

IDENTIFIKASI INOVASI DAN KINERJA BISNIS PADA LAUNDRY SEPATU SNEAKLIN DI KOTA BANDUNG

IDENTIFICATION OF INNOVATION AND BUSINESS PERFORMANCE IN SHOES LAUNDRY SNEAKLIN IN BANDUNG

TELKOM UNIVERSITY

Dwina Aprilla Mahardina¹, Dr. Astri Ghina, S.si., M.M.²

¹ Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

² Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

Email : ¹dwinaaprilla@student.telkomuniversity.ac.id, ²astrighina@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Dalam menghadapi berbagai perubahan dan tantangan dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus mampu mengatur strategi perencanaan untuk perkembangan usahanya. Tidak hanya meningkatkan dari segi kinerja bisnis, salah satu proses tindakan wirausaha (*Entrepreneurial Action*) yang perlu dilakukan adalah dengan terus melakukan inovasi. Inovasi menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi sebagai salah satu proses *entrepreneurial action* dan kinerja bisnis pada laundry sepatu Sneaklin di Kota Bandung. Subvariabel dalam penelitian ini meliputi : *capacity to innovate, capacity to plan a head, willing to take a risk, sales, revenue* dan *employment*.

Penelitian ini dieksplorasi dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik analisis model Miles dan Hubberman. Pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Sneaklin dan karyawannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kapasitas untuk berinovasi sneaklin melakukan pengembangan dari segi layanan, infrastruktur dan teknologi. Namun Sneaklin tidak terstruktur dalam melakukan perencanaan untuk merealisasikan ide inovasinya, sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor tidak tercapainya target bisnis yang mengakibatkan Sneaklin tidak bisa berkembang lebih besar lagi.

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan Sneaklin sudah beragam, namun Sneaklin tidak memiliki keyakinan terhadap inovasinya sehingga tidak berani untuk mengambil resiko yang lebih tinggi. Maka dari itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap perencanaan strategi yang dilakukan Sneaklin agar target bisnisnya dapat tercapai. Kinerja bisnis Sneaklin sudah cukup baik, dilihat dari pertumbuhan penjualan dan pendapatan yang terus meningkat.

Kata Kunci: Inovasi, Kinerja Bisnis, *Entrepreneurial Action*

Abstract

In the face of various changes and challenges in running the business, the company must be able to set the planning strategy for the development of its business. Not only improve in terms of business performance, one of the process of entrepreneurial action (Entrepreneurial Action) that needs to be done is to continue to innovate. Innovation becomes one of the strategies to improve the performance of a business. This study aims to identify innovation as a process of entrepreneurial action and business performance in laundry Sneaklin shoes in Bandung. Subvariables in this study include: capacity to innovate, capacity to plan a head, willing to take a risk, sales, revenue and employment.

This research is explored by using descriptive qualitative method with Miles and Hubberman model analysis technique. The collection of data obtained through interviews, observation, and documentation. Sources of data in this study is Sneaklin business owners and their employees. These results indicate that the capacity to innovate sneaklin do the development in terms of services, infrastructure and technology. However Sneaklin not

structured in planning for the realization of innovative ideas, so that it becomes one of the factors of not achieving the business target which resulted Sneaklin can not grow bigger.

The results of the analysis show that Sneaklin's innovations are diverse, but Sneaklin lacks the confidence in innovation that does not dare to take higher risks. Therefore, it is necessary to evaluate the strategic planning done by Sneaklin so that its business target can be achieved. Sneaklin's business performance is quite good, judging by the growing sales and revenue growth.

Keywords: Innovation, Business Performance, Entrepreneurial Action

1. Pendahuluan

Peran Usaha Mikro Menengah Keatas (UMKM) memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan efektif mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Sedangkan Usaha Besar perkembangan jumlah unit usahanya berfluktuatif walaupun jumlahnya tidak signifikan. *Persentase* jumlah UMKM mencapai 99,91% dari seluruh unit usaha, dibandingkan dengan *persentase* jumlah Usaha Menengah sebesar 0,08 % dan Usaha Besar 0,01%.

Kota Bandung merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi nasional sebagai kawasan dengan sektor unggulan UMKM, Industri, Jasa dan Pariwisata. Potensi industri kecil dan menengah yang berada di Kota Bandung memiliki jumlah yang cukup signifikan dibandingkan potensi industri besar. Dengan sebuah potensi masyarakat yang cukup kreatif, Kota Bandung sendiri memiliki peluang dalam mengembangkan dan memajukan potensi UMKM yang dimiliki untuk dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja serta mengurangi jumlah pengangguran di Kota Bandung. Jumlah penyerapan tenaga kerja di Kota Bandung dengan adanya sektor industri kecil, menengah dan besar mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 90.206 di tahun 2015.

Pemilik usaha perlu meningkatkan kinerja usahanya agar mampu untuk mencapai tujuan yang diinginkan serta mampu untuk melakukan pengembangan pada produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Benardin dalam Sudarmanto (2014:8) kinerja usaha merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya meningkatkan dari segi kinerja bisnis, salah satu proses tindakan wirausaha (*entrepreneurial action*) yang perlu dilakukan adalah dengan terus melakukan inovasi. Inovasi menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja suatu bisnis. Hasil penelitian yang dilakukan Gorgellis *et al.* (2000) menjelaskan bahwa usaha kecil Inovasi dalam produk dan layanan merupakan komponen kunci dari usaha kecil tindakan yang diharuskan wirausahawan yang menginginkan perusahaan untuk tumbuh. Seringkali, perusahaan kecil melihat pertumbuhan, baik dari sisi penjualan atau pekerjaan, sebagai cara untuk bertahan dan meningkatkan kinerja bisnis di lingkungan yang dinamis dan kompetitif. Namun, sejauh mana usaha kecil akan sukses dalam inovasi bergantung pada apakah mereka memiliki tiga kompetensi inti berikut: (i) kapasitas untuk berinovasi; (ii) kapasitas untuk merencanakan ke depan; dan (iii) kemauan untuk mengambil risiko.

Pada penelitian ini akan mengidentifikasi mengenai kinerja bisnis yang dilihat dari permasalahan tenaga kerja yang dirasakan, untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Sneaklin agar bisnisnya dapat terus berjalan dan dapat menutupi kekurangannya sehingga permasalahan tersebut tidak mempengaruhi faktor-faktor kinerja bisnis lainnya. Serta melihat inovasi apa saja yang telah dilakukan dan direncanakan oleh Sneaklin. Dengan inovasi yang dilakukan perlu juga diperhatikan sampai sejauh mana inovasi tersebut berdampak pada kinerja bisnisnya dan apakah inovasi tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis perusahaan merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi bisnis yang dapat dilihat dari hasilnya yang diukur dengan lebih dari satu dimensi. Walker dan Ruekert dalam Hartini (2012:85) menyatakan bahwa terdapat 3 dimensi dalam pengukuran kinerja suatu perusahaan, yaitu effectiveness, efficiency, dan adaptiveness.

2.2 Inovasi

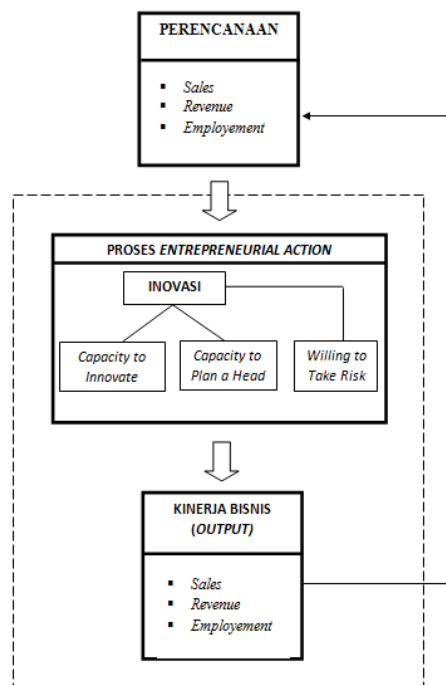
Menurut Suryana (2013:75) inovasi merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi difusi yang berujung pada perubahan. Dilihat dari dimensi waktu inovasi, inovasi lebih menekankan pada objek baru, tetapi sebenarnya lebih menekankan pada proses baru yang dapat mengakibatkan objek baru. Hubungan antara

Kinerja bisnis dan inovasi telah menjadi subjek pada beberapa studi yang telah ada, Keberhasilan inovasi tergantung pada kapasitas untuk merencanakan kedepan, dan kesediaan untuk mengambil resiko. Sehingga perkembangan usaha juga bergantung pada hal tersebut. Implikasi penelitian ini yaitu inovasi dan perencanaan adalah kunci keberlangsungan dan keberlanjutan sebuah bisnis. Pemilik usaha kecil atau manajer yang memiliki keinginan agar bisnisnya dapat terus bertumbuh perlu mempunyai kompetensi dalam inovasi dan perencanaan, Gorgellis *et al* (2000).

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Inovasi yang didukung oleh aspek *capacity to innovate*, *capacity to plan a head* dan *willing to take a risk* serta variabel Kinerja Bisnis yang didukung oleh aspek *sales*, *revenue*, dan *employment* yang diadaptasi dari penelitian terdahulu Gorgellis *et al*. Menurut Georgellis *et al* (2000) Inovasi produk dan jasa merupakan komponen kunci dalam sebuah bisnis kecil. Inovasi adalah serangkaian *entrepreneurial action* yang diperlukan perusahaan untuk berkembang. Tidak jarang usaha kecil yang ingin berkembang, baik dari segi penjualan dan karyawan, menganggap inovasi sebagai cara untuk bertahan hidup dan untuk meningkatkan kinerja bisnis dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif. Namun, sejauh mana usaha kecil akan berhasil dalam inovasi tergantung pada apakah mereka memiliki tiga kompetensi inti, yaitu: kapasitas untuk berinovasi (*capacity to innovate*), kapasitas untuk merencanakan ke depan (*capacity to plan ahead*), dan kesediaan untuk mengambil risiko (*willing to take risk*).

Melalui Gambar 1 digambarkan kerangka pemikiran yang menjelaskan perencanaan target kinerja bisnis yang akan dilakukan, meliputi aspek *sales*, *revenue*, dan *employment*. Untuk mencapai tujuan bisnis tersebut, diperlukan proses *entrepreneurial action*, bagaimana proses tersebut berkaitan dengan *capacity to innovate*, *capacity to plan a head*, dan *willing to take a risk*. Setelah proses tersebut di aplikasikan terhadap bisnisnya, bagaimana *output* yang dihasilkan setelah proses tersebut dilakukan, apakah *output* tersebut sudah sesuai dengan target yang direncanakan. Maka dari itu, perlu diketahui proses perencanaan kinerja bisnis dan inovasi apa yang telah dilakukan oleh Sneaklin serta bagaimana *output* yang dihasilkan dari perencanaan dan proses *entrepreneurial action*.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber : Gorgellis.,al (2000)

3. Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan tujuan penelitian deskriptif untuk menggambarkan karakteristik atau fungsi dari beberapa variabel dalam penelitian. Menurut Dantes (2012:51) penelitian deskriptif diartikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya. Berdasarkan keterlibatannya, maka peneliti melakukan *intervensi* data, dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai *human instrument*, dengan teknik *in depth interview* maka peneliti harus berinteraksi langsung dengan sumber data. Berdasarkan unit analisis, maka penelitian dilakukan pada organisasi. Pada penelitian ini akan dilihat implementasi inovasi dan kinerja bisnis Sneaklin berdasarkan perspektif internal yaitu dari *owner* dan Manjerial intinya. Berdasarkan waktu pelaksanaan, *Cross sectional*, yaitu apabila pengumpulan data dilakukan dalam satu periode, kemudian data itu diolah, dianalisis, dan kemudian ditarik kesimpulan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan, wawancara, dokumentasi dan triangguasi atau menggabungkan hasil data. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang terkumpul memberikan gambaran yang lebih jelas dan selanjutnya dapat mempermudah peneliti dalam mencari data yang diperlukan. Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada tahapan ini, hasil penelitian berupa hasil wawancara, observasi dan dokumentasi foto. Hasil wawancara narasumber akan melalui proses verbatim, verbatim merupakan proses mengubah kata yang diucapkan ke dalam sebuah teks sehingga pesan yang disampaikan sama persis sesuai dengan yang diucapkan. Hasil Verbatim diperoleh dari 3 narasumber manajerial inti dari *laundry* sepatu Sneaklin yaitu *Owner* (N1), Manajer SDM (N2), dan Manajer Operasional (N3). Kemudian masing-masing data verbatim akan mengalami proses reduksi, dimana data yang penting dan berkaitan langsung dengan penelitian akan dimasukkan ke dalam tabel, sedangkan data yang tidak penting akan dieliminasi, Kemudian data hasil reduksi dikumpulkan ke dalam tabel dan dikelompokkan lagi menjadi 2, yaitu kelompok data reduksi yang berkaitan dengan inovasi, dan kelompok data reduksi yang berkaitan dengan kinerja bisnis melalui proses pengkodean (*coding*). Berikut ini merupakan kesimpulan wawancara hasil triangulasi narasumber.

Tabel 1. Hasil Penelitian

INDIKATOR	KESIMPULAN
<i>Capacity to innovate</i>	
Ide inovasi bisnis	Inovasi Sneaklin berawal dari jasa mencuci sepatu, dimana sebelumnya Sneaklin menawarkan jasanya melalui media sosial kemudian berkembang lebih besar lagi dengan membuka toko sendiri. Inovasi dari segi produk jasa yang ditawarkan juga semakin beragam dari mencuci, memperbaiki dan men cat ulang sepatu. Inovasi lainnya dari segi layanan adalah sistem kasir <i>online</i> , dimana konsumen dapat melihat status pencucian sepatunya di <i>website</i> .
Perencanaan ide inovasi	Sneaklin melakukan perencanaan ide inovasinya dengan melakukan diskusi bersama tim.
Merealisasikan ide inovasi	Sneaklin melakukan promosi melalui media sosial dan mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan.
Evaluasi ide inovasi / hambatan	Sneaklin melakukan evaluasi harga terkait bahan baku yang digunakan
Solusi yang dilakukan	Solusi yang ditawarkan adalah mengevaluasi harga dengan mencari bahan baku yang lebih terjangkau.
Ketersediaan Infrastruktur	Sebelum ide inovasi direalisasikan, Sneaklin menyediakan infrastruktur yang mendukung inovasi tersebut, selanjutnya infrastruktur dilakukan pengembangan secara bertahap
Sumber Daya Manusia dan	Memiliki SDM dengan <i>owner</i> yang ikut terjun sendiri melayani konsumen dengan

INDIKATOR	KESIMPULAN
Finansial yang menunjang inovasi.	menggunakan dana pribadi dari pemilik bisnis.
Capacity to plan a head	
Ide inovasi bisnis	Inovasi yang akan dilakukan adalah pengembangan jasa dengan mencuci sepatu di rumah konsumen.
Perencanaan ide inovasi	Perencanaan dilakukan bersama tim dengan memperhatikan beberapa faktor seperti perencanaan waktu, melihat dampak implementasi ide, melihat pesaing dan melakukan tes pasar.
Merealisasikan ide inovasi	Untuk merealisasikan ide, Sneaklin sebelumnya sudah melakukan perencanaan dan persiapan yang akan dilakukan.
Evaluasi ide inovasi / hambatan	Ide inovasi masih pada tahap pengembangan dan menyesuaikan dengan pasar yang akan dituju.
Solusi yang dilakukan	Melakukan pengembangan atau riset agar nantinya ide inovasi dapat diterima konsumen.
Ketersediaan Infrastruktur	Belum sepenuhnya memiliki infrastruktur untuk ide inovasi yang akan dilakukan.
Sumber Daya Manusia dan Finansial yang menunjang inovasi.	Memanfaatkan karyawan yang sudah biasa berkerja di Sneaklin dan mempersiapkan dana.
Willing to take a risk	
Kesiapan bisnis dengan dampak ide inovasi yang dilakukan.	Mengatasi keluhan konsumen sesuai dengan prosedur.
Kesiapan bisnis dalam mengambil resiko.	Sneaklin belum siap mengambil resiko yang lebih tinggi dengan meminjam uang kepada pihak ke tiga.
Sales	
Jumlah penjualan	Rata-rata jumlah penjualan Sneaklin per bulan ada dikisaran 7500-7600 pasang sepatu tiap bulannya.
Pertumbuhan penjualan	Total pertumbuhan penjualan Sneaklin terus meningkat setiap tahunnya, sedangkan tiap bulannya tidak menentu karna beberapa faktor.
Konsumen utama	Segmentasi utama konsumen Sneaklin adalah mahasiswa.
Hambatan penjualan	Terdapat beberapa hambatan penjualan yang dirasakan oleh Sneaklin, diantaranya mengenai promosi, faktor cuaca dan lokasi toko
Revenue	
Jumlah pendapatan	Rata-rata jumlah pendapatan Sneaklin adalah 350-400 juta tiap bulannya untuk total keseluruhan cabang, sedangkan untuk satu toko ada dikisaran 15 juta.
Pertumbuhan pendapatan	Pertumbuhan pendapatan tidak pasti, bergantung pada faktor-faktor lainnya seperti cuaca dan lokasi.
Sumber pendapatan	Sumber pendapatan dihasilkan dari produk jasa yang Sneaklin tawarkan.
Hambatan pendapatan / keuangan	Belum ada hambatan yang dirasakan terkait dengan pendapatan / keuangan.
Employement	
Jumlah karyawan Sneaklin	Total jumlah karyawan sementara yang dimiliki Sneaklin sampai saat ini adalah 55-57 orang.
Rencana penambahan jumlah karyawan	Memiliki rencana kedepannya untuk menambah jumlah karyawan
Hambatan terkait karyawan	Hambatan Sneaklin mencari karyawan yang berkualitas dengan memiliki <i>passion</i> pada sepatu.

a. Analisis Capacity to Innovate

Mengenai ide inovasi bisnis, N1, N2, dan N3 menyatakan bahwa pada awalnya Sneaklin memulai bisnisnya dengan menawarkan jasa pencucian sepatu kemudian jasanya berkembang dengan menyediakan layanan memperbaiki sepatu dan mencat ulang sepatu. Hasil triangulasi sudah menunjukkan tingkat kejenuhan informasi yang sama. N1 dan N3 menambahkan bahwa Sneaklin juga melakukan inovasi teknologi dengan menggunakan

sistem kasir *online*, di mana konsumen dapat melihat dan mengecek status sepatu yang sedang dikerjakan melalui aplikasi dan *website*. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara dengan N1 berikut ini:

“eee jadi yang awalnya bisnis kita tuh intinya kita nawarin jasa laundry pencucian sepatu tapi dari situ kita mengembangkan ada perbaikan sepatu, ada pengecatan ulang sepatu nah itu jasa yang tiga intinya yang kita tawarin itu. Eee..sekarang kita tuh mau ngembanginnya dari inovasi-inovasi yang kita lakuin tuh, paling dari kaya sistem eee kasirnya itu kita kembangin, bisa dibilang satu-satunya lah laundry sepatu yang pake sistem kasir sendiri gitu. Jadi kita udah pake sistem online, dimana semua customer bisa mengecek status sepatunya via aplikasi dan via website”.

b. Analisis Capacity to Plan a Head

Dalam perencanaan ide inovasi, Sneaklin melakukan perencanaan ide inovasi dengan melakukan diskusi bersama tim. Diskusi yang dilakukan untuk mempersiapkan beberapa faktor seperti menetapkan waktu perencanaan dan memikirkan dampak kemungkinan yang dapat terjadi. Hal tersebut dilakukan untuk menyempurnakan perencanaan yang akan dilakukan. N1, N2 dan N3 memiliki kesimpulan jawaban yang sama yaitu melakukan perencanaan dengan berdiskusi bersama tim, tetapi dalam hasil wawancara. N1 menyatakan faktor-faktor apa saja yang dipersiapkannya sedangkan N2 dan N3 hanya menyatakan garis besarnya saja. Dikutip dari hasil wawancara N1 berikut ini.

“jadi kita juga kalo sekarang udah ada timnya kita haru mulai mikirin baik buruknya kaya apa, jadi kita udah bikin perencanaan ga kaya dulu nih awal-awal udah aja hajar..paling cuman diskusi ini gimana nih. Kalo sekarang engga, kita memang mikirin pesaing kaya gimana nih, kalo kita buat ini apasih efeknya buat toko-toko yang lain, gitu. Kalo untuk perencanaan biasanya kita sih udah tertulis untuk gambaran umumnya sama kita bikin time schedule nya”

c. Analisis Willing to Take a Risk

Dalam kesiapan bisnis mengambil resiko, N1, N2 dan N3 memiliki tingkat kejenuhan informasi yang sama, dimana Sneaklin selama 4 tahun berjalan belum berani dalam mengambil resiko yang lebih tinggi untuk mengimplementasikan ide dengan meminjam uang kepada pihak ke 3. Untuk menutupi hal tersebut, sneaklin lebih memilih untuk memaksimalkan dana pribadi dari bisnisnya. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara N1 berikut ini.

“Emang saya orang yang sedikit takut untuk.. apa yaa.. untuk minjem uang lah gitu kasarannya (Lebih ke tanggung jawabnya ya ka?) Heeh.. takutnya ini yang namanya inovasi juga kita belum tau keberhasilannya bakal sejauh mana.. kita minjem uang yang ga sedikit, untuk pengembangannya juga kita belum tau seperti apa.. nah makanya dari situ sih saya cenderung kalo ada inovasi kita planning dulu aja, nanti sambil berjalan kita kumpulin dulu untuk finansialnya.”

d. Sales

Kemudian untuk pertumbuhan penjualan, hasil triangulasi menunjukan wawancara dengan N1, N2 dan N3 memiliki tingkat kejenuhan informasi yang sama. Narasumber mengatakan pertumbuhan penjualan Sneaklin tiap tahunnya terus meningkat, hal tersebut dipengaruhi oleh jumlah cabang Sneaklin yang terus bertambah sehingga mempengaruhi jumlah penjualan. Sedangkan untuk pertumbuhan tiap bulannya di tiap toko tidak menentu. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara N2 berikut ini.

“Tiap tahunnya sih dari segi jumlah sneaklin terus mengalami peningkatan ya, karna berpengaruh juga dari pertambahan cabang eeh...karna konsumennya juga.. segmennya jadi meluas, otomatis jumlah penjualannya juga ikut meningkat” (Halaman...baris 146 – 149 Lampiran 1 hasil wawancara N2).

e. Revenue

Kemudian untuk pertumbuhan pendapatan, dari hasil triangulasi N1, N2 dan N3 memiliki tingkat kejenuhan informasi data yang sama. Ketiga narasumber mengatakan pertumbuhan pendapatan Sneaklin tiap bulannya tidak menentu atau berfluktuatif, hal tersebut bergantung pada beberapa faktor yang disebutkan yaitu faktor cuaca yang mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan faktor kelas lokasi toko, karena ada beberapa toko yang mendominasi penjualannya dan ada yang penjualannya kurang bagus. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara N2 berikut ini.

“Pertumbuhannya sih ga menentu ya kalo untuk tiap bulannya, karena ada beberapa faktor juga yang mempengaruhi penjualan di tiap tokonya jadi hasilnya juga ga merata. (faktornya apa ya ka) iya.. faktornya tuh kaya faktor cuaca nih otomatis kan mempengaruhi penjualan di bulan itu, ahirnya kan pertumbuhannya ga selalu meningkat. Terus sama beberapa lokasi yang jumlah pendapatannya bagus ada juga yang memang standar.”

f. *Employement*

Kemudian untuk pertumbuhan pendapatan, dari hasil triangulasi N1, N2 dan N3 memiliki tingkat kejenuhan informasi data yang sama. Ketiga narasumber mengatakan pertumbuhan pendapatan Sneaklin tiap bulannya tidak menentu atau berfluktuatif, hal tersebut bergantung pada beberapa faktor yang disebutkan yaitu faktor cuaca yang mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan faktor kelas lokasi toko, karena ada beberapa toko yang mendominasi penjualannya dan ada yang penjualannya kurang bagus. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara N2 berikut ini.

“Pertumbuhannya sih ga menentu ya kalo untuk tiap bulannya, karena ada beberapa faktor juga yang mempengaruhi penjualan di tiap tokonya jadi hasilnya juga ga merata. (faktornya apa ya ka) iya.. faktornya tuh kaya faktor cuaca nih otomatis kan mempengaruhi penjualan di bulan itu, ahirnya kan pertumbuhannya ga selalu meningkat. Terus sama beberapa lokasi yang jumlah pendapatannya bagus ada juga yang memang standar.”

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan Pembahasan hasil penelitian yang telah dipaparkan, didapatkan kesimpulan bahwa, Dalam kapasitas untuk berinovasi selama 4 tahun berjalan, Sneaklin melakukan pengembangan pada bisnisnya dari segi layanan, infrastruktur dan teknologi yang digunakan. Namun Sneaklin tidak melakukan perencanaan terstruktur terkait pengembangan yang dilakukan, melainkan hanya melakukan diskusi untuk mengambil keputusan dan mengevaluasi ide untuk mencari solusi dari permasalahan yang ada.

Dalam kapasitas untuk merencanakan kedepan, pada awal tahun ini Sneaklin memiliki perencanaan untuk mengembangkan inovasi ke arah jenis layanan baru. Dalam perencanaannya, Sneaklin memiliki keinginan untuk lebih terstruktur dalam melakukan perencanaan ide inovasi yang akan dilakukan. Target pertumbuhan Sneaklin dalam jumlah *store* setiap tahunnya juga belum maksimal, karena target yang dilakukan tidak tercapai pada tahun 2017, sehingga perencanaan target bisnis tidak dapat berkembang. Kemudian terkait perencanaan tersebut, belum dilakukannya evaluasi atau perbaikan namun dilihat dari hambatan yang ada, Sneaklin masih belum memiliki infrastruktur dan sumber daya manusia untuk menunjang inovasi tersebut. Dalam mengatasi keluhan konsumen dari dampak implementasi ide, Sneaklin memiliki prosedur yang harus dijalankan untuk mengatasi berbagai macam bentuk permasalahan dengan memberikan solusi yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa Sneaklin sudah mempersiapkan kemungkinan yang akan terjadi dari penerapan ide inovasi yang dilakukannya. Namun Sneaklin belum siap untuk mengambil resiko lebih tinggi dengan meminjam dana kepada pihak ke 3 untuk menunjang ide inovasi yang akan dilakukannya, karena tingkat keyakinan keberhasilan inovasi yang akan dibuatnya masih rendah. Sehingga dapat dikatakan, tingkat pengembangan yang dilakukan masih dalam lingkup kecil.

Pertumbuhan penjualan Sneaklin terus meningkat setiap tahunnya seiring dengan jumlah cabang yang terus bertambah. Dengan segmentasi utamanya mahasiswa, dirasa cukup sesuai dengan lokasi toko yang banyak mendekati lingkungan tersebut. Hambatan terkait penjualan yang dirasakan Sneaklin terkait faktor lokasi, cuaca dan promosi yang kurang tepat perlu dilakukan evaluasi yang tepat untuk mengatasi hambatan yang ada. Berdasarkan hasil lapangan terkait kekurangan manajerial inti, untuk saat ini hal tersebut dirasakan tidak menjadi masalah yang dapat mempengaruhi kinerja bisnisnya. Dilihat dari jumlah penjualan dan keadaan lokasi yang kecil, dengan cakupan 3 manajerial inti yang ada cukup bisa memaksimalkan setiap tugasnya. Namun jika Sneaklin tidak mengembangkan struktur manajerial inti pada bisnisnya, keadaan tersebut dapat menjadi masalah untuk kedepannya karena mengakibatkan bisnis tidak dapat bertumbuh lebih besar lagi terkait hambatan manajerial yang tidak fokus pada satu lingkup pekerjaan sehingga pekerjaan tidak termaksimalkan.

Berdasarkan kesimpulan hasil analisis perencanaan ide inovasi, maka disarankan agar Sneaklin lebih terstruktur dalam melakukan perencanaannya dengan membuat rencana kerja inovasi atau gambaran ide inovasi yang akan dilakukan. Hal tersebut diharapkan dapat menyempurnakan perencanaan ide inovasi dengan memperhatikan beberapa aspek penting. Memperkuat *brand awarness* Sneaklin sebagai jasa *laundry* sepatu pertama di Indonesia, karena model bisnis mudah ditiru sehingga akan semakin banyak pelaku usaha lain yang menjadi kompetitor. Maka dari itu dibutuhkan nilai tambah dari inovasi yang dimiliki sebagai penguatan *positioning* Sneaklin untuk membangun “citra merek” agar tetap selalu menjadi pilihan utama konsumennya.

Penelitian ini dilakukan pada satu objek jasa *laundry* sepatu yaitu Sneaklin, untuk mendapatkan gambaran keseluruhan mengenai inovasi dan kinerja bisnis di bidang jasa *laundry* sepatu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada beberapa objek yang sejenis untuk membandingkan bagaimana inovasi dan kinerja bisnis pada jasa *laundry* sepatu di Bandung maupun seluruh Indonesia. Karena perbandingan ini dapat memberikan gambaran yang lebih umum dan dapat digeneralisasi untuk fenomena yang sama di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2017). Kendala Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah 2015. [Online]. Tersedia <https://www.bps.go.id/index.php> [Diakses pada 25 Oktober 2017].
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). Kota Bandung dalam Angka 2017. [Online] Tersedia <https://bandungkota.bps.go.id/index.php/publikasi/224> [Diakses pada 26 Oktober 2017].
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Departemen Koperasi. (2017). *Kementrian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah Republik Indonesia*. Tersedia <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/> [20 September 2017.]
- Georgellis, Y., Joyce,P., & Woods,A. (2000). Entrepreneurial Action, Innovation and Business Performance: The Small Independent Business, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 7 Iss: 1 pp.7–17. Retrive From Emerald Database
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian Beserta Contoh Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sudarmanto. (2014). *Kinerja dan Pengembangan Kompensasi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses (Cetakan Keempat)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting*. Jakarta: LPE3S