

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka membagi membagi sub topik studi literatur ke dalam 2 bagian literatur yaitu 1) literatur terkait model bisnis *platform* dan 2) literatur terkait ekspansi pasar seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1.

2.1. Literatur terkait model bisnis *platform*

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai model bisnis, baik terkait konsep maupun penerapannya pada suatu perusahaan. Beberapa penelitian mengatakan bahwa model bisnis merupakan hal penting bagi perusahaan yang mendukung keberlanjutan perusahaan (Johnson, dkk., 2008; Teece, 2010; Wirtz dkk., 2016; Foss & Saebi, 2017; Sohl, dkk., 2018; Ritter & Lettl, 2018;). Beberapa peneliti mendefinisikan model bisnis dengan berbagai perspektif, misalnya model bisnis berkaitan dengan bagaimana perusahaan dan pelanggan, perusahaan dan pemasok atau perusahaan dan mitranya mendefinisikan nilai-nilai masing-masing dan bagaimana nilai-nilai tersebut kemudian dapat dipertukarkan (McGrath & MacMillan, 2000; Johnson, dkk., 2008; Teece, 2010; Zott, dkk., 2011; Baden-Fuller & Mangematin, 2013; Priem, dkk., 2018).

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai model bisnis, baik terkait konsep maupun penerapannya pada suatu perusahaan. Beberapa penelitian mengatakan bahwa model bisnis merupakan hal penting bagi perusahaan yang mendukung keberlanjutan perusahaan (Chesbrough, 2007; Johnson, dkk., 2008; Wirtz et al., 2016; Foss & Saebi, 2017; Sohl, dkk., 2018; Ritter & Lettl, 2018). Beberapa peneliti mendefinisikan model bisnis dengan berbagai perspektif, misalnya model bisnis berkaitan dengan bagaimana perusahaan dan pelanggan, perusahaan dan pemasok atau perusahaan dan mitranya mendefinisikan nilai-nilai masing-masing dan bagaimana nilai-nilai tersebut kemudian dapat dipertukarkan (McGrath & MacMillan, 2000; Johnson dkk ., 2008; Teece, 2010; Zott dkk., 2011; Baden-Fuller & Mangematin, 2013; Priem dkk., 2018).

Zhao dkk. (2020) membagi model bisnis menjadi 3 model yaitu model *pipeline*, *platform* manufaktur, dan *platform multi-side*. Perbedaan ketiga model bisnis ini salah satunya adalah terkait interaksi antar perusahaan (Zhao dkk., 2020). *Platform multi side* memungkinkan adanya interaksi langsung antar pihak, misalnya dari konsumen ke perusahaan atau dari perusahaan ke produsen. Beberapa penelitian mengenai *multi-side platform* dilakukan

terutama untuk membahas beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam merancang *multi-side platform* (model bisnis *platform*), misalnya terkait dengan pembuatan fitur-fitur baru yang ditambahkan pada *platform* untuk menarik konsumen dalam membeli. melakukan transaksi (Gawer & Cusumano, 2008), dan fitur untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran (Hagiu, 2014).

Penelitian lainnya membahas tentang teknologi yang dapat digunakan untuk membangun *platform* (Adner & Kapoor, 2010; Ceccagnoli, dkk., 2012; Kapoor & Lee, 2013; Parker & Van Alstyne, 2016; Adner, 2017) dan sebagai strategi memasuki pasar (Eisenmann, dkk, 2011; Li & Agarwal, 2017). Pentingnya teknologi bagi inovasi model bisnis dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain (Gambardella & McGahan, 2010; Yoo, 2010 ; Yoo dkk., 2010). Menurut Bogers dkk 2018), keberadaan teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengurangi hambatan geografis dan dapat mengubah cara perusahaan melakukan aktivitas dalam proses bisnisnya (Iansiti & Lakhani, 2017; Hinings dkk., 2018) serta dapat dimanfaatkan oleh pengambil keputusan untuk membuat keputusan mengenai strategi bisnis dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Dyer, dkk., 2009; Elmquist, 2009 ; Tilson, dkk., 2010; Yoo, dkk., 2010; Crossan & Apaydin, 2010;).

2.2. Literatur terkait ekspansi pasar

Penelitian mengenai ekspansi pasar telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, misalnya Arkolakis (2010) yang mengatakan bahwa biaya pemasaran meliputi biaya promosi dan biaya yang berkaitan dengan saluran distribusi yang diperlukan ketika suatu perusahaan memperluas pasarnya baik di pasar domestik maupun ekspor. Penelitian lain membahas peluang pasar lintas batas yang didukung oleh perkembangan teknologi, khususnya internet (Rayport & Sviokla, 1994; Petersen, dkk., 2002; Yamin dan Sinkovics, 2006; Hinson & Adjasi, 2009; Morgan-Thomas, 2009; Sinkovics, dkk., 2013).

Pentingnya internet dalam mendukung perluasan pasar khususnya UKM dikemukakan oleh Mathews, dkk. (2016), yang mengatakan bahwa UKM mempunyai keterbatasan dalam memperluas pasar internasional, namun teknologi internet dapat mengatasi keterbatasan tersebut. Untuk dapat berkembang, suatu perusahaan memerlukan sumber daya baik berupa sumber daya berwujud maupun sumber daya tidak berwujud (Conner & Prahalad, 1996; Makadok, 2001; Barney, dkk., 2001).

Menurut Teece, dkk., 1997; Ray, dkk., 2005; Yalcinkaya, dkk., 2007; Liao, dkk., 2009; Trainor, dkk, 2011; Glavas & Mathews, 2014, internet merupakan sumber daya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan

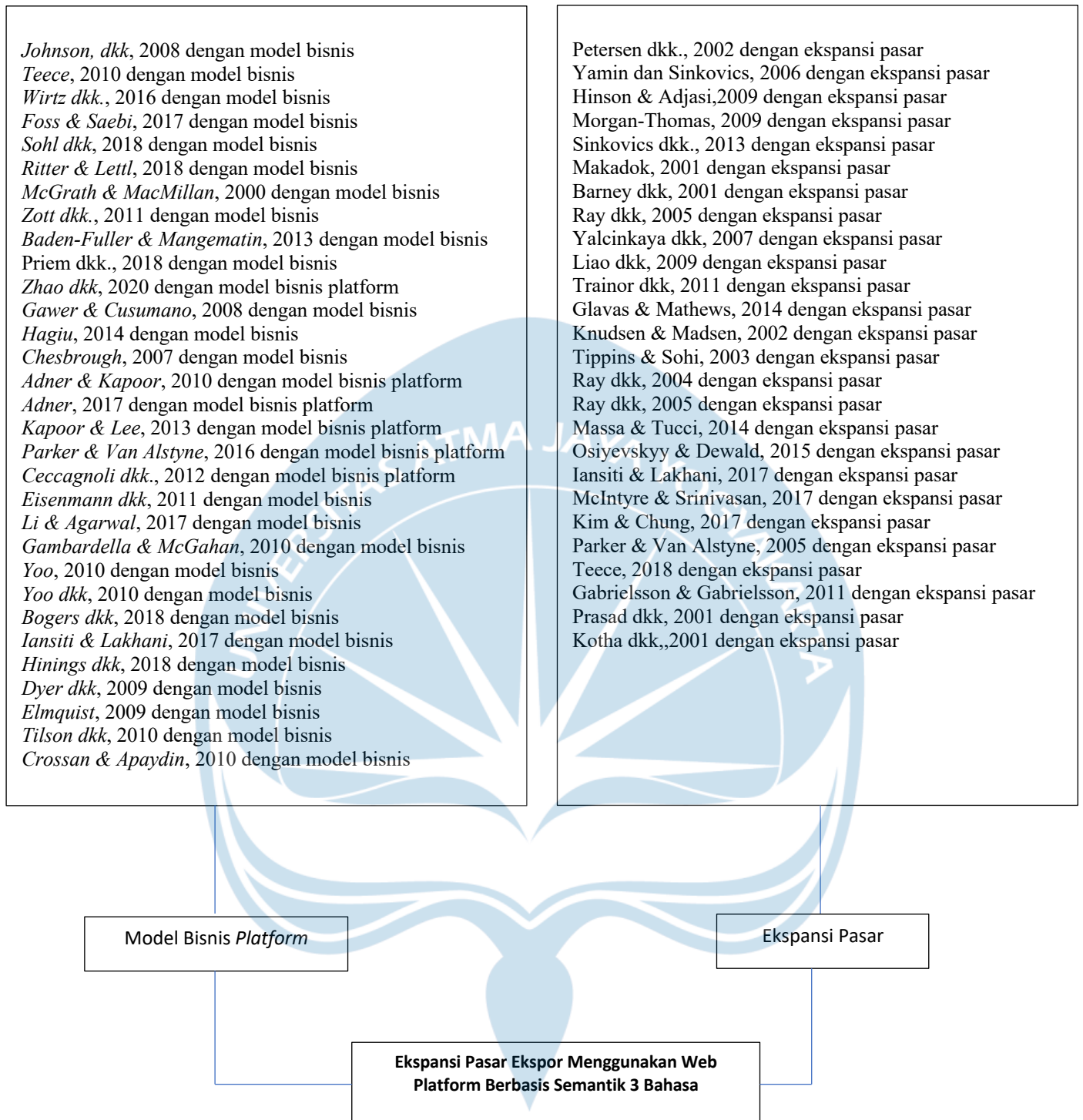
kompetitif (Knudsen & Madsen, 2002; Tippins & Sohi, 2003; Ray, dkk, 2004; Ray, dkk. , 2005; Massa & Tucci, 2014; Osiyevskyy & Dewald, 2015; Iansiti & Lakhani, 2017; McIntyre & Srinivasan, 2017; Kim & Chung, 2017; Parker & Van Alstyne, 2005; Teece, 2018).

Di bidang *e-marketing*, internet dapat digunakan untuk beberapa aktivitas seperti sistem tenaga penjualan, saluran distribusi, tenaga penjualan (Gabrielsson & Gabrielsson, 2011), intelijen kompetitif, efisiensi operasional (misalnya dukungan pelanggan *online*) dan pengembangan pasar internasional (Prasad, dkk, 2001). Selain itu, internet dapat digunakan untuk mengetahui informasi mengenai pasar ekspor (Morgan & Katsikeas, 1997; Kotha, dkk., 2001).

Adapun mind map untuk tinjauan pustaka dapat dilihat pada Gambar 2.1.

2.3. Analisis Gap

Berdasarkan tinjauan pustaka yang dilakukan selanjutnya dilakukan sintesa pustaka untuk mengetahui gap penelitian seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.1.



Gambar 2.1. *Mind Map* Tinjauan Pustaka

Tabel 2.1. Sintesa Pustaka Untuk Mengetahui Gap Penelitian

No	Referensi	Main Idea	Konten	
			Model Bisnis Platform	Ekspansi Pasar
1	Adner, R, 2017	Ekspansi Pasar		X
2	Adner, R, 2010, & Kapoor, R, 2010	Ekspansi Pasar		X
3	Arkolakis, C, 2010	Ekspansi Pasar		X
4	Baden-Fuller, C., & Mangematin, V, 2013	Ekspansi Pasar		X
5	Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J, 2001	Ekspansi Pasar		X
6	Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C, 2018	Ekspansi Pasar		X
7	Boudreau, K. J., & Jeppesen, L. B, 2015	Model Bisnis Platform	X	
8	Ceccagnoli, M., Forman, C., Huang, P., & Wu, D. J, 2012	Model Bisnis Platform	X	
9	Cennamo, C., & Santaló, J, 2013	Model Bisnis Platform	X	
10	Cennamo, C., & Santaló, J, 2015	Model Bisnis Platform	X	
11	Chen, M.-J., & Miller, D, 2015	Ekspansi Pasar		X
12	Chesbrough, H., 2007	Ekspansi Pasar		X
13	Conner, K. R., & Prahalad, C. K, 1996	Ekspansi Pasar		X
14	Chen, M.-J., & Miller, D, 2015	Ekspansi Pasar		X
15	Chesbrough, H, 2007	Ekspansi Pasar		X
16	Conner, K. R., & Prahalad	Ekspansi Pasar		X
17	Crossan, M. M., & Apaydin, M, 2010	Ekspansi Pasar		X
18	Dyer, J. H., Gregersen, H. B., & Christensen, C. M, 2009	Ekspansi Pasar		X
19	Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W, 2006	Model Bisnis Platform	X	

Lanjutan Tabel 2.1. Sintesa Pustaka Untuk Mengetahui Gap Penelitian

No	Referensi	Main Idea	Konten	
			Model Bisnis Platform	Ekspansi Pasar
20	Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W, 2011	Model Bisnis Platform	X	
21	Elmquist, M., Fredberg, T., & Ollila, S, 2009	Ekspansi Pasar		X
22	Foss, N. J., & Saebi, T, 2017	Model Bisnis Platform	X	
23	Gabrielsson, M., & Gabrielsson, P, 2011	Ekspansi Pasar		X
24	Gambardella, A., & McGahan, A. M, 2010	Model Bisnis Platform	X	
25	Gawer, A., & Cusumano, M. A, 2008	Model Bisnis Platform	X	
26	Glavas, C., & Mathews, S, 2014	Ekspansi Pasar		X
27	Hagiu, A, 2014	Model Bisnis Platform	X	
28	Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R, 2018	Model Bisnis Platform	X	
29	Hinson, R., & Adjasi, C, 2009	Ekspansi Pasar		X
30	Iansiti, M., & Lakhani, K. R, 2017	Model Bisnis Platform	X	
31	Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H, 2008	Model Bisnis Platform	X	
32	Kapoor, R., & Lee, J. M, 2013	Ekspansi Pasar		X
33	Kim, J. S., & Chung, G. J, 2017	Ekspansi Pasar		X
34	Knudsen, T., & Madsen, T. K, 2002	Ekspansi Pasar		X
35	Kotha, S., Rindova, V. P., & Rothaermel, F. T, 2001	Ekspansi Pasar		X
36	Lamberg, J. A., Tikkanen, H., Nokelainen, T., & Suur-Inkeroinen, H, 2009	Ekspansi Pasar		X
37	Li, Z., & Agarwal, A, 2017	Model Bisnis Platform	X	
38	Liao, J., Kickul, J. R., & Ma, H. (2009)	Ekspansi Pasar		X
39	Makadok, R. (2001)	Ekspansi Pasar		X
41	Massa, L., & Tucci, C. L. (2013)	Ekspansi Pasar		X
42	Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017)	Ekspansi Pasar		X
43	Mathews, S., Bianchi, C., Perks, K. J., Healy, M., & Wickramasekera, R. (2016)	Ekspansi Pasar		X

Lanjutan Tabel 2.1. Sintesa Pustaka Untuk Mengetahui Gap Analisis

No	Referensi	Main Idea	Konten	
			Model Bisnis Platform	Ekspansi Pasar
44	McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000)	Ekspansi Pasar		X
45	McIntyre, D. P., & Srinivasan, A. (2017)	Model Bisnis Platform	X	
46	Morgan-Thomas, A. (2009)	Ekspansi Pasar		X
47	Osiyevskyy, O., & Dewald, J. (2015)	Ekspansi Pasar		X
48	Parker, G. G., & Van Alstyne, M. W. (2005)	Model Bisnis Platform	X	
49	Parker, G. G., M. W. Van Alstyne, & S. P. Choudary (2016)	Model Bisnis Platform	X	
50	Petersen, B., Welch, L. S., & Liesch, P. W. (2002)	Ekspansi Pasar		X
51	Porter, M. E. (2001)	Ekspansi Pasar		X
52	Prasad, V. K., Ramamurthy, K., & Naidu, G. M. (2001)	Ekspansi Pasar		X
53	Priem, R. L., Wenzel, M., & Koch, J. (2018)	Ekspansi Pasar		X
54	Ray, G., Barney, J. B., & Muhanna, W. A. (2004)	Ekspansi Pasar		X
55	Ray, G., Muhanna, W. A., & Barney, J. B. (2005)	Ekspansi Pasar		X
56	Rietveld, J., & Eggers, J. P. (2018)	Ekspansi Pasar		X
57	Ritter, T., & Lettl, C. (2018)	Model Bisnis Platform	X	
58	Seamans, R., & Zhu, F. (2017)	Model Bisnis Platform	X	
59	Sinkovics, N., Sinkovics, R. R., & Jean, R. J. B. (2013)	Ekspansi Pasar		X
60	Sohl, T., Vroom, G., Fitza, M. (forthcoming, 2018)	Ekspansi Pasar		X
61	Teece, D. J. (2018)	Ekspansi Pasar		X
62	Teece, D. J. (2010)	Model Bisnis Platform	X	
63	Thomas, L. D., Autio, E., & Gann, D. M. (2014)	Model Bisnis Platform	X	

Lanjutan Tabel 2.1. Sintesa Pustaka Untuk Mengetahui Gap Analisis

No	Referensi	Main Idea	Konten	
			Model Bisnis Platform	Ekspansi Pasar
64	Tilson, D., Lyytinen, K., & Sørensen, C. (2010)	Model Bisnis Platform	X	
65	Tippins, M. J., & Sohi, R. S. (2003)	Model Bisnis Platform	X	
66	Trainor, K., Rapp, A., Beitelspacher, L. S., & Schillewaert, N. (2011)	Ekspansi Pasar		X
67	Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016)	Ekspansi Pasar		X
68	Yalcinkaya, G., Calantone, R. J., & Griffith, D. A. (2007)	Ekspansi Pasar		X
69	Yamin, M., & Sinkovics, R. R. (2006)	Ekspansi Pasar		X
70	Yoo, Y. (2010)	Model Bisnis Platform	X	
71	Yoo, Y., Boland Jr, R. J., Lyytinen, K., & Majchrzak, A. (2012)	Ekspansi Pasar		X
72	Yoo, Y., Henfridsson, O., & Lyytinen, K. (2010)	Model Bisnis Platform	X	
73	Zhao, Y., von Delft, S., Morgan-Thomas, A., & Buck, T. (2020)	Model Bisnis Platform	X	
74	Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011)	Ekspansi Pasar		X
75	Penelitian saat ini	Model Bisnis Platform dan Ekspansi Pasar	X	X

Berdasarkan artikel yang yang diselidiki, maka seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.1., belum ada penelitian yang menggabungkan antara model bisnis *platform* dengan ekspansi pasar khususnya pasar ekspor.