



## Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah

Putri Nur Alfisyahri <sup>1)</sup> ; Nurbaiti <sup>2)</sup> ; Muhammad Ikhsan Harahap <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [putrinuralfi24@gmail.com](mailto:putrinuralfi24@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id) ; <sup>3)</sup> [m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id](mailto:m.ihсан.harahap@uinsu.ac.id)

### How to Cite :

Alfisyahri, N, P., Nurbaiti, N., Harahap, I, M. (2023). Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2>

### ARTICLE HISTORY

Received [11 Mei 2023]

Revised [20 Juli 2023]

Accepted [30 Juli 2023]

### KEYWORDS

*Business, Innovation, Bakery and Cake, Product*

*This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license*



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah. Bisnis Model Inovation ini sendiri berfokus pada inovasi pada lingkungan internal seperti pengelolaan, sumber daya manusia yang mengelola, dan internal perusahaan, selain internal, Bisnis Model Inovation juga melakukan inovasi juga perusahaan seperti memanfaatkan teknologi yang berkembang. Metode penelitian ini adalah pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara mendalam kepada Kepala toko IMA BROWNIES cake and bakery shop serta para pegawai yang bekerja di bakery tersebut. Hasil penelitian adalah secara keseluruhan tingkat inovasi produk pada toko IMA BROWNIES cake and bakery shop sudah dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan toko IMA BROWNIES cake and bakery shop dibuktikan dengan adanya peningkatan volume penjualan setiap bulannya. Toko IMA BROWNIES cake and bakery shop menerapkan keenam basis inovasi produk sebagai berikut : Inovasi berbasis modulasi dilakukan dengan cara menaikkan karakteristik produk Inovasi berbasis ukuran dilakukan dengan mengubah ukuran roti mulai dari ukuran kecil hingga besar. Inovasi berbasis desain dilakukan dengan mengubah tampilan bentuk roti dengan bentuk yang unik dan menarik. Untuk inovasi teknologi, Toko IMA Brownies sendiri belum menggunakan fintech, untuk pembayaran dan pemesanan mereka masih manual dan hanya melakukan penjualan di toko. Business Model Inovation yang dilakukan IMA BROWNIES cake and bakery terbukti dapat meningkatkan penjualan IMA BROWNIES cake and bakery dengan melihat kenaikan pembeli. IMA BROWNIES cake and bakery dapat meningkatkan penjualan dengan melakukan inovasi produk, peningkatan penjualan menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh IMA BROWNIES cake and bakery sehingga mampu meningkatkan penjualan.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the role of Business Model Innovation in the Sharia-based Cake Shop Culinary Industry. This Business Model Innovation itself focuses on innovation in the internal environment such as management, human resources who manage, and internal companies, besides internal, Business Model Innovation also innovates companies such as utilizing developing technology. This*

*research method is the research approach used is a descriptive qualitative approach. The subjects in this study were conducting in-depth interviews with the head of the IMA BROWNIES cake and bakery shop and the employees who work at the bakery. The results of the study are that the overall level of product innovation at the IMA BROWNIES cake and bakery shop is in a good category. This shows that the innovation made by the IMA BROWNIES cake and bakery shop is evidenced by the increase in sales volume every month. IMA BROWNIES cake and bakery shop applies the six bases of product innovation as follows: Modulation-based innovation is done by increasing product characteristics Size-based innovation is done by changing the size of bread ranging from small to large sizes. Design-based innovation is done by changing the appearance of the bread shape with a unique and attractive shape. For technological innovation, IMA Brownies store itself has not used fintech, for payments and orders they are still manual and only sell in stores. Business Model Innovation carried out by IMA BROWNIES cake and bakery is proven to be able to increase sales of IMA BROWNIES cake and bakery by seeing an increase in buyers. IMA BROWNIES cake and bakery can increase sales by innovating products, increasing sales is the goal of innovation carried out by IMA BROWNIES cake and bakery so as to increase sales.*

## PENDAHULUAN

Bisnis perdagangan merupakan salah satu faktor kemajuan ekonomi negara Indonesia. Bisnis perdagangan memiliki berbagai macam jenis transaksi, misalnya jual beli. Dalam sebuah bisnis, jual beli tidak bisa dilepaskan dalam aktivitas perdagangan (Istiqomah, 2020). Jual beli ini merupakan aktivitas yang sangat umum dilakukan. Hubungan interaksi manusia dalam aktivitas bisnis juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Salah satunya adalah bisnis perdagangan yang berbasis hukum Islam. Model bisnis perdagangan syariah dapat berupa jual beli syariah. Dengan kata lain, praktik jual beli harus memenuhi ketentuan-ketentuan hukum Islam (Harian Netral RSS Feed, 2022). Bisnis dengan basis syariah akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akhirat dengan selalu memenuhi standar etika perilaku bisnis, yaitu: takwa, kebaikan, ramah dan amanah. Ketaqwaan seorang wirausaha muslim adalah harus tetap mengingat Allah dalam kegiatan berbisnisnya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang wirausahawan akan menghindari sifat-sifat yang buruk seperti curang, berbohong, dan menipu pembeli (Rangkuti, 2019). Perkembangan bisnis Islam (syari'ah) kini kian marak dan menjamur di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah karena adanya kesadaran masyarakat yang mayoritas Muslim untuk menggunakan dan memanfaatkan produk produk (barang maupun jasa) yang halal dan baik, maka peran produsen atau perusahaan- perusahaan bisnis berbasis syari'ah menjadi sebuah alternatif yang cukup menjanjikan (Harmono, 2019).

Halal Food Industry merupakan proses kegiatan pengolahan barang yang didasarkan pada jaminan syariah, sehingga produk yang dihasilkannya baik (thayib), sehat, aman dan tidak membahayakan, karenanya halal untuk dikonsumsi, dinikmati atau digunakan. Halal tidak hanya diterapkan pada makanan yang akan dimakan, namun juga produk yang digunakan, kebiasaan, aktivitas, tingkah laku, minat dan ketertarikan, hingga pilihan produk makanan berbasis syariah (Prudential, 2022). Halal Food Industry pada akhirnya mendorong seorang muslim untuk menggunakan, mengonsumsi, dan menaruh minat pada produk-produk yang sudah dijamin halal sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Umat Islam akan sangat memperhatikan bagaimana suatu produk diproduksi, diolah, dikelola, didapatkan, dan sebagainya untuk memastikan kehalalannya (Elisatris Gultom, 2019). Transaksi bisnis dagang syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini memberikan alternatif transaksi bisnis kepada masyarakat dengan mayoritas penduduk yang muslim, Indonesia memberikan peluang yang terbuka lebar bagi bisnis perdagangan yang berbasis prinsip hukum Islam. Terdapat tujuh sektor bisnis syariah yang telah

meningkat secara signifikan, diantaranya adalah kuliner atau makanan, keuangan Islam, industri asuransi, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan juga pariwisata (Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, 2021).

Dalam Islam, bussines model inovasion juga berkaitan dengan ketakwaan pada setiap individu sebagai pelaku ekonomi, mengarahkan pada aktivitas ekonomi yang positif. Ketakwaan kepada Tuhan akan membawa diri seseorang untuk lebih produktif. Hal ini sesuai dengan usaha manusia dalam mengalokasikan dan mengelola sumber daya yang bertujuan untuk mencapai falah (kesuksesan) berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai al-Qur'an dan Sunnah.

Dalam Q.S. Quraisy: 1-4 menjelaskan bahawa Allah Swt. telah memberikan keberkahan kepada kaum Quraisy dengan dilimpahkannya sumber makanan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Suku Quraisy dianugerahi oleh Allah Swt. beberapa kemuliaan. Mereka secara turun-temurun menjadi pengelola Ka'bah dan penguasa Mekkah. Sama halnya pada seorang pembisnis, Allah Swt. telah menyediakan sumber daya Alam yang dapat dikelola menggunakan upaya dan daya pikir yang telah dianugerahi-Nya. Keberhasilan bussines model inovasion itu adalah sebuah proses dari jerih payah, ketekunan, dan kesungguhan dalam menjalani bisnis. Perlu disadari oleh seorang pembisnis muda bahwa menuju sebuah kesuksesan memerlukan sebuah perjuangan keras serta ketekunan dalam menjalankan apa yang dicita-citakan (Khusnawati, 2022). Industri Kuliner Cake Shop merupakan salah satu industri roti dan kue yang sangat digemari masyarakat. Industri Kuliner Cake Shop menjual berbagai macam roti diantaranya roti tawar, roti manis, donat, cake, pizza, cupcake, brownies, bolu kemojo dan lain-lain. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan berusaha menerapkan bisnis dengan berbasis syariah dengan menerapkan spiritual company yaitu landasan untuk menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariat islam tetap dekat dengan Allah S.W.T yang akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akhirat (Khusnawati, 2022). Industri Cake and Bakery Shop berbasis syariah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah tingkat kehalalan di toko bakery and cake tersebut. Dimulai dari pembuatan, bahan-bahan kue, cara produksi dan tempat penjualan harus halal dan berbasis syariah. Hal ini dapat terjadi akibat ketidaktahuan pengelola outlet dalam proses produksi pastry and bakery maupun konsumen itu sendiri. Oleh karena itu sangat penting sekali bagi konsumen untuk mengetahui peraturan yang berlaku, jenis makanan yang diragukan kehalalannya dan bagaimana cara baiknya untuk memilih produk pastry and bakery atau produk Food and beverage secara umum dengan tahu kehalalannya. Industri Cake and Bakery Shop berbasis syariah adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam yaitu tidak mengandung babi dan bahan-bahan yang berasal dari babi, serta tidak mengandung alkohol sebagai bahan campuran atau komposisi yang sengaja ditambahkan kedalam produk makanan atau minuman. Tidak mengandung bahan yang diharamkan menurut syariat Islam.

Pada dasarnya sebuah perusahaan tentu akan selalu melakukan pengembangan pada sektor bisnis perusahaannya. Salah satu usahanya adalah dengan memberikan suatu hal inovasi, seperti Business Model Innovation (BMI) adalah serangkaian proses yang dilakukan dalam menganalisa bentuk bisnis yang sekarang baik kelebihan maupun kekurangannya yang dimana akan dibentuk ulang untuk menciptakan sebuah model bisnis yang baru untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan (Bintania, 2020). Selain itu BMI sendiri merupakan bentuk dari inovasi karena ada serangkaian penambahan, pengurangan, dan penyempurnaan model bisnis yang ada menjadi model bisnis baru sesuai dengan kondisi bisnis yang ada saat ini. Berbeda dengan perencanaan sumber daya perusahaan, BMI ini sendiri berfokus pada inovasi pada lingkungan internal seperti pengelolaan, SDM yang mengelola, dan internal perusahaan, selain internal, BMI juga melakukan inovasi juga dilingkungan eksternal perusahaan seperti memanfaatkan teknologi yang berkembang untuk dipadukan menjadi suatu gaya bisnis baru (Rinawati, 2018). Berikut adalah jumlah data penjualan makanan dan minuman di Sumatera Utara Tahun 2022 :

**Tabel 1. jumlah data penjualan makanan dan minuman di Sumatera Utara Tahun 2022**

Kabupaten/Kota	MAKANAN DAN MINUMAN JADI	Roti tawar	Roti manis, roti lainnya	Kue kering, biskuit, semprong	Kue basah (kue lapis, bika ambon, lempur, dsb)	Makanan gorengan (tahu, tempe, bakwan, pisang)	Makanan gorengan
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Nias Utara	11 226	210	216	173	2 207	1 153	32
Nias Barat	10 766	134	466	227	1 065	1 182	72
Kota Sibolga	60 107	332	1 998	850	1 392	2 386	76
Kota Tanjung Balai	54 519	387	1 205	1 232	1 335	2 567	255
Kota Pematang Siantar	37 699	794	1 396	1 404	1 149	1 580	69
Kota Tebing Tinggi	49 941	458	1 652	1 394	1 074	1 883	143
Kota Medan	60 926	1 375	2 382	1 884	1 697	2 073	175
Kota Binjai	40 252	390	1 481	820	758	1 751	22
Kota Padangsidimpuan	43 967	373	1 444	866	1 564	3 770	154

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingginya penjualan industry kuliner di Sumatera Utara. Oleh karena itu, mengingat Industri Kuliner Cake Shop tentu harus menerapkan inovasi pada bisnisnya untuk mengembangkan bisnis, terutama pada IMA BROWNIES cake and bakery shop. Kelebihan dari toko brownies ini salah satu toko roti yang banyak diminati oleh konsumen karena menyajikan berbagai jenis roti dengan banyak varian rasa, serta harganya yang terjangkau. Kekurangan mereka adalah dari segi pemasaran yang kurang banyak membuka cabang. Di Medan saja hanya terdapat beberapa toko, padahal peminat mereka banyak. Berikut adalah jumlah data penjualan pada IMA BROWNIES cake and bakery shop bulan Maret – April tahun 2023 :

**Tabel 2 Data Penjualan IMA Brownies Pada Bulan Maret – April 2023**

Nama Barang	Harga	Outlet Jln. Bromo	Outlet Jl. Menteng	Outlet Jl. Sultan Serdang	Total Terjual	Total Terjual (Rp)
Brownies Kukus Ori	30.000	700 pcs	900 pcs	800 pcs	2.400 pcs	72.000.000
Brownies Panggang Chococips	30.000	800 pcs	1.000 pcs	700 pcs	2.500 pcs	75.000.000
Brownies Panggang susu keju dan ceres	35.000	500 pcs	700 pcs	900 pcs	2.100 pcs	73.500.000
Brownies Kukus Keju dan Pandan	35.000	100 pcs	500 pcs	600 pcs	1.200 pcs	42.000.000
Roti Basah	2.000	100 pcs	200 pcs	300 pcs	600 pcs	1.200.000
Bolu Pisang	40.000	100 pcs	300 pcs	100 pcs	500 pcs	20.000.000
Bika Ambon	55.000	80 pcs	100 pcs	100 pcs	280 pcs	15.400.000
Brownies Kering	25.000	90 pcs	90 pcs	90 pcs	270 pcs	6.750.000
<b>Total</b>		<b>2.470 pcs</b>	<b>3.790 pcs</b>	<b>3.590 pcs</b>		<b>285.850.000</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi pesatnya penjualan kue di IMA Brownies. IMA BROWNIES cake and bakery shop adalah salah satu toko kue yang menyajikan “halal life style” pada penjualannya, dapat dilihat dari nama toko dan juga slogan mereka yaitu halal dan islami. Sedangkan contoh dari aspek Syariah ialah kesesuaian model bisnis syariah Indonesia dengan maqasid syariah yang mengandung unsur pemerataan, kepentingan serta keselarasan dalam rangka mewujudkan masyarakat Indonesia yang sejahtera material serta spiritual. Dan juga dalam semua kegiatan produksinya juga sudah sesuai dengan syariah islam.

Tetapi IMA BROWNIES cake and bakery shop kurang mengembangkan bisnisnya, mereka perlu menambah jumlah outlet dan harus sering mengadakan event atau mengikuti acara-acara dan membuat stan jualan agar para masyarakat lebih mengetahui lagi tentang keberadaan IMA BROWNIES cake and bakery shop. Oleh karena itu penulis memilih toko tersebut. Berikut ini adalah jumlah para pekerja atau tenaga SDM di beberapa outlet IMA Brownies :

**Tabel 3 Jumlah para pekerja atau tenaga SDM di beberapa outlet IMA Brownies**

No	Outlet Cabang	Jumlah Tenaga Kerja (SDM)	
		Kasir	SPG
1.	<b>Outlet Jln. Bromo</b>	1 Orang	2 Orang
2.	<b>Outlet Jln. Menteng</b>	2 Orang	4 Orang
3.	<b>Outlet Jln. Sultan Serdang</b>	1 Orang	2 Orang

Berdasarkan tabel 3. diatas diketahui bahwa setiap outlet bakery cake shop tersebut hanya memiliki beberapa pekerja, dan juga hanya memiliki beberapa outlet saja. Jika dilihat dari tingkat penjualannya, IMA BROWNIES merupakan salah satu toko kue yang sukses dan tingkat penjualan yang tinggi. Tetapi mereka hanya memiliki beberapa outlet yang menyebabkan kurang berkembangnya dan kurang majunya usaha mereka yang seharusnya bisa menambah cabang dan menambah para pekerja. Hal tersebut menjadikan adanya permasalahan dan harus adanya Business Model Inovation untuk mengembangkan usaha tersebut.

Selanjutnya, di IMA BROWNIES tidak ada sistem pembayaran atau transaksi menggunakan elektronik jaman sekarang, seperti QRIS, dana, Shopepay dan E-Wallet lainnya. Jika dibandingkan dengan usaha serupa yang lain mereka sudah menerapkan pembayaran elektronik yang gunanya bisa memudahkan para konsumen untuk bertransaksi. Dan juga di IMA BROWNIES tidak terdapat layanan jual beli melalui aplikasi online seperti Gojek, Grab dan Shopeefood. IMA BROWNIES tidak menjadikan hal tersebut sebagai peluang mereka untuk memajukan dan mengembangkan usaha mereka. Padahal jika mereka menggunakan E-Wallet dan Aplikasi pesan makanan online mereka bisa lebih maju dan lebih banyak pelanggan. Dari beberapa permasalahan diatas bisa diambil kesimpulan untuk mencari solusi dengan dianalisisnya Business Model Inovation (BMI) yang tujuannya berguna untuk meningkatkan kinerja dan meningkatkan posisi kompetitifnya di pasar.

Penerapan inovasi dalam hal ini dapat dimulai seperti mengubah model bisnis usaha yang dari tradisional dapat ke online. Selain itu harus dilakukan inovasipada pemasarannya dan juga kinerja dari pemasaran Industri IMA BROWNIES cake and bakery shop yang ada saat ini. Hasil dari inovasi yang dilakukan ini akan menjadi tinjauan dan evaluasi terhadap penerapan bisnis yang baru sehingga IMA BROWNIES cake and bakery shop dapat berkembang jauh lebih pesat. Maka dari pada itu, pengembangan inovasi bisnis Industri Kuliner Cake Shop pada IMA BROWNIES cake and bakery

shop menggunakan metode BMI yang dimana prosesnya berupa meneliti hal hal yang perlu diterapkan untuk business model innovation, proses pelaksanaan business model innovation, dan efek dari proses business model innovation ini yang berhubungan dengan tingkat inovasi dan performa suatu usaha.

## LANDASAN TEORI

### Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata "bisnis" diambil dari bahasa Inggris "business". Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba (Sudiarti, 2018). Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris business, dari kata dasar yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (Muhammad Ikhsan Harahap, 2022).

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skupnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis(hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba (Isnaini Harahap, Yenni samri juliati nasution, Marliyah, 2018). Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian". Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa (Kadir, 2020). Berikut adalah ayat tentang bisnis dalam QS. At-Thalaq ayat 3 sebagai berikut :

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya : "Dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu." (QS. At-Thalaq : 3)

Tafsir ayat diatas, Islam menganjurkan umatnya untuk selalu semangat dalam bekerja. Sebaliknya, melarang mereka bersikap malas-malasan dan enggan mau menjalankan kewajiban sebagai manusia yang hidup di muka bumi. Rasulullah dalam sebuah haditsnya pernah mengatakan bahwa rezeki yang paling nikmat adalah rezeki yang didapatkan seseorang melalui tangannya sendiri. Sebaliknya, rezeki yang pada hakikatnya tidak nikmat adalah rezeki yang didapat dari tangan orang lain, apalagi didapat dari perbuatan yang bertentangan dengan agama (Tarigan, 2019).

Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini berada dalam keadaan persaingan yang sangat ketat. Masing-masing perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil berusaha menonjolkan keunggulan pada setiap produknya agar dapat menarik konsumen (Nurbaiti, 2023). Pemuasan kebutuhan konsumen sangatlah penting, Karena tanpa adanya konsumen, perusahaan khususnya usaha kuliner akan kehilangan pendapatannya yang berakibat pada bangkrutnya bisnis tersebut. Untuk mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tidaklah mudah, diperlukan strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan (Imsar, 2019).

### Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman, menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi

kebutuhan pelanggan (Masyhud, 2019).

Inovasi perusahaan dapat menghasilkan R&D (Research and Development), produksi serta pendekatan pemasaran dan akhirnya mengarah kepada komersialisasi inovasi tersebut. Dengan kata lain inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dimana penggunaan metode baru dan berbeda serta teknologi untuk meningkatkan kualitas biaya atau lebih rendah, untuk memenuhi atau melampaui target perusahaan (Jannah, 2020).

Inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat (Pambudy and Handayati, 2022). Jadi, secara umum, inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan (Daim, 2022).

### **Business Model Innovation**

Berdasarkan literatur yang ada di dalam Osterwalder (2012), konsep model bisnis tergolong sesuatu yang baru. Istilah ini muncul dalam jurnal akademik ditahun 1957 dan pertama kali digunakan sebagai judul dari sebuah jurnal akademik. Suatu model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai-nilai baik itu ekonomi, sosial, ataupun bentuk- bentuk nilai lainnya. Istilah model bisnis, karena itu, dipakai untuk ruang lingkup luas dalam konteks formal dan informal untuk menunjukkan aspek inti suatu bisnis, termasuk mencakup maksud dan tujuan, apa-yang-ditawarkan, strategi, infrastruktur, struktur organisasi, praktik-praktik niaga, serta kebijakan-kebijaan dan proses-proses operasional (Nasution, 2020).

Sedangkan definisi model bisnis inovasi sebagai “metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang dilingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi”. Adapun rappa memberikan definisi serupa, yaitu “metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, yang membuat perusahaan dapat bertahan.”pendek kata, menurut definisi tersebut, model bisnis adalah metode atau cara menciptakan nilai (Kadir, 2020).

Sementara itu, bila dikaitkan dengan suatu strategi, maka model bisnis ini dijelaskan sebagai “gambaran hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, seta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengakuisisi dan menciptakan nilai, yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba” Komponen Model Bisnis Inovasi.

Jenis bisnis model inovasi antara lain sebagai berikut:

- 1) Inovasi produk (product innovation), yaitu inovasi berfokus pada produk yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi inovasi kemampuan produk, system produk, pemecahan, dan pengetahuan pelanggan.
- 2) Inovasi proses (process innovation), yaitu inovasi yang mengubah proses pembuatan atau delivery produk.inovasi ini terdiri dari sub kategori pengalaman pelanggan, proses utama, platform produk, rantai pasok, jaringan distribusi, dan layanan pelanggan.
- 3) Inovasi desain/ merek (brand innovation), yaitu inovasi yang merubah-rubah konteks yang mana produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, merek, dan cara pandang.

### **Kuliner**

Culinary dalam bahasa Inggris berarti hal urusan dapur yang berkenaan dengan keahlian masak-memasak. Dalam bahasa Indonesia diistilahkan dengan kata kuliner. Pusat kuliner merupakan tempat makan dengan banyak stand makanan. Pengunjung bebas memilih, baik



makanan maupun tempat makannya. Tata ruang dalam pada Pusat Kuliner setara dengan food court. Food court adalah suatu tempat makan dengan counter-counter yang terdiri dari berbagai penjual makanan serta disediakan suatu area umum untuk self-serve dining (Khusnawati, 2022).

Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas Budaya Indonesia (Wongso, 2015). Saat ini banyak orang yang mulai meninggalkan kuliner tradisional dan mulai terpengaruh dengan budaya luar seperti jenis-jenis makanan yang kita konsumsi seperti KFC, steak, burger, dan lain-lain. Masyarakat menganggap makanan tersebut hieginis, modern, dan praktis (Khairina Tambunan, Isnaini Harahap, 2019). Tanpa kita sadari makanan-makanan tersebut juga telah menjadi menu keseharian dalam kehidupan kita. Hal ini mengakibatkan makin langkanya berbagai jenis makanan tradisional. jika hal ini terus terjadi maka tak dapat dihindarkan bahwa anak cucu kita kelak tidak tahu akan jenis-jenis makanan tradisional yang berasal dari daerah asal mereka (Khusnawati, 2022).

Perabot untuk keperluan food court harus praktis, nyaman dipakai serta sedap dipandang. Untuk tiap outlet atau bagian dari ruang makan sengaja dibuat berbeda, sesekali perlu diubah susunannya untuk mengubah atmosfir atau suasana agar tidak membosankan dan selalu menarik. Material bangunan yang umum digunakan dalam food court adalah ubin, formica, baja tahan- karat, dan gelas/kaca. Semua bahan ini merupakan bahan yang mudah dibersihkan (Afizh Maulana Abdul, 2022).

Pada tempat makan dengan model food courts pada umumnya memiliki permasalahan yaitu ketika pemesan makanan telah mendapatkan nomor meja dan duduk menunggu di tempat yang dipilih, pelayan yang mengantar pesanan makanan kebingungan mencari posisi pemesan makanan. Kejelasan di sini menjadi penting untuk diterapkan dalam tata ruang makan untuk dijadikan patokan ketika seseorang memesan makanan dan menunjukkan tempat yang dipilih kepada pelayan. Untuk meningkatkan kejelasan suatu tempat dapat dilakukan dengan membuat variasi-variasi bentuk yang kemudian dapat dijadikan patokan bagi pemesan makanan dan pelayan yang bertugas mengantar pesanan (Claudia Thendywinaryo, Amelia Sidik, 2021).

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dan jenis penelitiannya adalah kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala toko IMA BROWNIES cake and bakery shop serta para pegawai yang bekerja di bakery tersebut. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yaitu informasi yang diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara di IMA BROWNIES cake and bakery shop, sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari jurnal-jurnal dan peneliti terdahulu dan berupa informasi arsip diperoleh dari Website atau internet (Rahmani, 2018).

Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi di IMA BROWNIES cake and bakery shop, kemudian melakukan wawancara mendalam kepada Kepala toko IMA BROWNIES cake and bakery shop serta para pegawai yang bekerja di bakery tersebut. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah pertama Reduksi Data, yaitu data yang sudah didapatkan dilapangan serta hasil dari wawancara yang dilakukan. Kemudian kedua Penyajian Data, data yang sudah didapatkan kemudia di deskripsikan dan diolah sedemikian rupa. Ketiga Penarikan Kesimpulan, yaitu hasil akhir dari analisis yang menjadi jawaban dari penelitian.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Business Model Inovation pada IMA BROWNIES cake and bakery shop

##### a. Inovasi Berbasis Modulasi

Inovasi berbasis modulasi mengaitkan perubahan sesuatu ciri dasar dari produk ataupun jasa, dengan menaikkan ataupun mengurangi ciri tersebut. Topping yang digunakan pada roti, Saat ini telah berkembang berbagai topping unik yang digemari masyarakat dari berbagai kalangan. Topping- topping ini dapat diterapkan pada roti untuk menarik minat masyarakat. Variasi topping tersebut antara lain:

##### 1. Aplikasi Topping Keju

Varian topping keju dibuat dari cream cheese yang diguyurkan pada roti kemudian ditambah dengan taburan parutan keju. Aplikasi topping keju ini memberikan cita rasa gurih pada roti.

##### 2. Aplikasi Topping Coklat Seres

Pengaplikasian topping coklat seres pada roti memiliki tujuan untuk memberikan cita rasa pada roti. Dengan menambahkan topping dari coklat juga akan memberikan nutrisi lebih pada roti. Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu pegawai IMA Brownies, yaitu Rizki, dia mengatakan :

“Produk roti yang dulunya tidak terlalu pulen karena menggunakan ragi lokal kini telah dirubah dengan memanfaatkan ragi import sehingga roti menjadi pulen. Pemilihan jenis tepung yang digunakan yaitu tepung yang memiliki protein tinggi, sehingga roti di IMA Brownies tidak hanya lembut, tetapi juga memiliki nilai gizi yang tinggi. IMA Brownies juga berinovasi pada banyak varian isi dan topping pada roti seperti penggunaan topping cokelat, keju, blueberry, strawberry, susu, abon, keju, fla, kacang hijau, pisang, sosis, meses, dan pandan.”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko IMA Brownies telah melakukan inovasi berbasis modulasi. Inovasi berbasis modulasi dilakukan oleh IMA Brownies sebagai salah satu upaya ide kreatif yang dilakukan dengan melihat kondisi pasar dan persaingan. Kondisi pasar yang berubah – ubah membuat pengelola usaha memanfaatkan kondisi guna bersaing dengan perusahaan roti lainnya.

##### b. Inovasi Produk Berbasis Ukuran

Inovasi berbasis ukuran merupakan peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengganti apa pun kecuali volumenya. Kebijakan ini mempunyai keunggulan yaitu membolehkan kenaikan jumlah mengkonsumsi ataupun jumlah momen konsumsi. Inovasi berbasis dimensi baik sebab meningkatkan pasar dengan memfasilitasi konversi konsumen potensial menjadi konsumen aktual.

##### 1) Ukuran Produk Roti

Ukuran adalah bagian dari langkah pengamatan yang fungsinya untuk menunjukkan besaran dari suatu objek tersebut. Ukuran produk yang diproduksi perusahaan bertujuan untuk memberikan pilihan produk mana yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen. Indikator yang digunakan dalam variabel ukuran produk adalah:

- a. Penambahan ukuran volume atau isi
- b. Ukuran berbeda pada setiap jenis kemasan
- c. Ukuran sesuai dengan keinginan konsumen

##### 2) Kuantitas

Kuantitas adalah tolak ukur suatu hal yang tertuju pada jumlah atau nilai yang dapat dihitung secara pasti. Misalnya jumlah peserta atau pertemuan, jumlah karyawan, dan lain sebagainya. Kuantitas adalah berhubungan dengan angka, jenis kuantitas terdiri dari 3 macam yaitu

kuantitas kerja, kuantitas penduduk, dan kuantitas produk. Kuantitas produk adalah jumlah suatu produk yang diproduksi, dikonsumsi, dan digunakan. Kuantitas produk tentunya perlu dipertimbangkan dan juga disesuaikan dengan banyaknya permintaan. Disamping itu, kuantitas produk yang banyak juga harus diimbangi oleh kualitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko IMA Brownies telah melakukan inovasi berbasis ukuran dengan cara meluncurkan produk baru ke pasar dengan mengubah ukuran produk tersebut. Inovasi produk baru berbasis pada ukuran merupakan pengembangan dari ukuran yang telah ada. Seperti yang dikatakan oleh Fadillah, salah satu pegawai IMA Brownies, yaitu :

“Kebijakan ini memiliki pengaruh pada peningkatan atau penurunan ukuran roti, namun dalam inovasi berbasis ukuran ini tidak dilakukan banyak inovasi dalam perkembangannya, hal ini dikarenakan pihak toko telah menyesuaikan ukuran tersebut dengan bahan dan harga yang telah ditetapkan. Dengan memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen adalah salah satu cara pemasaran yang dilakukan IMA Brownies untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.” Inovasi ukuran yang dilakukan IMA Brownies hanya pada beberapa varian roti, namun dikemudian hari tidak menutup kemungkinan untuk melakukan inovasi ukuran lebih banyak lagi agar konsumen tidak jenuh.

### c. Inovasi Produk Berbasis Desain

Inovasi berbasis desain merupakan inovasi dimana produk, kontainer, ataupun kemasan serta dimensi yang dijual sama, namun desain ataupun tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain memperluas sasaran pasar buat produk ataupun jasa tertentu dengan menarik pembeli yang menggemari style serta positioning yang berbeda.

#### 1) Perubahan Bentuk Roti

Wujud roti sangat mempengaruhi pada penampilan roti tidak sistematis kurang menarik dipandang mata sehingga hendak pengaruhi selera pembeli” perihal yang mempengaruhi wujud roti merupakan loyang serta proses pemanggangan. Seperti yang disampaikan oleh Dinda, Salah satu pegawai pembuatan kue, menyatakan :

“Loyang digunakan untuk membentuk adonan saat sebelum adonan dibakar, sehingga menciptakan bentuk- wujud yang khusus. Cetakan yang digunakan buat roti tawar dimensi 8 centimeter × 10 meter. mutu yang diharapkan wujud rapi serta wujud persegi Panjang 8 centimeter× 10 centimeter. Supaya roti cocok dengan besarnya cetakan ataupun bersumber pada wujud yang diinginkan, adonan butuh ditimbang, sebelum ditimbang, adonan di potong-potong dalam beberapa bagian.”

Proses penimbangan terus dicoba dengan cepat sebab proses fermentasi senantiasa berjalan. Adonan yang telah digulung dimasukan kedalam cetakan dengan metode bagian lipatan dilatakan di dasar supaya lipatan tidak lepas yang menyebabkan wujud roti tidak baik, berikutnya adonan diistirahatkan dalam cetakan sebelum dimasukan ke dalam pembakaran, proses ini dicoba supaya roti pengembang, sehingga hasil akhir roti di peroleh dengan wujud serta kualitas yang baik.

#### 2) Perubahan Hiasan Roti

Hiasan pada hidangan yang berperan menambahkan menawan penampilan hidangan sehingga menaikkan selera makan. Hiasan hidangan yang dipergunakan berasal dari bahan makanan semacam buah serta sayur yang dibentuk ataupun diukir. Bersumber pada pernyataan yang disampaikan oleh dinda, menyatakan :

“Garnish ialah hiasan pada hidangan yang berperan menjadikan hidangan tersebut tampak lebih menarik serta menggugah selera makan. Peranan garnish pada santapan antara lain yaitu menaikkan nilai estetika suata hidangan, menggugah selera serta berikan nilai tambah pada penjualan hidangan tersebut. Di toko, kami sangat mengedepankan adanya ganish untuk menarik konsumen, karena hiasan kue salah satu hal yang bisa mempengaruhi penjualan ”

Dengan demikian garnish ialah center piece sesuatu hidangan yang turut memastikan nilai jual hidangan tersebut. Terus menjadi menawan penampilan sesuatu hidangan hingga terus menjadi besar nilai jual hidangan tersebut. Penampilan yang diarahkan suatu hidangan ditunjang oleh terdapatnya garnish. Makna berarti garnish yang mewakili hidangan yang ditampilkan membagikan ketentuan yang jelas supaya hidangan tersebut bisa diterima konsumen. Ada pula ciri ataupun syarat- ketentuan bahan garnis yang wajib dipadati, antara lain ialah garnish tersebut bisa dimakan, bahan garnish tidak berbau tajam, tidak memiliki zat beracun ataupun beresiko, bahan garnish tidak sangat lunak (matang) supaya bisa dibangun dengan mudah, bahan tidak luntur. Kriteria garnish yang bagus bisa dilihat antara lain dari kerapian wujud garnish, kebersihan tebal tipisnya potongan ataupun sayatan buat mempermudah pembuatan, kekokohan wujud serta pula perpaduan warna.

Inovasi berbasis desain merupakan inovasi produk yang mengubah tampilan atau memodifikasi produknya. Toko IMA Brownies beranggapan bahwa desain atau tampilan produk dapat memperluas target pasar dengan memikat pembeli karena suatu bentuk yang unik dan kreatifitas tinggi menambah daya jual suatu produk. Berdasarkan fenomena dilapangan inovasi berbasis desain pada toko IMA Brownies terlihat pada jenis desain tampilan produk yang beranekaragam. Ide desain muncul dari pemilik, pengelola, dan karyawan. Kreatifitas dalam mendesain produk akan terus dilakukan oleh IMA Brownies melihat kondisi persaingan. Oleh karena itu, dibutuhkan proses kreatif, teknologi, maupun sumber daya manusia untuk menghasilkan produk yang berbeda-beda agar menghasilkan suatu mutu dan produk yang berkualitas.

#### d. Inovasi dalam Teknologi (Fintech)

Financial technology juga sebagai jalan atau tahap inovasi terhadap suatu usaha yang terintegrasi terhadap teknologi dalam rangka memanfaatkan pelayanan dan pembayaran dan mengubah sistem pelayanan produk sehingga bisa lebih mudah dan dapat menarik minat konsumen dengan begitu dapat meningkatkan usahanya. Toko IMA Brownies sendiri belum menggunakan fintech, untuk pembayaran dan pemesanan mereka masih manual dan hanya melakukan penjualan di toko. Dan juga di IMA BROWNIES tidak terdapat layanan jualbeli melalui aplikasi online seperti Gojek, Grab dan Shopeefood.

Dengan adanya fintech untuk meningkatkan layanan keuangan yang saat ini ditawarkan oleh lembaga keuangan. Solusi FinTech didedikasikan untuk interaksi penyedia layanan keuangan dengan konsumen mereka yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha, salah satu yang paling umum adalah platform perdagangan online. Fintech berkembang untuk memberikan kemudahan terhadap pelanggan dalam memudahkan proses bertransaksi di bidang penjualan. Sangat disayangkan IMA BROWNIES tidak menyediakan fintech dalam usaha mereka.

Keunggulan financial technology dalam pengembangan usaha yaitu fintech dimanfaatkan dalam sistem usaha, produsen atau pemilik bisnis, serta konsumen dalam melakukan pengelolaan sistem penjualan mereka secara lebih baik lagi, proses, dan hidup serta memanfaatkan peralatan lunak yang akan dipergunakan dalam komputer dan, semakin meningkat, ponsel cerdas. Selain itu financial technology (Fintech) dipakai dalam penggambaran teknologi baru yang berusaha untuk memberikan peningkatan dan kemudahan dalam pemesanan serta memudahkan pengguna layanan keuangan.

#### **Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah**

Business Model Inovation (produk innovation) adalah pengenalan produk baru atau yang telah dikembangkan. Business Model Inovation adalah hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Berdasarkan pernyataan pegawai IMA Brownies yaitu Siska, menyatakan :

“Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya inovasi para konsumen biasanya bisa lebih mengetahui produk kami, dan jadinya produk kami jadi ramai pembeli dan terkenal di masyarakat”

Hal tersebut didukung oleh Kotabe dalam tamamudin yang menunjukkan bahwa peningkatan kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan pembelian konsumen. keputusan pembelian membuat terjadinya penjualan. Setelah melakukan Business Model Inovation IMA Brownies mengalami peningkatan penjualan, sesuai dengan teori bahwa penjualan merupakan sesuatu yang harus dicapai. Demikian pula dengan penjualan, mendapatkan angka penjualan yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Tujuan-tujuan ini akan tercapai jika ditunjang dengan niat dan kemampuan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba tertentu serta mempertahankan dan meningkatkan dalam jangka panjang. Kemampuan IMA Brownies untuk meningkatkan penjualan dinilai sudah memenuhi standar dilihat dari aktivitas produksi dan inovasi yang dilakukan, konsumen banyak tertarik untuk melakukan pembelian setelah melihat inovasi yang dilakukan IMA Brownies.

Didalam perspektif pemasaran, maka inovasi harus mampu menciptakan harga yang lebih kompetitif (price), produk yang lebih baik (product), konsumen mudah memperoleh barang tersebut (place), perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produk sehingga konsumen mengenal produk tersebut.

**Tabel 4 Jenis Produk Bakery and Cake serta Harga Penjualan**

N0	Jenis makanan	Harga (Rp)
1	Brownies kukus original	30.000,00
2	Bownies panggang chocohips	30.000,00
3	Bownies panggang ori keju dan ceres	28.000,00 – 35.000,00
4	Brownies kukus keju dan pandan	32.000,00 – 35.000,00
5	Roti buatan sendiri / roti basah	1.000,00
6	Aneka kue tart blackforest dan keripik	-
7	Bolu pisang	40.000,00
8	Cake buah	40.000,00
9	Bika ambon	55.000,00

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa produk inovasi dan harga terjangkau lebih diminati oleh konsumen sehingga melakukan pembelian, Daya tarik penjualan mencerminkan manfaat yang ditawarkan penjual alam rangka mendapatkan respon dari konsumen atau pelanggan. Secara umum, terdapat empat jenis daya tarik yang bisa diterapkan dalam penjualan:

- Daya tarik produk, berupa tampilan jenis kue, bentuk kue, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan.
- Daya tarik logistik, seperti kecepatan dalam memproses pesanan kue, ketahanan waktu kue.
- Daya tarik simplikasi, yaitu daya tarik yang dirancang untuk memudahkan pembeli atau konsumen dalam melakukan pesanan kue.
- Daya tarik harga, yaitu perusahaan cabang memiliki kewenangan untuk menetapkan harga dibawah harga standar

Business Model Inovation sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan, karena dengan melakukan Business Model Inovation terhadap produknya akan menambah nilai dari produk tersebut sehingga dapat memenuhi keinginan dan tuntutan dari konsumen, oleh karena itu Business Model Inovation termasuk salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan tingkat inovasi produk pada toko IMA BROWNIES cake and bakery shop sudah dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan toko IMA BROWNIES cake and bakery shop dibuktikan dengan adanya peningkatan volume penjualan setiap bulannya. Toko IMA BROWNIES cake and bakery shop menerapkan keenam basis inovasi produk sebagai berikut : Inovasi berbasis modulasi dilakukan dengan cara menaikkan karakteristik produk Inovasi berbasis ukuran dilakukan dengan mengubah ukuran roti mulai dari ukuran kecil hingga besar. Inovasi berbasis desain dilakukan dengan mengubah tampilan bentuk roti dengan bentuk yang unik dan menarik. Untuk inovasi teknologi, Toko IMA Brownies sendiri belum menggunakan fintech, untuk pembayaran dan pemesanan mereka masih manual dan hanya melakukan penjualan di toko.
2. Business Model Inovation yang dilakukan IMA BROWNIES cake and bakery terbukti dapat meningkatkan penjualan IMA BROWNIES cake and bakery dengan melihat kenaikan pembeli. Peneliti melihat adanya kemampuan pemilik usaha dalam membaca kebutuhan konsumen dan penawaran yang akan ditawarkan pada konsumen. dengan berbagai trik dilakukan agar peningkatan penjualan di dapatkan, IMA BROWNIES cake and bakery dapat meningkatkan penjualan dengan melakukan inovasi produk, peningkatan penjualan menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh IMA BROWNIES cake and bakery sehingga mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dan konsumen secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan.

### Saran

1. Bagi IMA Brownies  
Bagi IMA Brownies diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk yang sudah ada dan terus berinovasi Karena konsumen pada umumnya lebih tertarik kepada sesuatu yang baru dan mempermudah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Berdasarkan uraian tersebut maka diharapkan paa peneliti selanjutnya dapat menambah variabel diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi inovasi produk dan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afizh Maulana Abdul. (2022). "Pengaruh Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Likuiditas, Profitabilitas, Komite Audit Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018 - 2020)." Universitas PGRI Sumatera Barat.
- Bintania, SR. (2020). "Manajemen Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sumatera Utara Dalam Mengembangkan Jaringan Kewirausahaan Kampus." UIN Sumatera Utara.
- Claudia Thendywinaryo, Amelia Sidik, FG. (2021). "Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Umkm Retail Non-Makanan Di Indonesia Timur ( Studi Kasus Pada New Em Collection)." Jurnal E-Komunikasi 9, no. 2: 11.
- Daim, RH. (2022). "The Effect of Occupational Health and Safety to Employee Performance in the Sawmills Industries in Langkat, North Sumatra, Indonesia." IOP Conference Series: Earth and Environmental Science 912, no. 1: 11.
- Elisatris Gultom. (2019). "PERLINDUNGAN TRANSAKSI ELECTRONIC COMMERCE MELALUI LEMBAGA ASURANSI." Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 2, no. 1: 11.

- Harian Netral RSS Feed. (2022). "Pengertian Bisnis Dan Tujuan Bisnis." *Harian Netral RSS Feed*. 2022. <https://hariannetral.com>.
- Harmono. (2019). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus Dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty. (2021). *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Imsar. (2019). "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Durian Medan." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Isnaini Harahap, Yenni samri juliati nasution, Marliyah, RS. (2018). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Istiqomah, N. (2020). "Studi Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Pada Minimarket Java Mart Di Desa Cangkring Pos Kec. Karang Anyar Kab. Demak Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Syariah." *STAIN Kudus*.
- Jannah, N. (2020). "Pengaruh Operasi Moneter Terhadap Inflasi Di Indonesia." *Jurnal At-Tasawuh* 1, no. 5: 11.
- Kadir, A. (2020). *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran*. Jakarta: Amzah.
- Khairina Tambunan, Isnaini Harahap, M. (2019). "Analisis Kointegrasi Zakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018." *Jurnal Aktsar* 2, no. 2: 2.
- Khusnawati, MA. (2022). "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Makanan Dan Minuman Di Tempat Wisata (Studi Kasus Di Pantai Pancer Door, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan)." IAIN Ponorogo.
- Masyhud. (2019). *Manajemen Risiko, Strategi Perbankan Dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*. Jakarta: Raja Wali Press.
- Muhammad Ikhsan Harahap. (2022). "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1: 11.
- Nasution, MIP. (2020). "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online." *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1: 11.
- Nurbaiti. (2023). "Konsep Sustainable Development (Pembangunan Berkelanjutan) Berbasis Sosial Dan Ekonomi Terhadap Perlindungan Sumber Daya Alam Perspektif Maqashid Syariah." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3, no. 2: 11.
- Pambudy, AP, and Handayati, R. (2022). "Pengaruh Kepemimpinan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Dimediasi Kecerdasan Emosional." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 6, no. 1: 11.
- Prudential, S. (2022). "Kenalan Dengan Halal Lifestyle Dan Penerapannya Yang Lagi Marak." *Prudentialsyariah.Co.Id*. 2022. <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/pulse/article/berkenalan-dengan-halal-lifestyle/>.
- Rahmani, NAB. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rinawati. (2018). "Implementasi Marketing Mix Pada Manajemen Pemasaran Supermarket Pamella Satu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." Universitas Islam Indonesia.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Tarigan, AA. (2019). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.