perusahaan dapat menyesuaikan jumlah dan jenis sumber daya yang digunakan agar lebih hemat biaya namun tetap mendukung pencapaian value proposition secara maksimal.

3. **Cost Structure: Evaluasi dan Reduksi Biaya**

Salah satu tujuan utama dari efisiensi operasional adalah pengurangan biaya operasional tanpa mengurangi nilai yang diterima oleh pelanggan. Dalam elemen cost structure, strategi bisnis diarahkan untuk mengidentifikasi dan memangkas biaya-biaya yang tidak produktif, misalnya dengan mengadopsi teknologi baru atau menyederhanakan rantai pasok.

4. **Customer Relationships & Channels: Pelayanan yang Efisien namun Bernilai**

Strategi bisnis yang efisien tidak hanya berfokus ke dalam (internal), tetapi juga menyangkut ke luar (eksternal) melalui hubungan pelanggan dan saluran distribusi. Melalui customer relationships dan channels, perusahaan dapat memilih metode komunikasi, pelayanan, dan distribusi yang lebih hemat biaya namun tetap

memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Contohnya adalah beralih ke digital customer service atau e-commerce platform yang lebih murah dibandingkan metode konvensional.

5. Value Proposition: Fokus pada Nilai Inti

Strategi bisnis juga membantu perusahaan menegaskan kembali value proposition mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar, namun tetap efisien dalam penyampaiannya. Dengan memperjelas proposisi nilai, perusahaan dapat menghindari overproduction, layanan tambahan yang tidak dibutuhkan, atau produk yang tidak memiliki pasar, sehingga sumber daya lebih tepat sasaran.

2.1.5. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja visual yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur untuk mendeskripsikan dan menganalisis model bisnis secara komprehensif (Retnowati, 2025). Kerangka ini sangat berguna bagi perusahaan dalam menyelaraskan strategi bisnis dengan efisiensi operasional karena mampu memetakan secara sistematis komponen utama dari operasional perusahaan. Menurut Warnaningtyas (2020), BMC terdiri dari sembilan blok bangunan utama, yaitu:

1. Customer Segments (Segmen Pelanggan):
Kelompok pelanggan yang menjadi target utama perusahaan.
2. Value Propositions (Proposisi Nilai):
Nilai tambah atau solusi unik yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. Channels (Saluran):
Cara perusahaan menjangkau pelanggan dan menyampaikan proposisi nilai.
4. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan):
Jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan pelanggan.
5. Revenue Streams (Sumber Pendapatan):
Cara perusahaan memperoleh penghasilan dari segmen pelanggan.
6. Key Resources (Sumber Daya Utama):
Aset penting yang dibutuhkan agar model bisnis berjalan.

7. Key Activities (Aktivitas Utama):

Kegiatan inti yang perlu dilakukan agar proposisi nilai dapat terealisasi.

8. Key Partnerships (Kemitraan Utama):

Jaringan mitra yang membantu dalam operasional bisnis.

9. Cost Structure (Struktur Biaya):

Semua biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis.

Melalui penerapan BMC, perusahaan dapat mengintegrasikan strategi bisnis ke dalam proses operasional secara menyeluruh. Hubungan antara strategi bisnis dan efisiensi operasional dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Optimalisasi Key Activities

Strategi bisnis dapat diarahkan untuk mengidentifikasi aktivitas utama yang benar-benar memberikan nilai tambah. Aktivitas yang tidak produktif atau redundan dapat dihilangkan, digantikan oleh teknologi, atau disederhanakan untuk menekan waktu dan biaya produksi.

2. Penyesuaian Key Resources

Strategi yang efisien menuntut penggunaan sumber daya secara optimal. Dengan meninjau elemen key resources, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara tepat baik berupa SDM, teknologi, maupun aset lainnya agar sejalan dengan kebutuhan aktual untuk mencapai proposisi nilai.

3. Rasionalisasi Cost Structure

Struktur biaya menjadi elemen vital dalam menciptakan efisiensi. Strategi bisnis yang tepat mendorong perusahaan untuk menganalisis dan memangkas biaya operasional yang tidak memberikan nilai ekonomi. Evaluasi biaya tetap dan variabel dapat dilakukan secara berkala untuk menjaga efisiensi dan profitabilitas.

4. Efisiensi Customer Relationships and Channels

Strategi pelayanan pelanggan yang efisien, misalnya dengan memanfaatkan kanal digital atau otomatisasi, dapat menekan biaya operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Evaluasi saluran distribusi juga penting untuk memastikan bahwa produk atau layanan menjangkau pelanggan dengan cepat dan hemat biaya.

5. Penyesuaian Key Partnerships

Melalui strategi kemitraan, perusahaan dapat membangun aliansi yang saling menguntungkan untuk menekan biaya produksi, mempercepat distribusi, atau berbagi risiko bisnis. Hal ini penting dalam meningkatkan efisiensi terutama di sektor dengan rantai pasok yang kompleks.

6. Penguatan Value Propositions

Proposisi nilai merupakan jantung dari model bisnis. Strategi bisnis yang fokus pada nilai tambah yang benar-benar dibutuhkan pelanggan dapat membantu perusahaan menyederhanakan penawaran produknya, menghindari pemborosan, serta meningkatkan efektivitas dalam pemenuhan kebutuhan pasar.

PT Prima Jaya, sebagai perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensi operasional, dapat menggunakan pendekatan BMC untuk memetakan seluruh aktivitas bisnisnya. Misalnya, dengan menganalisis struktur biaya dan aktivitas utama, perusahaan dapat mengidentifikasi area dengan pemborosan tinggi dan menyusun strategi efisiensi. Selain itu, penguatan kemitraan strategis dan digitalisasi kanal distribusi dapat mempercepat layanan dengan biaya lebih rendah. Dengan demikian, penerapan BMC tidak hanya membantu perusahaan dalam memahami model bisnisnya, tetapi juga menjadi alat strategis untuk menyelaraskan tujuan bisnis jangka panjang dengan efisiensi operasional secara menyeluruh

2.2 Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun & Judul	Variabel yang Diteliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Ariyandi, I. R. (2025). Strategi Efektif Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan	Strategi manajerial, efisiensi operasional	Deskriptif kualitatif	Strategi efisiensi berbasis teknologi dan evaluasi kinerja terbukti efektif meningkatkan

			efisiensi operasional
Saputra, D. B., & Takaya, R. (2025). Analisis Strategi Procurement Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Pt Halliburton	Strategi procurement, efisiensi operasional	Studi kasus kualitatif	Pengadaan strategis yang terintegrasi menurunkan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi
Salsyabillah, M., Harahap, E. Z., & Anggiantoro, I. (2024). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Data Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Perusahaan	Pengelolaan data, efisiensi operasional	Analisis konten & studi pustaka	Pengelolaan data yang baik mempercepat pengambilan keputusan dan meningkatkan efisiensi proses kerja
Azmi, W. I., & Nurhadi, N. (2024). Optimalisasi Administrasi Gudang Untuk	Administrasi gudang, efisiensi operasional	Observasi, wawancara, dokumentasi	Penerapan sistem manajemen gudang berbasis digital meningkatkan efisiensi dan

Meningkatkan Efisiensi Operasional di PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Unit Gedangan			menurunkan biaya penyimpanan
Ramadhan, N. F. et al. (2024). Peran Akuntansi Manajemen Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Operasional Pada Perusahaan E-Commerce di Indonesia	Akuntansi manajemen, efisiensi biaya operasional	Studi literatur dan pendekatan deskriptif	Akuntansi manajemen berperan penting dalam pengendalian biaya dan pencapaian efisiensi operasional

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

2.3. Kerangka Pemikiran

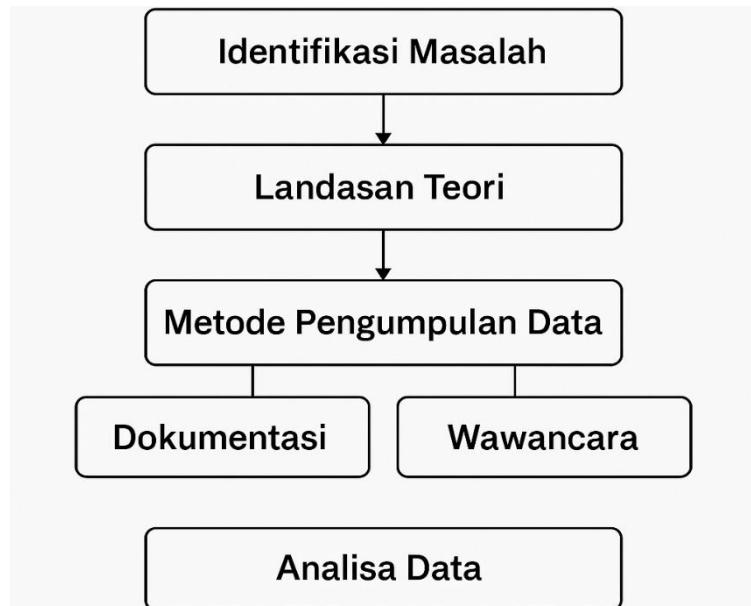
Kerangka pemikiran merupakan suatu konsep yang menggambarkan alur logis dari suatu penelitian, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis, hingga pengambilan keputusan. Kerangka ini berfungsi sebagai panduan sistematis yang membantu dalam memahami hubungan antara variabel yang diteliti serta metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan adanya kerangka pemikiran, penelitian dapat berjalan lebih terstruktur, terarah, dan

menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang diangkat (Fazar et al., 2024).

Dalam konteks penelitian "*Analisa Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Pada Perusahaan Supplier*", kerangka pemikiran disusun untuk mengidentifikasi strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing PT Prima Jaya. Melalui penerapan Business Model Canvas (BMC), penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam model bisnis PT Prima Jaya. BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang mencakup aspek internal dan eksternal perusahaan, yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure.

Untuk memperkaya analisis, penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam terhadap satu responden kunci, yaitu pemilik atau manajer PT Prima Jaya. Hasil wawancara akan dipetakan ke dalam sembilan elemen BMC untuk mendapatkan gambaran aktual tentang implementasi strategi inovasi dalam operasional perusahaan.

Dengan mengintegrasikan pendekatan BMC dan wawancara, diharapkan dapat diperoleh solusi strategis berbasis data primer yang tidak hanya membantu memperluas pangsa pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi bisnis secara keseluruhan. Dengan mengoptimalkan strategi pemasaran, memanfaatkan peluang pasar, serta memperkuat keunggulan kompetitif, PT Prima Jaya diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan industri makanan olahan.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual / Pemikiran

2.4. Hipotesis

Untuk penelitian dengan judul "Analisa Strategi Inovasi Efisiensi Untuk Meningkatkan Operasional Pada Perusahaan Daging: Tinjauan Bussiness Model Canvas, untuk Keunggulan Kompetitif", hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Alternatif (Ha):

1. Model bisnis yang disusun menggunakan Business Model Canvas (BMC) dapat meningkatkan efisiensi operasional PT Prima Jaya.
2. Penyesuaian elemen Customer Segments dan Value Proposition dalam BMC berkontribusi secara signifikan dalam menentukan target pasar dan meningkatkan daya saing bisnis PT Prima Jaya
3. Optimalisasi Key Resources dan Key Activities dalam BMC dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional serta profitabilitas PT Prima Jaya. Implementasi strategi berbasis BMC dapat meningkatkan hubungan pelanggan (Customer Relationships) dan memperluas saluran distribusi (Channels) dalam industri.