

PENTINGNYA INOVASI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM KEBERAGAMAN DUNIA BISNIS

Siti Annisa Parinda (EM22102536), Melina (EM22102533),
Silfi Ratna Sari (EM22102498), Khomsatun Hasanah (EM22102493),
Atina Amalia Sulha (EM22102571)
Universitas Pandanaran

ABSTRAKSI

Proses peralihan bisnis dari konvensional menjadi digital menyebabkan perusahaan perlu memikirkan langkah strategis untuk membuat bagaimana proses bisnis yang ada di dalamnya menjadi berkelanjutan. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi pada bidang pemasaran yang mengubah cara pengerjaan suatu pekerjaan dari cara konvensional mengarah kepada teknologi digital dengan memanfaatkan e-commerce. Pertumbuhan penggunaan internet yang semakin pesat sejak tahun 2017 menjadi faktor utama pergeseran perilaku belanja masyarakat menjadi lebih dinamis, dimana konsumen menginginkan distribusi produk yang lebih cepat dengan hasil yang lebih baik. Pemanfaatan teknologi e-commerce sebagai solusi alternatif dalam melakukan inovasi pada strategi pemasaran dengan tujuan untuk menjangkau potensi pasar yang lebih besar.

Kata kunci : inovasi, teknologi, bisnis

PENDAHULUAN

Keberadaan dan pemanfaatan internet semakin tidak terhindarkan lagi bahkan telah masuk pada berbagai bidang kehidupan. Penggunaannya pun tidak mengenal waktu, usia maupun latar belakang seseorang. Semua orang dapat menggunakan internet, termasuk wirausahawan dalam upaya perkembangan usaha bisnisnya.

Peran teknologi informasi bagi seorang pengusaha dapat mengefisienkan waktu dalam berbisnis, berbagai informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dengan mudah guna kemajuan bisnisnya selain itu teknologi informasi juga dapat digunakan untuk membangun kolega. Teknologi informasi dapat digunakan untuk membuat inovasi dan ide-ide agar produk yang dihasilkan dapat mengikuti tren. Saat ini semua bisnis online menggunakan teknologi informasi sehingga dapat

menembus pasar dengan lebih mudah, cepat serta dapat mencapai sasaran yang luas.

PEMBAHASAN

Inovasi

Menurut Dhewanto et al. (2015:40), inovasi biasanya mengacu pada kata sifat seperti: memperbaharui, mengubah, atau membuat proses maupun produk, serta secara dalam melakukan sesuatu sehingga menjadi lebih efektif. Dalam konteks bisnis atau usaha, hal ini bisa berarti menerapkan ide-ide baru, meningkatkan layanan yang ada, serta membuat produk lainnya yang lebih dinamis. Inovasi yang dimaksud mencakup inovasi produk, inovasi jasa dan inovasi proses.

Reguia (2014) mengatakan bahwa inovasi produk adalah pengembangan produk baru, membuat perubahan dalam desain produk saat ini atau menggunakan teknik baru. Sedang inovasi proses adalah implementasi produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru atau peningkatan secara signifikan. Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya (Hassan, Shaukat, Nawaz, & Naz, 2013:246). Sedangkan inovasi jasa adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja pelayanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada (Antanegoro, Surya, & Sanusi, 2017). Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses atau inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas (Hartini, 2012).

Teknologi

Teknologi informasi mengandung dua kata teknologi dan informasi, yang masing-masing artinya berbeda satu dengan yang lain Saat ini teknologi informasi telah menjadi satu makna. Walaupun demikian arti teknologi adalah suatu alat yang mampu untuk mempermudah atau memperlancar suatu pekerjaan. Alat dalam suatu teknologi dapat berupa perangkat, baik perangkat keras maupun

perangkat lunak. Perangkat keras dapat berupa mesin, alat, komputer dan lain sebagainya. Sedangkan perangkat lunak dapat berupa software maupun prosedur-prosedur atau aturan-aturan yang ada.

Teknologi yang digunakan dalam teknologi informasi adalah teknologi komputer, teknologi telekomunikasi dan teknologi yang mampu memberikan nilai tambah untuk suatu organisasi (Hastha Dewa Putranta, 2004 : 24). Sedangkan informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat untuk mengambil keputusan saat ini atau masa yang akan datang (Aji Supriyanto, 2005 : 243).

Selanjutnya definisi teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu untuk bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi (Haag dan Keen, 1996) dan teknologi informasi adalah tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi (Martin, 1999). Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video (Williams dan Sawyer, 2003) dalam (Abdul Kadir dan Terra, 2003 : 2). Menurut Undang Undang RI tentang ITE, teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi (2008 : 2).

Teknologi informasi merupakan kesatuan dari perangkat keras, perangkat lunak, brainware (SDM), mekanisme, prosedur, peraturan, teknik pengolahan, teknologi dan komponen lainnya yang berhubungan dengan proses pengolahan data sampai dengan penyebaran informasi. Secara sederhana, teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai suatu teknologi yang berfungsi untuk menghasilkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan informasi tersebut dengan berbagai bentuk media dan format (image, suara, text, motion pictures, dsb). Jadi definisi tersebut diatas menunjukkan bahwa teknologi informasi baik secara implisit maupun eksplisit tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup

teknologi telekomunikasi atau dengan kata lain teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi.

Persaingan

Pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan guna menjaga eksistensi usahanya. Segala strategi dijalankan agar bisnisnya tetap hidup dan berjangka waktu lama. Pelaku usaha menggabungkan bauran pemasaran atau marketing mix berupa harga/price, promosi/promotion, saluran distribusi/place serta melakukan inovasi produk/product untuk bertahan. Situasi ini menyebabkan para pelaku bisnis saling bersaing serta berusaha memenangkan persaingan.

Oleh karena, persaingan dalam usaha merupakan hal yang biasa terjadi, bahkan dapat dikatakan persaingan dalam dunia usaha itu merupakan *condition sine qua non* atau persyaratan mutlak bagi terselenggaranya ekonomi pasar, walaupun diakui bahwa adakalanya persaingan usaha itu sehat dan dapat juga tidak sehat. Persaingan usaha yang sehat akan memberikan akibat positif bagi para pelaku usaha, sebab dapat menimbulkan motivasi atau rangsangan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi, dan kualitas produk yang dihasilkannya. Selain menguntungkan bagi para pelaku usaha, tentu saja konsumen memperoleh manfaat dari persaingan usaha yang sehat itu, yaitu adanya penurunan harga, banyak pilihan produk ditawarkan ke pasar, kemudahan untuk memperoleh produk dan peningkatan kualitas produk (Nugroho, 2012). Sebaliknya persaingan menjadi tidak sehat apabila pelaku usaha melakukan “kejahatan bisnis” untuk membunuh pesaing.

Keberagaman Dalam Dunia Bisnis

Dalam dunia bisnis keberagaman usaha telah mengalami perkembangan yang begitu pesat, tetapi lebih terfokus pada pengembangan bisnis berbasis digital dengan menggunakan internet. Di zaman sekarang, internet menjadi mekanisme komunikasi yang kuat dan bisa memfasilitasi penyempurnaan dan pengolahan transaksi bisnis. Hal ini telah menyebabkan perubahan substansial dalam industri.

Pemanfaatan internet dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan istilah ‘electronic commerce’.

Definisi electronic commerce (e-commerce) menurut Laudon & Laudon (2009) adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik dimana komputer sebagai perantara transaksi bisnis. E-commerce berguna dalam mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis, dan meningkatkan hubungan dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan. Lebih lanjut, e-commerce berarti transaksi *paperless* dimana inovasi seperti pertukaran data elektronik, surat elektronik, papan buletin elektronik, transfer dana elektronik dan teknologi berbasis jaringan lainnya diterapkan berdasarkan jaringan.

E-commerce adalah strategi komersial baru yang mengarah pada peningkatan kualitas produk dan layanan dan perbaikan di tingkat layanan penyediaan, sementara link persyaratan organisasi, pemasok, dan konsumen mengarah ke efisiensi biaya (Shaw, 2012). Artian yang lain dari E-commerce adalah pendekatan baru dalam dunia bisnis secara elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Dengan cara ini proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer dan internet (Turban et al., 2006).

Pentingnya Inovasi Dan Pemanfaatan Teknonogi Dalam Persaingan Dunia Bisnis

Bagi perusahaan kecil (small business) inovasi merupakan jantung bagi kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka (Hadiyati, 2012). Inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia (Scarborough & Cornwall, 2016:57). Kunci untuk dapat bertahan, tumbuh, dan tetap memperoleh keuntungan adalah dengan terus menerus melakukan inovasi, mengembangkan produk dan proses baru (Hartman, Tower dan Sebor dalam Indriani & Prasetyowati, 2008).

Georgellis, Joyce dan Woods dalam Hadiyati mengatakan bahwa bisnis entrepreneurial melalui kemampuannya dalam menyusun rencana ke depan,

kemampuan dalam berinovasi dan keberanian untuk mengambil resiko akan memudahkan pelaku bisnis dalam berinovasi, berkembang, tumbuh dan sukses. Dengan demikian inovasi merupakan karakteristik kunci dari sebuah bisnis entrepreneurial yang akan mempengaruhi kinerja bisnisnya.

Pada era digital sekarang ini teknologi informasi memiliki kekuatan untuk mengembangkan industri dan mentransformasikan bagaimana bisnis itu dijalankan. Berbagai perusahaan terkemuka telah memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan pemikiran ulang strategi bisnis. Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi memiliki peran penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan pada masyarakat.

Teknologi informasi telah dimanfaatkan oleh pihak- pihak yang dapat melihat peluang bisnis dari teknologi tersebut, Peranan teknologi informasi secara tidak langsung telah membuat bisnis online berkembang. Karena dengan teknologi ini, bisa diketahui bagaimana cara kerja bisnis online, bagaimana cara berkomunikasi, mendisain tampilan, memberikan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan agar para pelanggan mudah untuk melakukan kegiatan jual beli.

Mereka yang mengerti bisnis dapat melihat peluang yang baik pada bisnis online, karena keuntungan yang bisa diperoleh. Para pelaku bisnis tidak perlu mencari tempat usaha, tidak perlu merekrut karyawan, dapat menawarkan produk atau jasa yang dihasilkan setiap saat tanpa terhalang ruang dan waktu serta masih banyak lagi keuntungannya. Sehingga berbisnis online hanya memerlukan komputer dan koneksi internet yang stabil.

Dengan demikian dapat dikatakan Teknologi Informasi berperan penting dalam perkembangan bisnis online di Indonesia yang juga dapat meningkatkan perekonomian di negara ini. Teknologi Informasi atau yang biasa disebut TI telah banyak berperan penting dalam bidang komunikasi, kedokteran, maupun perekonomian. Pada bidang komunikasi, tercipta alat komunikasi berupa telepon, fax dan internet. Orang- orang dapat berkomunikasi secara langsung walaupun

jauhnya jarak yang memisahkan. Pada bidang kedokteran, banyak tercipta teknologi-teknologi canggih untuk penyembuhan dan pengobatan pasien. Sedangkan pada bidang perekonomian, mendorong semakin berkembangnya bisnis online melalui layanan internet, iklan produk atau jasa menggunakan blog, website maupun situs jejaring sosial seperti facebook, instagram dan lain lain.

Contoh Inovasi Dan Pemanfaatan Teknologi Dalam Keberagaman

Dunia Bisnis.

1. Shopee

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang website dan aplikasi e-commerce secara online, Shopee memberikan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui pembayaran dan dukungan pemenuhan yang kuat bagi pelanggan. Pada awalnya Shoppe mengusung mobile market place bisnis Customer to Customer (C2C) namun kemudian beralih menjadi model hibrid dan saat ini Shoppe dijadikan sebagai Business to Customer (B2C). Shopee percaya belanja online harus mudah, praktis dan menyenangkan yang dapat diakses melalui smartphone, baik itu menggunakan aplikasi maupun mengunjungi website Shopee.

Baru-baru ini shopee meluncurkan fitur terbaru yaitu SeaBank,

Apa itu SeaBank?



SeaBank adalah perbankan digital berbasis aplikasi yang memberikan pengalaman mudah dan nyaman dalam melakukan transaksi, serta mengatur keuangan melalui *smartphone*. Melalui SeaBank maka dapat melakukan transaksi, sekaligus dapat menerima saldo dari sesama rekening SeaBank dan rekening bank lain. Aplikasi SeaBank merupakan produk dari PT. Bank Seabank

Indonesia yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta merupakan peserta penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Tujuan diciptakan fitur SeaBank, agar shopee lebih gesit dan mampu bergerak untuk jangka panjang juga menjadi contoh bank digital yang berhasil memanfaatkan ekosistem yang dimiliki Sea bank Indonesia dan shopee bekerja sama mengembangkan paylater

Keuntungan Menggunakan SeaBank

1. Fleksibilitas tabungan tanpa saldo minimum dan biaya penalti
2. Bunga tabungan yang kompetitif 5% per tahun tanpa saldo minimum dan dibayarkan setiap hari
3. Bunga deposito tinggi 7% per tahun dan cair setiap bulan
4. Gratis biaya admin
5. Gratis biaya transfer ke semua bank 100 kali per bulan
6. Gratis biaya admin untuk *top up* e-wallet 100 kali per bulan
7. Gratis biaya penarikan Saldo Penjual

2. Kaldu Sari Nabati (Richeese)

Didirikan pada tahun 1993 dengan nama PT. Nabati Jaya Indonesia. Pada awal mulanya Nabati hanya bergerak di bisnis makanan ringan dengan skala industri rumah tangga. Saat itu, Nabati mulai memproduksi produk pertamanya yaitu Nabati Chocolate Coated Wafer. Tetapi seiring berjalannya waktu Richeese berinovasi dengan berbagai jenis produk makanan yang cukup menarik perhatian masyarakat. Richeese Factory tidak hanya bergerak dalam bisnis makanan ringan atau snack melainkan juga bergerak dalam industri kuliner yakni memproduksi Richeese Fried Chicken dalam tiga varian rasa meliputi Richicken, Hot & Spicy Chicken dan Fire Chicken.

Di tengah persoalan kenaikan harga mie instan, perusahaan produk makanan PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia (Nabati) justru mengeluarkan produk baru yang diberi nama "Richeese Nabati Mi Instan. Nabati mengeluarkan empat varian produk Richeese Nabati Mi Instan, sebagai berikut :

1. Richeese Nabati Mi Instan Ramen Keju (Mi Kuah)
2. Richeese Nabati Mi Instan Mi Goreng Keju Level 0
3. Richeese Nabati Mi Instan Mi Goreng Keju Pedas Level 3
4. Richeese Nabati Mi Instan Mi Goreng Keju Pedas Level 5



3. Gojek



Awal Mula Berdirinya Gojek

Bila berbicara mengenai awal mula berdirinya Gojek, mungkin banyak orang yang akan langsung teringat dengan nama Nadiem Makarim. Sejarah Gojek awalnya memang dimulai dari keresahan sang pendiri, Nadiem Makarim yang tiap harinya menggunakan jasa ojek untuk berangkat kerja.

Nadiem melihat jika sebagian besar pengemudi ojek menghabiskan waktu mangkal menunggu penumpang. Disamping itu, Nadiem juga menilai kalau transportasi ojek ini masih cukup langka bila dibandingkan dengan transportasi

lainnya. Atas keresahannya inilah, Nadiem mulai melihat adanya peluang untuk mengembangkan layanan bagi pengemudi dan penumpang ojek. Sehingga, setelah banyak pertimbangan dan penyusunan strategi, Nadiem mulai mendirikan Gojek di tanggal 13 Oktober 2010.

Kisah sukses Gojek bermula dari hanya 20 pengemudi pada saat itu. Selain itu, Gojek juga belum mengeluarkan aplikasi dan hanya mengandalkan call center sebagai penghubung antara penumpang dan pengemudi. Lalu, di pertengahan tahun 2014, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran pendanaan atau investasi. Dari situ, tepat pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek akhirnya berhasil meluncurkan aplikasi untuk Android dan iOS. Sistem pemesanan menggunakan *call center* pun tidak lagi digunakan.

GO-JEK adalah pelopor aplikasi ojek online di Indonesia. Bisa dibayangkan bahwa GO-JEK adalah layanan ojek online yang saat ini menjadi yang terbesar di Indonesia. Semenjak kemunculan GO-JEK, semakin banyak aplikasi ojek online lainnya yang bermunculan. Aplikasi ini menyediakan layanan GO-RIDE untuk mengantar penumpang ke tempat tujuan, GO-FOOD untuk membelikan makanan yang diinginkan oleh pengguna, GO-TIX untuk membeli tiket bioskop atau pertunjukan lainnya. Sementara itu, GO-SEND dapat diandalkan untuk mengirim barang, dan GO-MART untuk berbelanja apa saja kebutuhan pengguna aplikasi GO-JEK.

4. Inovasi perbankan melalui bank digital

➤ Bank BRI

Bank BRI/PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terus mengembangkan Super Apps BRI yang bernama BRImo demi membantu nasabah dalam melakukan berbagai aktivitas perbankan. Terbaru, BRImo menghadirkan terobosan yang terbaru demi memberikan kemudahan bagi nasabah jika terjadi kendala dalam bertransaksi BRI bernama *Complain in Apps*

BRI Mobile Banking 'BRImo' merupakan Aplikasi Keuangan Digital Bank BRI Terbaru berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah maupun non nasabah BRI.



➤ **Bank BCA**

Bank BCA PT. Bank Central Asia Tbk. (BBCA) berupaya untuk terus berinovasi dan memberikan layanan digital yang andal kepada para nasabah agar nasabah dapat menikmati transaksi secara cepat, mudah, aman, dan nyaman

Salah satu inovasi terbaru BCA adalah layanan VIRA atau *Virtual Assistant Chat Banking* BCA yang dapat diakses melalui beberapa aplikasi chat populer, yaitu Facebook Messenger, LINE dan Kaskus Chat. Hanya dengan menambahkan akun resmi BCA, yaitu: “Bank BCA”, di Facebook Messenger, LINE dan Kaskus Chat, para nasabah kini dapat mengakses VIRA kapanpun dan dimanapun untuk mengetahui informasi terkini seputar promo-promo yang ada di BCA, mencari lokasi ATM BCA terdekat, mengetahui kurs terkini, daftar Kartu Kredit dan KPR secara online, cek saldo dan mutasi rekening, serta cek sisa limit, tagihan dan histori kartu kredit.

“Layanan VIRA merupakan salah satu contoh inovasi terbaru BCA menggunakan teknologi kecerdasan buatan agar nasabah dapat memperoleh informasi secara mudah, tanggap, dan responsive.



5. Inovasi Oreo dalam dunia Bisnis

Oreo X Supreme

Dua tahun lalu, oreo merilis produk kolaborasinya bersama supreme, perusahaan street wear besar di New York, Amerika Serikat. Biskuit Oreo Supreme berwarna merah lengkap dengan tulisan supreme di atasnya sedangkan krimnya tetap putih seperti biasa. Harga Oreo Supreme diketahui mencapai 18.000 dolar Amerika Serikat atau kini setara dengan Rp 283 juta per bungkus.



Oreo X Lady Gaga

Selanjutnya, oreo juga pernah melakukan kolaborasi dengan penyanyi ternama dunia, Lady Gaga pada 2020 lalu. Bertema Chromatica, biskuit Lady Gaga berwarna merah muda keemasan dengan isi krim keju.



Oreo X Game of Thrones

Perilisan Oreo X Game of Thrones berlangsung pada April 2019, seperti dikutip Insider. Biskuit bertema Game of Thrones ini digambar dengan lambang keluarga House Lannister, House Targaryen, dan House Stark atau dengan profil Night King. Cita rasanya seperti Oreo klasik, biskuit coklat dengan krim vanila. Hanya saja, tiga dari cookies menampilkan lambang keluarga dari rumah-rumah besar yang bersaing untuk Iron Throne.



Oreo X Blackpink

Terbaru, Oreo Indonesia diketahui berkolaborasi dengan Blackpink, merilis biskuit berwarna merah muda dan hitam. Oreo Blackpink dijual per paket isi enam bungkus, pembeli akan mendapatkan satu photocard individu anggota atau grup Blackpink acak setiap bungkusnya.



6. Inovasi Tokopedia (Fitur Terbaru)

NFC sebagai informasi Tokopedia menjadi perusahaan e-commerce pertama yang menghadirkan fitur NFC sejak tahun 2018 lalu. Dengan fitur ini, pengguna perangkat Android bisa membeli dan update saldo kartu e-money (uang elektronik) dengan lebih mudah dan cepat di aplikasi Tokopedia. Sebagai contoh “Misalnya kita lagi di tol, ternyata belum isi e-money maka tidak perlu khawatir, tinggal membuka aplikasi Tokopedia dan bisa langsung isi saldo langsung di smartphone yang memiliki NFC



7. Inovasi Tiktok Shop



Tiktok merupakan salah satu aplikasi sosial media berbasis video singkat yang populer di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Banyaknya pengguna tik- tok, membuat aplikasi ini berpikir untuk meluncurkan fitur baru yang pastinya akan disukai para penggunanya. Fitur tersebut adalah Tiktok Shop.

Perusahaan Tiktok menjadikan Tiktok Shop sebagai solusi, fitur, dan juga alat yang bisa memberikan peluang usaha bagi siapa saja, yang ingin fokus berjualan online. Fitur ini dapat ditemukan di bagian profil akun Tiktok, dengan ikon sebuah tas belanja.

Melalui tik tok shop, orang dapat berbelanja online seperti lewat e-commerce pada umumnya. Mereka juga bisa melakukan pembayaran dengan metode transfer atau lewat COD (*cash on delivery*). Ringkasan Platform Tiktok kini bisa digunakan sebagai alternatif baru berjualan online yang menguntungkan. Selain itu, keunggulan yang dimiliki media ini tentunya menjadikan para pebisnis online lebih mudah dalam memasarkan produk dan jasa mereka.

Jika sudah banjir orderan, serahkan saja semuanya ke Accurate Online. Software Akuntansi dan bisnis Accurate Online ini akan memudahkan dalam mengurus pembukuan keuangan, mensinkronkan stok barang yang dimiliki, hingga menyusun laporan penjualan bisnis ini secara otomatis. Segera beralih ke Accurate online dimana semua orang bisa mencoba secara gratis sekarang juga untuk 30 hari, melalui tautan ini

Keunggulan Berjualan di Tiktok Shop

1. Aplikasi Sosial Media yang Bisa Sambil Belanja
2. Basis pengguna Aktif yang Banyak
3. Memperluas Pasar Bisnis

PENUTUP

Simpulan

Pada akhirnya tujuan dari inovasi yaitu untuk membuat suatu perusahaan tetap “hidup”. Baik itu dengan menambah value baru bagi bisnis atau meningkatkan perkembangan hingga produktivitas. Inovasi sendiri bisa terjadi karena ke butuhan atau karena sebuah perusahaan ingin membuat dirinya berbeda dari kompetitor.

Bahkan tidak bisa dipungkiri jika awal mula sebuah perusahaan tersebut didirikan dalam suatu bidang tertentu akan melakukan inovasi yang bukan bidangnya lagi, dikarenakan sebuah tren yang berkembang di masyarakat luas membuat mereka harus bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya dan menjadikan perusahaan tersebut tetap bertahan di dalam persaingan yang semakin ketat ini.

Saran

Jika di tinjau hingga bebrapa tahun kedepan inovasi baru akan terus bermuculan tetapi diharapkan para perusahaan untuk melakukan inovasi terbaru bukan hanya mengikuti inovasi dari perusahaan lain karena menganggap inovasi tersebut berhasil di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 135-151.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengebangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 82-88.

- Jabbari, M. M. (2012). product Innovation Performance in Organization. *Procedia Technology*.
- Laudon, J. L. (2009). *Management Information System: International Edition, II/E*. Pearson Higher Education.
- M U Hassan, S. S. (2013). Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan's Manufacturing sector. *Soc Sci Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 243-262.
- Nugroho, S. A. (2012). In S. A. Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Putranta, H. D. (2004). *Pengantar Sistem Dan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: AMUS.
- R Y Antanegoro, D. S. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah RM. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 167-179.
- Reguina, C. (2014). Product Innovation And The Competitive Advantage. *European Scientific Journal, ESJ*, 140-158.
- Republik, I. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*.
- Shaw, M. (2012). *eds. Handbook on Electronic Commerce*. Springer Science & Businnes Media.
- Triwahyuni, A. K. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E. (2006). "E-commerce: A managerial perspective." Low Price Edition.
- Wawan Dhewanto, R. I. (2015). In W. Dhewanto, *Manajemen Inovasi untuk usaha kecil dan mikro* (p. 40). Alfabeta: Bandung.