

PERANCANGAN STRATEGI *BLUE OCEAN*

PADA PENGEMBANGAN PRODUK

BIBE MINICORNER PEKANBARU

TUGAS AKHIR



BELLADINA

1121001014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

JAKARTA

2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Belladina

NIM : 1121001014

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Belladina", with a stylized flourish at the end.

Tanggal : 15 September 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Belladina

NIM : 1121001014

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Perancangan Strategi *Blue Ocean* pada Pengembangan Produk BiBe Minicorner Pekanbaru

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Didit Herawan, MBA

Penguji 1 : Muchsin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. (Muc)

Penguji 2 : Dr. Ir. B. Purwoko Kusumo Bintoro, M.B.A. (Pur)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 September 2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbila'lamin, rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tentang “Perancangan Strategi *Blue Ocean* pada Pengembangan Produk BiBe Minicorner Pekanbaru” dengan lancar. Shalawat dan salam tidak lupa juga penulis haturkan untuk Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
2. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir.
3. Orang tua, Bang Wahyu, adik Raihan, dan keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi, dorongan moril maupun materil, dan juga doa restunya kepada penulis.
4. Sahabat baik penulis, Donny Ilhamsyah dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta doanya kepada penulis.
5. Sahabat-sahabat penulis Tiara, Disa, Nissa, Azka, Dzaki, Ulfa, Rezkie, Veronica, dan sahabat lainnya dari Pekanbaru yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk kelancaran penyusunan tugas akhir.

6. Sahabat-sahabat penulis di Jakarta, yaitu Nadia, Cipa, Echa, Romeo, Rabiah, Ayie, Nadya, Amy, Reno, Iqbal, Aldo, Ibnu, Ican, Adivia, Amoy, Chaca, Kak Dewangga, dan Kak Bilal yang senantiasa memberikan nasihat dan memotivasi selama proses penulisan tugas akhir.
7. Bu Erwinda, Pak Laksmono, Kak Ochi, Kak Yeni, Kak Mila, Kak Anti, Fabian, Indah, dan teman-teman di perusahaan saya magang yang selalu memberikan dukungan dan kesempatan saya untuk menyelesaikan tugas akhir.
8. Teman-teman mahasiswa Program Sudi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Seluruh pihak terkait yang telah banyak memberikan pengetahuan teknis dan non-teknis melalui diskusi, nasihat, saran, serta kritik yang membangun yang sangat berguna dalam pengembangan diri penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait di masa yang akan datang.

Jakarta, 15 September 2016

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Belladina
NIM : 1121001014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Perancangan Strategi *Blue Ocean* pada Pengembangan Produk

BiBe Minicorner Pekanbaru”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 September 2016

Yang menyatakan



(Belladina)

PERANCANGAN STRATEGI *BLUE OCEAN* PADA PENGEMBANGAN PRODUK BIBE MINICORNER PEKANBARU

Belladina¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuat rancangan strategi pengembangan produk BiBe Minicorner Pekanbaru menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy*. Ini dipilih karena BiBe Minicorner, yang merupakan produsen kue ulang tahun dengan spesialisasi *decorating fondant cake (DFC)*, mengalami penurunan pendapatan akibat persaingan di industri kue ulang tahun. Dalam melakukan penelitian, pedoman yang digunakan adalah prinsip-prinsip *blue ocean strategy* untuk mengembangkan kanvas strategi dengan menggunakan kerangka kerja empat langkah. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur yang telah didokumentasikan sebagai data sekunder dan dari wawancara kepada sepuluh narasumber sebagai data primer. Sepuluh orang yang diwawancarai adalah pendiri BiBe Minicorner, konsumen *DFC*, *cheesecake*, *butter cream cake*, *pastry*, dan lima wisatawan Kota Pekanbaru. Wisatawan dijadikan narasumber karena memiliki potensi kebutuhan akan oleh-oleh yang menunggu untuk dipenuhi dan jumlah kelompok ini akan terus bertambah pesat seiring perkembangan ekonomi dan pariwisata Kota Pekanbaru. Hasil wawancara dengan wisatawan ini memberikan informasi produk favorit yang dijadikan oleh-oleh. Sedangkan hasil wawancara dengan nonkonsumen memberikan informasi tentang kelebihan dan kekurangan produk alternatif *DFC*. Sehingga keinginan dan minat konsumen dan nonkonsumen terhadap produk kue ulang tahun dapat diketahui untuk mengembangkan produk BiBe Minicorner. Karena, nonkonsumen juga memiliki potensi menjadi konsumen dengan menggunakan pendekatan *blue ocean strategy*.

Kata kunci: Pengembangan Produk, *Blue Ocean Strategy*, Kue Ulang Tahun

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**DESIGN BLUE OCEAN STRATEGY OF PRODUCT DEVELOPMENT IN
BIBE MINICORNER PEKANBARU**

Belladina¹

ABSTRACT

This study aims to design strategy of product development in BiBe Minicorner Pekanbaru using the Blue Ocean Strategy approach. This approach has been selected because BiBe Minicorner, a birthday cake producer with speciality in decorating fondant cake (DFC), has experienced a decrease in revenue due to the competitiveness in the industry. In this study, the guidance is blue ocean strategy principles to develop strategy canvas with four action framework. The source of this study are from many documented literatures as secondary data, and from the interview to founder of BiBe Minicorner, consumers of DFC, cheesecake, butter cream cake, pastry, and five visitors of Pekanbaru. Visitors have been selected as interviewees because they have high potential of gift needs that wait to be fulfilled, and the number of this group will be increase significantly in arrow of the development of Pekanbaru economic and tourism. The interview to visitors give information about the strength and weakness of alternative product of DFC. So that, desire and interest of consumer and nonconsumer in birthday cake product can be detected to develop the product of BiBe Minicorner. Because, nonconsomers also have the potential to become consumers by using blue ocean strategy approach.

Keywords: Product Development, Blue Ocean Strategy, Birthday Cake

¹Student of Bakrie University, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Manajemen Strategi	6
2.2 <i>Blue Ocean Strategy</i>	7
2.2.1 Pengertian <i>Blue Ocean Strategy</i>	7
2.2.2 Inovasi Nilai	8
2.2.3 Kanvas Strategi.....	8
2.2.4 Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	10
2.3 Contoh Penerapan <i>Blue Ocean Strategy</i>	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Sumber Data.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Tahapan Penelitian	24

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.1.1 Profil Perusahaan	26
4.1.2 Profil Narasumber	29
4.2 Temuan Penelitian.....	32
4.2.1 Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	32
4.2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah	45
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk BiBe Minicorner	2
Gambar 1.2 Pesaing Utama BiBe Minicorner	4
Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategi Perusahaan	6
Gambar 2.2 Dinamika Diferensiasi – Biaya Rendah	8
Gambar 2.3 Kerangka Kerja Empat Langkah	9
Gambar 2.4 Rangkaian Strategi <i>Blue Ocean</i>	15
Gambar 2.5 Empat Rintangan Organisasi bagi Eksekusi Strategi	17
Gambar 2.6 Pengaruh Proses yang Adil terhadap Sikap dan Perilaku Orang	20
Gambar 2.7 Kanvas Strategi Cirque de Soleil	22
Gambar 4.1 Toko BiBe Minicorner	27
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BiBe Minicorner	28
Gambar 4.2 Kanvas Strategi <i>DFC</i> Saat Ini	38
Gambar 4.3 Kanvas Strategi <i>DFC</i> dan Kue Lain Saat Ini	38
Gambar 4.4 Peta Utilitas Pembeli BiBe Minicorner.....	41
Gambar 4.5 Koridor Harga Massa	43
Gambar 4.6 Logo BiBe Minicorner	47
Gambar 4.7 Contoh <i>Pop Cake</i>	48
Gambar 4.8 Contoh Kemasan <i>Pop Cake</i>	48
Gambar 4.9 Contoh Kemasan <i>Pop Cake</i> sebagai Oleh-oleh.....	49
Gambar 4.9 Kanvas Strategi <i>DFC</i> dan Kue Lain Masa Depan.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penambahan Produk dan Pendapatan Tahun 2010-2015	3
Tabel 2.1 Strategi <i>Red Ocean</i> Versus <i>Blue Ocean</i>	7
Tabel 2.2 Enam Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	10
Tabel 2.3 Empat Langkah dalam Memvisualisasikan Strategi	12
Tabel 3.1 Jadwal Tahapan Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Daftar Narasumber Penelitian	29
Tabel 4.2 Industri Alternatif Kue Ulang Tahun	33
Tabel 4.3 Kelompok Strategis Industri Kue dan <i>Pastry</i>	35
Tabel 4.4 Rentang Harga dan Tingkat Pembelian Industri dan Produk Alternatif ...	42
Tabel 4.5 Kerangka Kerja Empat Langkah BiBe Minicorner.....	45