

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Umum

3.1.1 Teori Kewirausahaan

Rolando (Agustus 2024) inovasi dan kewirausahaan diidentifikasi sebagai elemen penting dalam pembangunan ekonomi. Inovasi didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi solusi baru yang dapat diciptakan, dikembangkan, dan dikomersialkan. Kewirausahaan harus didasari keberanian dan keinginan berkembang untuk mencapai kesuksesan.

Teori kewirausahaan menjadi dasar dalam penelitian ini karena AndOne sebagai brand startup berada dalam fase pengembangan, sehingga membutuhkan karakteristik kewirausahaan seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan orientasi pada pertumbuhan.

3.1.2 Teori Manajemen Strategis

Wheelen & Hunger (2022) menyatakan bahwa strategi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman arah perusahaan, tetapi juga sebagai alat untuk mengantisipasi perubahan industri, teknologi, dan perilaku konsumen. Dalam industri fashion streetwear yang memiliki tingkat persaingan tinggi dan siklus tren yang cepat, kemampuan menyusun strategi yang adaptif menjadi sangat krusial.

Teori ini relevan karena AndOne membutuhkan arah pengembangan usaha yang terukur, baik dari sisi produk, sumber daya, maupun posisi bersaing di pasar.

3.1.3 Teori Inovasi

Teece (2022) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan memiliki daya saing yang lebih kuat karena mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi. Dalam industri fashion streetwear, inovasi dapat diwujudkan dalam desain produk, pemilihan material, strategi rilis produk, hingga konsep branding.

Teori inovasi menjadi dasar penting dalam penelitian ini karena AndOne mengusung konsep diferensiasi melalui desain, kualitas premium, dan narasi brand yang kuat.

3.2 Teori Khusus

Dalam hal ini penulis berperan sebagai CEO yang berarti penulis harus bisa menjadi pemimpin bagi perusahaan untuk berjalanya perusahaan, dengan menentukan arah perusahaan, pengambilan strategi, dan lain sebagainya. Berikut adalah teori yang penulis gunakan untuk menjalankan tugas-tugasnya dalam perusahaan.

3.2.1. Teori Kepemimpinan Strategis

Kepemimpinan strategis merupakan kemampuan pemimpin dalam mempengaruhi organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui visi, keputusan strategis, serta pengelolaan sumber daya. Menurut Hitt, Ireland, & Hoskisson (2022), CEO memiliki peran utama dalam menentukan arah strategi, membangun budaya organisasi, serta memastikan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Dalam konteks AndOne, CEO berperan sebagai penggerak utama yang menyatukan visi brand, pengembangan produk, serta strategi pertumbuhan usaha.

3.2.2. Teori Pengambilan Keputusan Strategis

Christopher Seifert (2 Januari, 2025) Pengambilan keputusan strategis merupakan penentu utama kesuksesan perusahaan. meningkatkan proses pengambilan keputusan dapat meningkatkan ROI hampir 7 poin persentase.

Teori ini memperkuat posisi CEO sebagai faktor kunci dalam keberhasilan AndOne sebagai brand rintisan.

3.2.3 Teori CEO dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Data

perusahaan yang dipimpin oleh pemimpin dengan orientasi data memiliki kinerja yang lebih unggul dibandingkan yang hanya mengandalkan intuisi. McKinsey (2023) menegaskan bahwa pemimpin perusahaan di era digital wajib memiliki kemampuan analisis data agar strategi bisnis dapat dijalankan secara presisi dan terukur.

Teori ini sangat relevan dengan permasalahan AndOne yang masih menghadapi keterbatasan dalam sistem pencatatan dan analisis keuangan.