

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Dan Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi yang dapat diterapkan guna meningkatkan efisiensi operasional dalam PT Prima Jaya. Dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), penelitian ini mengeksplorasi bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan proses bisnisnya melalui inovasi di berbagai aspek, seperti rantai pasok, logistik, dan manajemen pelanggan.

PT Prima Jaya berperan sebagai penghubung antara produsen, seperti peternak dan rumah pemotongan hewan, dengan berbagai pelanggan, seperti restoran, supermarket, dan pasar tradisional. Dalam operasionalnya, perusahaan ini menghadapi tantangan utama dalam hal manajemen stok, distribusi yang efisien, serta kontrol kualitas untuk menjaga kesegaran produk. Ketidakefisienan dalam aspek-aspek tersebut dapat berdampak pada biaya yang tinggi dan penurunan daya saing.

Dengan pendekatan Business Model Canvas, penelitian ini memetakan model bisnis perusahaan dalam sembilan elemen utama: proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Analisis ini membantu mengidentifikasi titik-titik kritis di mana inovasi dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Strategi inovasi yang diteliti meliputi penerapan teknologi dalam sistem manajemen rantai pasok, otomatisasi proses logistik untuk meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, serta diversifikasi model bisnis agar lebih adaptif terhadap permintaan pasar. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan manajer operasional, observasi langsung terhadap proses bisnis, serta analisis dokumen terkait. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk menemukan pola inovasi yang paling relevan dan aplikatif bagi perusahaan suplier daging.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam mengadopsi inovasi yang tepat guna, sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, serta memperkuat daya saing di industri suplier daging.

3.2. Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian

Tabel 3.1. Jadwal

Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Observasi Awal	☑					
2	Pengajuan Izin	☑	☑				
3	Persiapan Penelitian	☑	☑	☑			
4	Pengumpulan Data			☑	☑	☑	
5	Pengolahan Data				☑	☑	☑
6	Analisis Evaluasi					☑	☑
7	Penulisan Laporan						☑
8	Seminar Final						☑

Objek penelitian seluruh bagian gudang, pengiriman dan operasional dengan menggunakan pendekatan bisnis model canvas (BMC) dan berlokasi di Jl. Bungur Besar Raya No.90A 14, RT.14/RW.7, Gn. Sahari Sel., Kec. Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10610. Pemilihan CV. Prima Jaya yang berlokasi di jakarta pusat sebagai lokasi penelitian dalam analisis strategi inovasi untuk meningkatkan efisiensi operasional pada PT Prima Jaya didasarkan pada berbagai pertimbangan yang relevan dengan dinamika industri ini.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan kombinasi data kualitatif guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang strategi bisnis PT Prima Jaya. Data yang digunakan dikategorikan berdasarkan sumbernya menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Jenis: Data Kualitatif,

Berupa informasi deskriptif mengenai strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan PT Prima Jaya, diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik bisnis serta observasi langsung terhadap operasional usaha. Data ini mencakup analisis Segmen pelanggan, Saluran distribusi, hubungan pelanggan, Sumber daya utama, Kemitraan.

Sumber: Wawancara , Observasi

2. Data Sekunder:

Jenis: Data kualitatif

Sumber: Dokumen internal perusahaan PT Prima Jaya

Data mencakup: Struktur organisasi, jumlah karyawan, deskripsi pekerjaan

3.4. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan fokus pada pemilihan informan yang dianggap relevan dan memiliki pengetahuan langsung terkait strategi bisnis dan operasional PT Prima Jaya. Informan dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan mereka dalam aspek-aspek utama model bisnis perusahaan.

Terdapat sembilan orang informan, terdiri dari:

- Satu orang pemilik usaha (owner),
- Tujuh orang dari jajaran internal perusahaan (meliputi manajer operasional, produksi, keuangan, gudang, SDM, pemasaran, dan layanan pelanggan)
- Satu orang pelanggan tetap dari segmen Horeka.

Pemilihan informan didasarkan pada keterkaitannya dengan sembilan elemen utama dalam Business Model Canvas (BMC), yaitu:

- **Proposisi Nilai** – Wawancara dengan pemilik dan manajer untuk memahami inovasi yang diterapkan dalam meningkatkan nilai bagi pelanggan.
- **Segmen Pelanggan** – Pengambilan data dari berbagai segmen pelanggan, seperti restoran dan supermarket, untuk memahami kebutuhan mereka.
- **Saluran Distribusi** – Observasi terhadap sistem distribusi yang digunakan dan wawancara dengan mitra logistik.
- **Hubungan Pelanggan** – Wawancara dengan pelanggan dan bagian layanan pelanggan untuk memahami strategi dalam mempertahankan hubungan bisnis.
- **Sumber Pendapatan** – Analisis terhadap laporan keuangan dan wawancara dengan manajer terkait struktur pendapatan bisnis.
- **Sumber Daya Utama** – Wawancara dengan manajer operasional untuk memahami peran teknologi, tenaga kerja, dan infrastruktur dalam operasional bisnis.
- **Aktivitas Utama** – Observasi langsung terhadap proses produksi, pengelolaan stok, dan sistem distribusi
- **Kemitraan Kunci** – Wawancara dengan pemasok daging, distributor, dan penyedia layanan logistik.

3.5. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan disusun berdasarkan elemen-elemen dalam Business Model Canvas (BMC) untuk menganalisis strategi inovasi dalam meningkatkan efisiensi operasional pada perusahaan suplier daging. Setiap variabel dijelaskan melalui indikator yang diukur dengan pendekatan kualitatif.

1. Variabel Independen: Strategi Inovasi

Strategi inovasi dalam perusahaan suplier daging dianalisis berdasarkan elemen-elemen Business Model Canvas (BMC) sebagai berikut:

Tabel 3.2. Operasional Tabel Penelitian

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Metode Pengukuran
Proposisi Nilai	Diversifikasi produk dan layanan	Inovasi dalam jenis produk daging yang ditawarkan, termasuk produk olahan dan layanan tambahan seperti pemrosesan pesanan khusus	Wawancara dengan pemilik bisnis dan pelanggan
Proposisi Nilai	Peningkatan kualitas produk	Penggunaan teknologi atau metode baru dalam pengolahan dan penyimpanan daging	Observasi dan analisis dokumen perusahaan
Segmen Pelanggan	Target pasar yang diperluas	Perubahan atau penyesuaian dalam segmentasi pelanggan untuk meningkatkan jangkauan pasar	Wawancara dengan tim pemasaran
Segmen Pelanggan	Kustomisasi layanan	Personalisasi layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Observasi interaksi dengan pelanggan
Saluran Distribusi	Penggunaan teknologi dalam distribusi	Implementasi sistem digital dalam pemesanan, pelacakan, dan pengiriman produk	Observasi dan wawancara dengan manajer logistik
Saluran Distribusi	Efisiensi rantai pasok	Optimalisasi jalur distribusi untuk mengurangi waktu dan biaya pengiriman	Analisis laporan operasional
Hubungan Pelanggan	Strategi komunikasi dan layanan pelanggan	Inovasi dalam metode komunikasi dengan pelanggan,	Wawancara dengan pelanggan dan tim layanan pelanggan

		seperti layanan pelanggan digital	
Sumber Pendapatan	Model bisnis baru	Penggunaan metode pembayaran atau model harga yang lebih fleksibel	Wawancara dengan pemilik bisnis
Sumber Daya Utama	Pemanfaatan teknologi	Penggunaan perangkat lunak atau teknologi baru dalam operasional bisnis	Observasi dan analisis dokumen
Aktivitas Utama	Efisiensi dalam operasional	Perubahan dalam sistem kerja untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya	Wawancara dengan karyawan dan manajer operasional
Kemitraan Kunci	Kerjasama dengan pemasok dan distributor	Adanya inovasi dalam hubungan dengan mitra bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional	Wawancara dengan pemasok dan distributor
Struktur Biaya	Optimalisasi biaya operasional	Strategi dalam pengelolaan anggaran untuk meningkatkan efisiensi tanpa mengurangi kualitas produk	Analisis laporan keuangan perusahaan

2. Variabel Dependen: Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional diukur dengan menilai bagaimana strategi inovasi dalam elemen-elemen BMC berkontribusi terhadap pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.3. Efisiensi Operasional Tabel Penelitian

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Metode Pengukuran
Efisiensi Operasional	Pengurangan biaya produksi dan distribusi	Evaluasi terhadap biaya yang dikeluarkan	Analisis laporan keuangan dan wawancara

		sebelum dan sesudah implementasi inovasi	dengan manajer keuangan
Efisiensi Operasional	Peningkatan produktivitas	Evaluasi perubahan dalam kecepatan pemrosesan dan distribusi daging	Observasi langsung dan wawancara dengan karyawan
Efisiensi Operasional	Kepuasan pelanggan	Penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan	Wawancara dengan pelanggan dan analisis ulasan pelanggan

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan deskriptif kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi inovasi dalam meningkatkan efisiensi operasional pada perusahaan suplier daging. Data dikumpulkan dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara akan dilakukan dengan manajer operasional, pemilik PT Prima Jaya, serta karyawan yang terlibat dalam proses inovasi dan efisiensi operasional. Pertanyaan dalam wawancara akan difokuskan pada implementasi strategi inovasi dan dampaknya terhadap efisiensi bisnis.

- Observasi Langsung

Observasi langsung dilakukan di lokasi operasional PT Prima Jaya untuk memahami alur kerja, penggunaan teknologi, serta hambatan dalam proses bisnis yang dapat dioptimalkan melalui inovasi.

- Angket (Kuesioner)

Pengumpulan data untuk memperoleh informasi sistematis dan terstruktur dari responden. Metode ini dipilih karena efisiensinya dalam menjangkau banyak responden serta kemampuannya mengumpulkan data yang dapat dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai bahan pendukung dalam penelitian untuk memberikan konteks terhadap temuan dari data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang kredibel, antara lain:

- Dokumentasi Perusahaan

Studi terhadap dokumen internal perusahaan, seperti laporan keuangan, laporan operasional, serta kebijakan strategi bisnis yang telah diterapkan sebelumnya. Analisis ini membantu dalam menilai dampak inovasi terhadap efisiensi operasional dari segi biaya dan produktivitas.

- Kajian Literatur dan Riset Terdahulu

Studi literatur dilakukan dengan meninjau penelitian sebelumnya, jurnal ilmiah, serta buku yang membahas inovasi bisnis dan efisiensi operasional dalam industri suplier daging. Literatur ini digunakan untuk membandingkan temuan penelitian dengan teori yang ada

- Sumber Data Publik

Data dari lembaga resmi seperti kementerian terkait, asosiasi industri daging, serta laporan tren pasar digunakan untuk memahami dinamika industri dan kebijakan yang mempengaruhi operasional perusahaan suplier daging.

3.7. Metode Pengolahan Data / Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk menginterpretasikan hasil penelitian secara sistematis guna memahami analisis strategi bisnis untuk meningkatkan efisiensi pada PT Prima Jaya berdasarkan analisis Bisnis Model Canvas (BMC).

1. Pengolahan Data

Proses pengolahan data dilakukan melalui tahapan berikut agar data dapat dianalisis secara sistematis berdasarkan elemen-elemen BMC:

- Transkripsi Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan Focus Group Discussion (FGD) ditranskripsikan untuk menangkap informasi yang diperoleh dari responden.

Setiap hasil wawancara dan observasi dicatat secara rinci agar tidak ada informasi yang terlewat.

- Kategorisasi Data Berdasarkan Elemen BMC

Setelah transkripsi, data dikategorikan ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) sebagai berikut:

1. Customer Segments (Segmen Pelanggan): Mengelompokkan informasi tentang perubahan dalam target pasar dan segmen pelanggan akibat inovasi yang diterapkan.
2. Value Propositions (Proposisi Nilai): Mengidentifikasi inovasi produk, layanan, atau proses yang meningkatkan nilai bagi pelanggan dan efisiensi operasional.
3. Channels (Saluran): Menganalisis bagaimana perusahaan menyalurkan produk atau layanannya, termasuk perubahan dalam distribusi dan pemasaran akibat inovasi.
4. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan): Mengevaluasi strategi baru dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas.
5. Revenue Streams (Sumber Pendapatan): Menganalisis bagaimana inovasi berkontribusi terhadap pendapatan perusahaan, baik melalui peningkatan volume penjualan maupun efisiensi biaya.
6. Key Resources (Sumber Daya Utama): Meneliti perubahan dalam pemanfaatan sumber daya, seperti teknologi, tenaga kerja, dan bahan baku, yang mendukung inovasi dan efisiensi.
7. Key Activities (Kegiatan Utama): Mengevaluasi aktivitas operasional utama yang mengalami perubahan akibat inovasi, seperti proses produksi, distribusi, dan pengelolaan rantai pasok.
8. Key Partnerships (Kemitraan Utama): Mengkaji bagaimana kemitraan dengan pemasok, distributor, atau pihak lain dapat meningkatkan efisiensi dan mendukung inovasi.

9. Cost Structure (Struktur Biaya): Menganalisis dampak inovasi terhadap struktur biaya perusahaan, termasuk potensi pengurangan biaya operasional atau investasi dalam teknologi baru.

- Reduksi Data

Setelah dikategorikan, data yang tidak relevan dengan fokus penelitian dieliminasi agar hanya informasi yang memiliki nilai analitis tinggi yang digunakan dalam proses selanjutnya.

- Penyajian Data

Data yang telah melalui proses reduksi disajikan dalam bentuk narasi yang jelas, tabel yang menggambarkan perubahan dalam model bisnis, serta diagram yang memperlihatkan hubungan antara elemen-elemen inovasi dan efisiensi operasional.

2. Analisis Data

Untuk memperkuat analisis dalam kerangka Business Model Canvas (BMC), data hasil wawancara dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali pandangan dan pengalaman yang relevan terhadap strategi bisnis dan efisiensi operasional perusahaan.

Proses analisis dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi Pernyataan Relevan.

Setiap pernyataan dari hasil wawancara diseleksi untuk menemukan informasi yang berhubungan langsung dengan elemen-elemen BMC, seperti saluran distribusi, proposisi nilai, sumber daya utama, dan struktur biaya.

2. Kategorisasi Berdasarkan Elemen BMC

Informasi yang telah diidentifikasi kemudian dikategorikan ke dalam sembilan elemen BMC. Hal ini mempermudah pemetaan data sesuai fokus penelitian, sehingga setiap elemen model bisnis dapat dianalisis secara terarah berdasarkan bukti lapangan.

3. Analisis

Setelah dikategorikan, isi wawancara dianalisis secara kontekstual untuk memahami hubungan antara strategi yang diterapkan dan

dampaknya terhadap efisiensi operasional. Penafsiran dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi aktual dan dinamika internal perusahaan.

4. Integrasi

Hasil wawancara tidak berdiri sendiri, tetapi diintegrasikan dengan temuan dari observasi, dokumentasi, Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana inovasi dalam setiap elemen BMC mendukung peningkatan efisiensi bisnis.

Setelah data diolah, analisis dilakukan untuk memahami bagaimana strategi inovasi yang diterapkan berdampak pada efisiensi operasional PT Prima Jaya. Untuk itu, beberapa proses analisis sebagai berikut:

- Analisis Perubahan dalam Elemen BMC

Setiap elemen BMC dianalisis untuk mengidentifikasi perubahan akibat inovasi dan bagaimana perubahan tersebut mempengaruhi efisiensi operasional. Sebagai contoh, penerapan teknologi dalam key activities dapat mengurangi biaya dalam cost structure, atau strategi pemasaran digital dalam channels dapat meningkatkan jangkauan pelanggan di customer segments.

- Analisis Hubungan Antarelemen BMC

Keterkaitan antara elemen-elemen BMC dianalisis untuk memahami bagaimana inovasi di satu aspek bisnis mempengaruhi aspek lainnya. Misalnya, peningkatan dalam value propositions seperti penggunaan daging organik atau layanan pengiriman cepat dapat berdampak pada customer relationships dan meningkatkan revenue streams. Analisis ini membantu mengidentifikasi pola perubahan yang terjadi dalam model bisnis secara menyeluruh.

- Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah Inovasi

Untuk memahami efektivitas strategi inovasi, dilakukan perbandingan antara kondisi operasional sebelum dan sesudah inovasi diterapkan. Data operasional dianalisis untuk melihat apakah terjadi peningkatan produktivitas, pengurangan biaya, atau peningkatan kepuasan pelanggan akibat inovasi yang dilakukan.

- Analisis Kualitatif Berdasarkan Temuan Lapangan

Hasil wawancara dan observasi dianalisis untuk menemukan tema utama yang muncul dalam penerapan inovasi. Misalnya, jika mayoritas responden menyatakan bahwa otomatisasi sistem pengelolaan stok membantu mengurangi pemborosan bahan baku, maka hal ini dikaitkan dengan efisiensi pada key resources dan cost structure.

- Analisis Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan kepada manajemen, karyawan, dan mitra strategis untuk memperoleh wawasan langsung mengenai dampak inovasi terhadap efisiensi bisnis. Hasil wawancara dianalisis dengan pendekatan tematik, yaitu mengidentifikasi tema-tema utama yang sering muncul dalam pernyataan responden. Hasil ini selanjutnya dikaitkan langsung dengan masing-masing elemen BMC untuk melihat bagaimana pandangan subjektif responden memperkuat analisis objektif dari data lain. Temuan dari wawancara juga digunakan untuk mengklarifikasi data observasi serta memperdalam interpretasi atas perubahan strategi yang terjadi di perusahaan.

- Interpretasi dan Penarikan Kesimpulan

Setelah seluruh elemen BMC dianalisis, dilakukan interpretasi untuk memahami bagaimana inovasi yang diterapkan berkontribusi terhadap efisiensi operasional PT Prima Jaya. Kesimpulan dibuat berdasarkan hubungan antara strategi inovasi dan perubahan dalam proses bisnis, serta dampaknya terhadap efisiensi biaya, peningkatan produktivitas, dan daya saing perusahaan.

3. Penggunaan Software NVivo

Sebagai langkah untuk meningkatkan keakuratan dan keteraturan dalam analisis data kualitatif, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak bantu analisis kualitatif, yaitu **NVivo**. Aplikasi ini berfungsi untuk membantu peneliti dalam mengelola, mengkode, dan menganalisis data teks dari hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi lainnya secara lebih efisien dan sistematis. Penggunaan NVivo menjadi penting dalam mendukung kerangka Business Model Canvas (BMC), terutama karena struktur analisis yang kompleks memerlukan alat bantu

yang mampu menghubungkan data temuan dengan elemen-elemen model bisnis secara terorganisir.

a. Proses Pengunggahan dan Pengorganisasian Data

Tahap awal yang dilakukan adalah mengunggah (mengimpor) seluruh dokumen hasil transkrip wawancara, catatan observasi, serta dokumen pendukung ke dalam sistem NVivo. Data tersebut kemudian diklasifikasikan dengan penamaan dan pelabelan yang sesuai, seperti sumber data, waktu pengumpulan, dan jenis informasi. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mempermudah proses pelacakan dan pengelompokan data saat proses analisis berlangsung

b. Penyusunan Kategori Kode Berdasarkan BMC

Setelah data terorganisir, peneliti membuat kategori analisis atau *node* sesuai dengan sembilan komponen utama dalam kerangka Business Model Canvas, antara lain: *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Pembuatan node ini berfungsi sebagai dasar pengkodean agar data lapangan dapat disesuaikan dengan fokus analisis strategi bisnis yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Proses Pengkodean Data

Pengkodean dilakukan dengan menggabungkan dua pendekatan, yakni *auto coding* dan *manual coding*. Fitur *auto coding* digunakan untuk menjaring secara otomatis kata kunci atau kalimat yang sering muncul, yang dianggap memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Sementara itu, *manual coding* dilakukan untuk menafsirkan makna secara lebih mendalam, terutama pada bagian-bagian data yang bersifat kualitatif naratif dan mengandung makna tersirat, seperti opini responden, pernyataan reflektif, atau penilaian terhadap strategi perusahaan.

d. Analisis Visual dan Hubungan Antartema

Setelah proses pengkodean selesai, NVivo digunakan untuk menampilkan hasil dalam bentuk visualisasi seperti *tree maps*, *word clouds*, dan model relasi antarkode. Visualisasi ini bertujuan untuk memperjelas keterkaitan antar elemen model bisnis, serta menunjukkan pola-pola tematik yang muncul dari data empiris. Dengan visualisasi ini,

peneliti lebih mudah dalam menemukan titik-titik hubungan antara strategi inovasi dengan efisiensi operasional perusahaan.

e. Analisis Tematik Berbasis Software

Tahapan akhir dari penggunaan NVivo adalah analisis tematik, yakni proses identifikasi tema-tema dominan yang muncul dari hasil pengkodean. Setiap tema yang muncul kemudian dipetakan ke dalam konteks masing-masing elemen BMC. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana setiap aspek strategi bisnis yang diidentifikasi oleh responden berkontribusi terhadap efisiensi operasional PT Prima Jaya, baik dari segi biaya, waktu, produktivitas, maupun kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, penggunaan NVivo dalam penelitian ini memperkuat proses analisis kualitatif dengan menghadirkan metode yang sistematis, terstruktur, dan transparan. Software ini membantu peneliti dalam mengelola data kompleks dan menghasilkan interpretasi yang lebih tajam terhadap hubungan antara inovasi bisnis dan peningkatan efisiensi operasional perusahaan.