



PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Edwin Krestanto

NIM : 12.30.0063

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul : PERUMUSAN *BLUE OCEAN STRATEGY* UNTUK
STRATEGI BERSAING PADA USAHA CINDY
MOACI

Dosen Pembimbing : Dra. B. Irmawati, MS.

Semarang, 11 Januari 2016

Dosen Pembimbing,

(Dra. B. Irmawati, MS.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Perumusan *Blue Ocean Strategy* Untuk Strategi Bersaing Pada
Usaha Cindy Moaci

Disusun oleh :

Nama : Edwin Krestanto

NIM : 12.30.0063

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji pada tanggal Januari 2016

Koordinator Tim Penguji, Anggota Anggota

(Dr. Rustina Untari)

(Drs. Y Sugiharto,MM.)

(Dra.B.Irmawati,MS.)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

(Drs. Sentot Suciarto A., Ph. D)

NPP : 058.1.1988.030

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PERUMUSAN BLUE OCEAN STRATEGY UNTUK STRATEGI

BERSAING PADA USAHA CINDY MOACI

Benar – benar merupakan karya saya sendiri, saya tidak memplagiasi karya orang lain yang seolah – olah saya akui sebagai karya saya sendiri. Apabila saya terbukti melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dibatalkan oleh pihak Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Febuari 2016

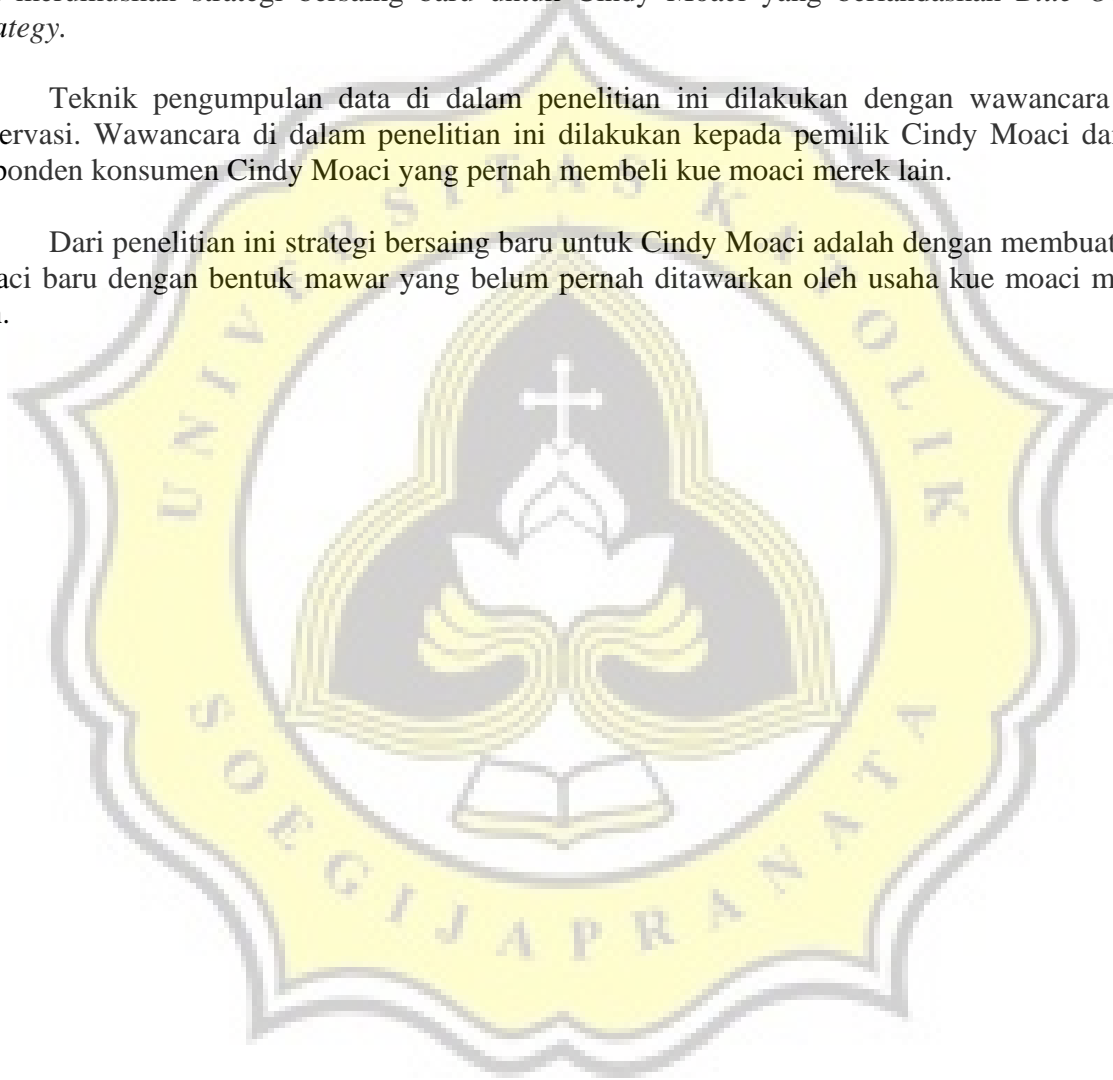
Penulis,

ABSTRAK

Persaingan di dalam industri makanan semakin ketat dan dibutuhkan strategi yang berguna untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankan, salah satu pendekatan yang bisa digunakan adalah *Blue Ocean Strategy*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing apa yang sudah dimiliki dan dijalankan oleh usaha Cindy Moaci dan merumuskan strategi bersaing baru untuk Cindy Moaci yang berlandaskan *Blue Ocean Strategy*.

Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan observasi. Wawancara di dalam penelitian ini dilakukan kepada pemilik Cindy Moaci dan 10 responden konsumen Cindy Moaci yang pernah membeli kue moaci merek lain.

Dari penelitian ini strategi bersaing baru untuk Cindy Moaci adalah dengan membuat kue moaci baru dengan bentuk mawar yang belum pernah ditawarkan oleh usaha kue moaci merek lain.

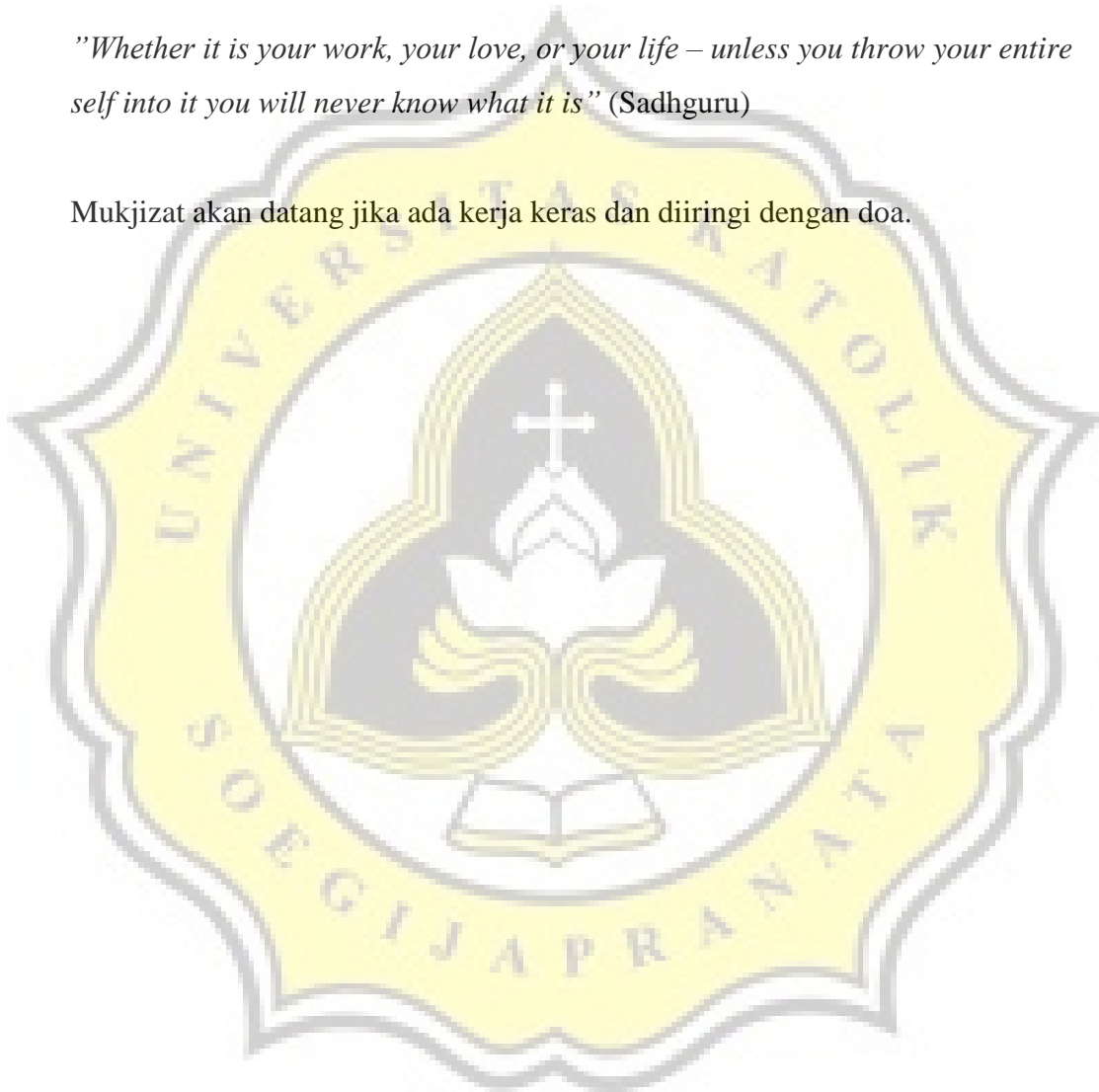


MOTTO

Sebab itu, berkaryalah sesuai dengan tugas dan kewajibanmu sebab bekerja adalah lebih baik daripada tidak bekerja. Bahkan kau tidak dapat memelihara dan mempertahankan tubuh ini tanpa bekerja (Bhagavad Gita 3:7)

"Whether it is your work, your love, or your life – unless you throw your entire self into it you will never know what it is" (Sadhguru)

Mukjizat akan datang jika ada kerja keras dan diiringi dengan doa.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karunia dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*PERUMUSAN BLUE OCEAN STRATEGY* UNTUK STRATEGI BERSAING PADA USAHA CINDY MOACI”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan dalam menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Pada kesempatan penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu :

1. Kepada Bp. Sentot Suciarto A., Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
2. Kepada Ibu Dra. B. Irmawati, MS. Selaku dosen pembimbingan yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan, motivasi, dan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bp. Drs. Y.Sugiharto, MM. dan Ibu Dr. Rustina Untari selaku dosen penguji, yang telah membantu penulis dengan memberikan saran yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada seluruh dosen FEB Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah bersedia mengajar serta memberikan ilmu dan teladan dalam kegiatan perkuliahan yang sangat berguna bagi penulis.

5. Kepada Ibu Sulistiowati Widjaja dan Bp. Hendrawan yang sudah meluangkan waktu untuk diwawancara dan membantu penulis dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua yang penulis sayangi, karena atas doa, dukungan, dan motivasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan studi S1 di Universitas Katolik Soegijapranata ini.
7. Kepada kakak penulis yang penulis sayangi, karena atas saran dan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat seperjuangan yang penulis sayangi Buwono Phantarhei Putra, Marco Wijaya, Alexander Valentino, dan Andreas Kurniawan yang sudah banyak memberikan saran, ide, motivasi, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat – sahabat yang penulis cintai Thomas, Fadhil, Adhit, Ian, Arif, Rimong, Veri, Gusty, Cecil, Monica, Melita, Raymond yang sudah banyak memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas peran sertanya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kara sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak guna penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi penelitian selanjutnya dan dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Semarang, 9 Januari 2016

Penulis,

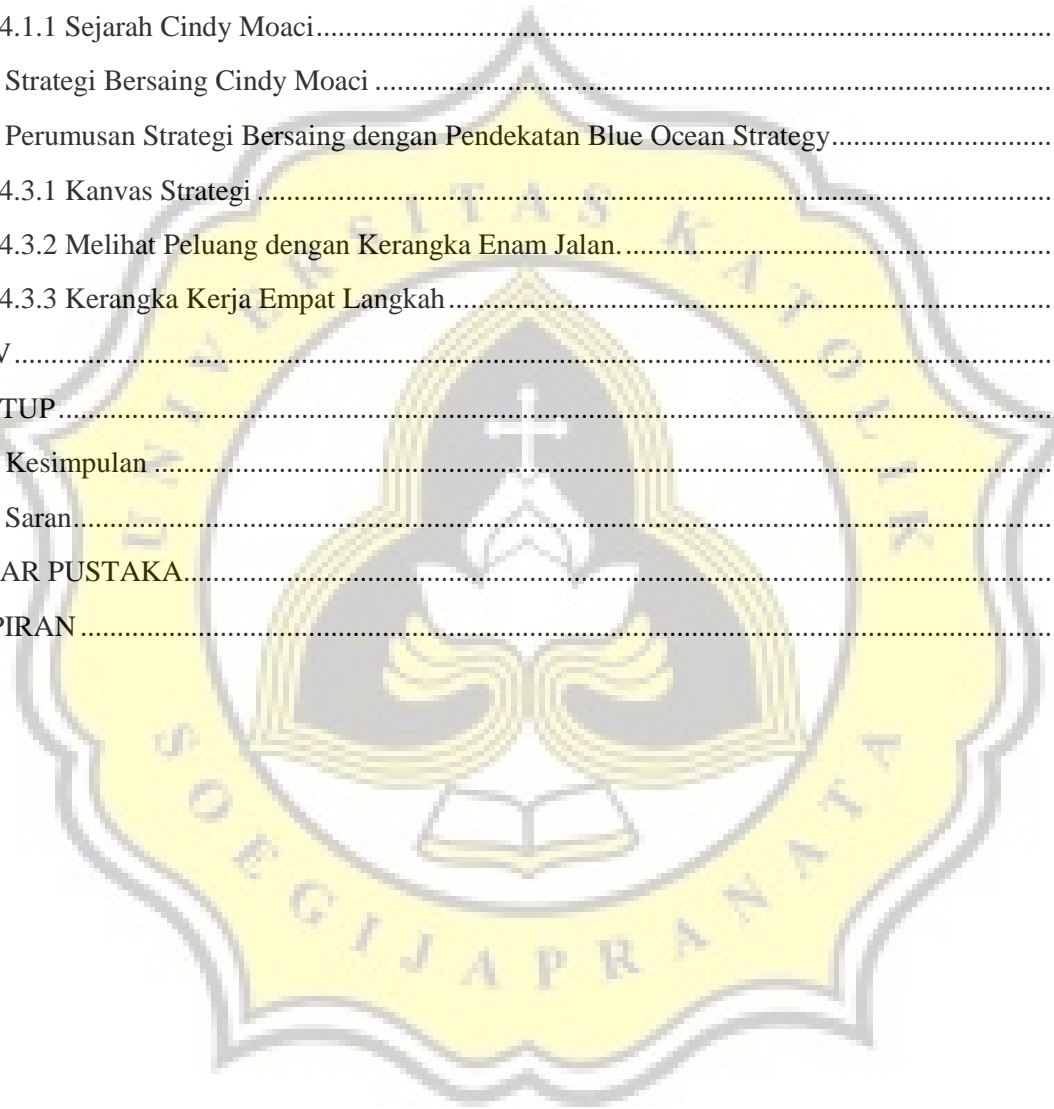
(Edwin Krestanto)



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Kewirausahaan.....	9
2.2 UKM (Usaha Kecil dan Menengah).....	9
2.3 Strategi.....	10
2.4 Strategi Samudra Biru (Blue Ocean Strategy).....	12
2.4.1 Kanvas Strategi.....	14
2.4.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	14
2.4.3 Tahap – Tahap dalam Merumuskan <i>Blue Ocean Strategy</i>	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Kerangka Pikir.....	23
2.7 Definisi Operasional.....	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Sampel dan Sumber Data.....	27

3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Metode Analisis Data	30
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Cindy Moaci	33
4.1.1 Sejarah Cindy Moaci.....	33
4.2 Strategi Bersaing Cindy Moaci	34
4.3 Perumusan Strategi Bersaing dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy.....	38
4.3.1 Kanvas Strategi	39
4.3.2 Melihat Peluang dengan Kerangka Enam Jalan.....	51
4.3.3 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	55
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 JUMLAH INDUSTRI MIKRO DAN INDUSTRI KECIL DI INDONESIA.....	1
Tabel 1.2 JUMLAH INDUSTRI MAKANAN MIKRO DAN KECIL DI JAWA TENGAH.....	3
Tabel 1.3 HARGA KUE MOACI DI SEMARANG.....	4
Tabel 1.4 FAKTOR – FAKTOR PERSAINGAN SAAT INI.....	6
Tabel 2.1 KRITERIA UMKM MENURUT UU NO 20 TAHUN 2008.....	10
Tabel 3.1 KATEGORI PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN.....	29
Tabel 3.2 METODE ANALISIS DATA.....	30
Tabel 4.1 PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN MENGENAI HARGA DARI CINDY MOACI DAN GEMINI.....	43
Tabel 4.2 PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN MENGENAI RASA KUE MOACI DARI CINDY MOACI DAN GEMINI.....	44
Tabel 4.3 PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN MENGENAI KEMASAN KUE MOACI DARI CINDY MOACI DAN GEMINI.....	45
Tabel 4.4 PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN MENGENAI KEMUDAHAN KONSUMEN DALAM MENDAPATKAN KUE MOACI CINDY MOACI DAN GEMINI.....	46
Tabel 4.5 PENDAPAT RESPONDEN KONSUMEN MENGENAI IZIN USAHA MAKANAN.....	47
Tabel 4.6 KERANGKA KERJA EMPAT LANGKAH CINDY MOACI.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 UPAYA DALAM MENGEJAR DIFERENSIASI DAN BIAYA RENDAH.....	13
Gambar 2.2 GAMBAR TIGA TINGATAN KONSUMEN.....	19
Gambar 2.3 RANGKAIAN STRATEGI SAMUDRA BIRU.....	21
Gambar 2.4 KERANGKA PIKIR PENELITIAN.....	25
Gambar 4.1 KEMASAN CINDY MOACI.....	40
Gambar 4.2 KANVAS STRATEGI CINDY MOACI.....	48
Gambar 4.3 CONTOH DESAIN KEMASAN CINDY MOACI UNTUK VALENTINE.....	58
Gambar 4.4 CONTOH DESAIN KEMASAN CINDY MOACI UNTUK IMLEK	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. HASIL WAWANCARA PRA – SURVEY.....	66
Lampiran 2. HASIL WAWNACARA.....	76
Lampiran 3. PENILAIAN RESPONDEN KONSUMEN CINDY MOACI TERHADAP FAKTOR – FAKTOR PERSAINGAN USAHA KUE MOACI.....	133

