

**PENERAPAN STRATEGI CANVAS *BLUE OCEAN* DALAM
USAHA UNTUK MENEMUKAN PELUANG BISNIS BARU DI
INDUSTRI *LIVE VIDEO STREAMING***

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Dapat Mengikuti Sidang
Tesis**



Oleh:

**Hansen William
2015811025**

**Pembimbing Utama
Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M.**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENERAPAN STRATEGI CANVAS BLUE OCEAN DALAM USAHA UNTUK
MENEMUKAN PELUANG BISNIS BARU DI INDUSTRI *LIVE VIDEO*
*STREAMING***



**Oleh:
Hansen William
2015811025**

**Disetujui Untuk Diajukan Sidang dalam :
Sidang Ujian Hari/Tanggal :
Senin, 31 Juli 2017**



Pembimbing Utama:

Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta Drs., A.k., M.M.

TES-PMM
WIL
P/17
tes 1822

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
JULI 2017**



PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya dengan data diri sebagai berikut

Nama : Hansen William
Nomor Pokok Mahasiswa : 2015811025
Program Studi : Magister Manajemen
Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Katolik Parahyangan

Menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

“PENERAPAN STRATEGI CANVAS *BLUE OCEAN* DALAM USAHA UNTUK MENEMUKAN PELUANG BISNIS BARU DI INDUSTRI *LIVE VIDEO STREAMING*”

adalah benar-benar karya saya sendiri di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau jika ada tuntutan formal atau non formal dari pihak lain berkaitan dengan keaslian karya saya ini, saya siap menanggung segala resiko, akibat dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 18 Juli 2017



Hansen William

**PENERAPAN STRATEGI CANVAS BLUE OCEAN DALAM USAHA
UNTUK MENEMUKAN PELUANG BISNIS BARU DI INDUSTRI *LIVE
VIDEO STREAMING***

**Hansen William (NPM : 2015811025)
Pembimbing Utama: Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta Drs., Ak., M.M.
Magister Manajemen
Bandung
Juli 2017**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa perubahan yang sangat besar terhadap kehidupan manusia seperti misalnya internet. Teknologi ini kemudian berkembang dari yang sifatnya statis menjadi dinamis yang ditandai dengan kemunculan perangkat *mobile*. Perkembangan teknologi ini pula yang mendasari munculnya industri baru yang berbasis internet yaitu Industri Media Sosial dan Industri Streaming. Dalam beberapa tahun belakangan muncul Industri *Live video streaming* yang tiba tiba menjadi salah satu industri yang bernilai tinggi. Penelitian ini mencoba mencari tahu apakah ada peluang bisnis yang dapat dilakukan terkait dengan industri baru tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, FGD, observasi dan studi literatur. Dari hasil penelitian diketahui bahwa industri *Live video streaming* merupakan sebuah industri baru yang merupakan pengembangan dari gabungan industri media sosial dan industri Streaming dimana elemen paling pentingnya adalah *Host* atau penyiar. Peluang bisnis yang mungkin dilakukan adalah terkait dengan manajemen *Host* dengan menggunakan konsep dasar manajemen artis.

**PENERAPAN STRATEGI CANVAS BLUE OCEAN DALAM USAHA
UNTUK MENEMUKAN PELUANG BISNIS BARU DI INDUSTRI *LIVE
VIDEO STREAMING***

**Hansen William (NPM : 2015811025)
Pembimbing Utama: Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta Drs., Ak., M.M.
Magister Manajemen
Bandung
Juli 2017**

ABSTRACT

Development in technology such as Internet, gives significant impact to human's life. The further development was marked with the changes from static to dynamic technology. These development was shown by the emergence of mobile handheld. These technology also become the based for some new industry for example Social Media Industri and Streaming Industri. These recent years, a new technology based industry also emerge known as *Live video streaming* Industry which has a very good prospect. This research is trying to find for any possibilities in making a new business in the new industry. This research use case study method with interview, FGD, observation and literature study for the data collection method. It is conclude that *Live video streaming* Industri is a new industry comes from combined social media and streaming industry with the core element is the *host*. The business opportunities that might be run is *host* management with the based of artists management.

PRAKATA

Pertama-tama saya ingin memanjatkan syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan berkat, kekuatan, kesehatan serta semangat yang melimpah sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya yang dimulai dari tahun 2015 hingga tahun 2017. Banyak halangan dan rintangan yang saya hadapi selama menempuh studi di Universitas Katolik Parahyangan, khususnya dalam penyelesaian tesis ini. Dalam proses penyelesaian tesis ini, saya memperoleh banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang begitu besar kepada penulis sehingga saya dapat menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan dan menyelesaikan tesis yang berjudul “Penerapan Strategi Canvas Blue Ocean Dalam Usaha Untuk Menemukan Peluang Bisnis Baru di Industri *Live video streaming*.” Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Kuasa, atas segala rahmat dan berkat-Nya yang membuat saya dapat menyelesaikan tesis saya dengan baik.
2. Kedua orang tua dan juga adik, yang telah merawat, memotivasi, serta bekerja keras agar saya dapat mengenyam pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan serta memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan hasil yang maksimal.
3. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta Drs., Ak., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan banyak waktu untuk berkonsultasi, kritik dan saran untuk membantu menyelesaikan tesis ini

4. Ibu Dr. Orpha Jane selaku pembahas dan penguji dalam penyusunan tesis ini yang telah banyak membagi banyak saran untuk menyempurnakan penelitian ini
5. Ibu Dr Laura Lahindah selaku pembahas dan penguji dalam penyusunan tesis ini yang telah banyak membantu memberikan saran agar tesis ini menjadi lebih baik lagi
6. Komunitas *Live video streaming* khususnya kepada Bapak Indra Samoedra selaku anggota dari VIP 9 dan Bapak Idris Tarmidi yang senantiasa memberikan masukan dan membantu dalam penelitian ini
7. Teman teman *Host Live video streaming* yaitu Yen, Mic Maria, Octhavia, Paopao, Angela, Hera, Chika, Jessica Angelia V, Christhalia, Mugadotcom, Gorgeous, Thessi, David, Frida, Misstian, Steven, Ema, IcanK, Rhey dan teman teman *Host* yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang senantiasa menghibur dan memberikan semangat
8. Semua pihak yang lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Pada akhir kata, ada pepatah yang berbunyi tak ada gading yang tak retak, dan oleh sebab itu saya menyadari masih terdapat kekurangan dalam tesis ini. Saya akan dengan senang hati menerima segala kritik dan saran agar tesis ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Juli 2017

Penulis

Hansen William

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

PRAKATA i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR GAMBAR vvi

DAFTAR LAMPIRAN viii

Bab 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian1

1.2 Identifikasi Masalah9

1.3 Tujuan Penelitian.....9

1.4 Kegunaan Penelitian.....10

1.5 Kerangka Pemikiran11

Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA 15

2.1 Pengertian Manajemen Stratejik.....15

2.2 Pengertian Strategi16

2.3 Pengertian Blue Ocean Strategy18

2.4 Value Innovation199

2.5 Analytical Tools and Framework19

2.5.1 *The Strategy Canvas*20

2.5.2 The Four Action Framework.....	21
2.6 Pengertian Internet.....	22
2.7 Pengertian Media Sosial	23
2.7.1 Penggolongan Media Sosial	24
2.8 Pengertian Streaming.....	26
Bab 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.1.2 Analisis Data	30
3.2 Objek Penelitian	31
3.2.1 Industry <i>Live video streaming</i>	31
Bab 4 PEMBAHASAN	33
4.1 Analisis Industri Media Sosial	33
4.1.1 Blog	33
4.1.2 Wiki	37
4.1.3 Social Bookmarking	38
4.1.4 Social Network Sites	39
4.1.5 Status Update Services	41
4.1.6 Virtual World Content	43
s 4.1.7 Media Sharing Sites	44
4.2 Analisis Industri Streaming	45

4.2.1 Streaming Music	46
4.2.2 Streaming Video	49
4.2.3 Streaming Live	50
4.3 Analisis Industri <i>Live video streaming</i>	51
4.4 Analisis Industri <i>Live video streaming</i> dibandingkan dengan Industri Media Sosial dan Industri Streaming	58
4.5 Analisis <i>Four Action Framework</i> terhadap industri <i>Live video streaming</i>	685
4.6 Analisis Manajemen Artis	68
4.7 Analisis Manajemen <i>Host Live Streaming</i>	75
Bab 5 KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	899
Daftar Pustaka	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan pengguna layanan streaming	3
Gambar 1.2 Aplikasi <i>Live video streaming</i>	5
Gambar 1.3 Aplikasi <i>Live video streaming</i>	5
Gambar 1.4 17 Media Streaming.....	6
Gambar 1.5 Nonolive	6
Gambar 1.6 Profile <i>Host</i> dan Jumlah Virtual Gift	7
Gambar 1.7 Perkembangan Industri <i>Live video streaming</i>	8
Gambar 2.1 Value Innovation	19
Gambar 2.2 Strategi Canvas	20
Gambar 2.3 Four Action Framework.....	21
Gambar 4.1 Fitur Blog	34
Gambar 4.2 Wikipedia	38
Gambar 4.3 Reddit	39
Gambar 4.4 Facebook	40
Gambar 4.5 Twitter	42
Gambar 4.6 Second Life.....	43
Gambar 4.7 Fitur Second Life	43
Gambar 4.8 Youtube	44
Gambar 4.9 Media Fire	45
Gambar 4.10 Statistik Penjualan Musik.....	46
Gambar 4.11 Layanan Streaming Musik	47
Gambar 4.12 Streaming Video	49
Gambar 4.13 Twitch.....	51
Gambar 4.14 Tampilan Home Aplikasi <i>Live video streaming</i>	52
Gambar 4.15 Tampilan Explore	53
Gambar 4.16 Fitur Negara di Aplikasi Bigo Live	53
Gambar 4.17 Contoh Live Room.....	54
Gambar 4.18 Profile <i>Host</i>	56
Gambar 4.19 Harga Virtual Gift Aplikasi <i>Live video streaming</i>	56

Gambar 4.20 Pemetaan Industri Media Sosial, Industri Streaming dan Industri <i>Live video streaming</i>	59
Gambar 4.21 SM Entertainment	72
Gambar 4.22 YG Entertainment	73
Gambar 4.23 JYP Entertainment	74
Gambar 4.24 Pemetaan strategi canvas manajemen artis dan manajemen <i>host</i>	78
Gambar 4.25 Value Manajemen <i>Host</i> bagi Penyedia Jasa Layanan ..	82
Gambar 4.26 Value Manajemen <i>Host</i> bagi <i>Host</i>	84

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i>	93
Lampiran 2 Dokumentasi wawancara dengan Chika_p	122

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi sangatlah cepat dan selalu membawa perubahan yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Salah satu teknologi tersebut adalah internet. Internet menyebabkan penyebaran informasi menjadi sangat cepat dan bisa diakses darimanapun. Hal ini pula yang mendorong munculnya banyak hal-hal baru yang sebelumnya tidak terbayangkan karena melihat informasi yang bukan lagi berasal dari tempat seseorang melainkan dari seluruh dunia. Berdasarkan data yang dilansir dari sebuah artikel online, pada tahun 2016 total pengguna internet di seluruh dunia adalah 47% atau mendekati 7.5 Miliar orang

Internet memberikan dampak yang luar biasa dan menyebabkan pergeseran gaya hidup yang dihasilkan dari inovasi yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Misalnya saja dengan kehadiran media sosial pada awal tahun 1995. Salah satu media sosial yang sangat fenomenal dan menjadi awal daripada trend ini adalah Friendster disusul dengan LinkedIn, MySpace, Facebook dan masih banyak lagi media sosial lain yang memiliki karakteristik yang berbeda namun tetap memiliki fungsi sebagai suatu wadah untuk mempertemukan orang dari seluruh dunia baik yang sebelumnya sudah dikenal maupun orang baru. Hal ini pula yang menyebabkan penggunaan internet yang pada awalnya sangat bertumpu pada penggunaan komputer meningkat drastis. Orang-orang mulai menghabiskan

waktunya di depan komputer untuk berselancar di dunia maya dibandingkan menghabiskan waktu di depan media konvensional seperti televisi dan radio.

Pada awalnya pengguna internet dunia masih didominasi oleh perangkat desktop. Didasari dengan banyaknya hal yang dapat dilakukan oleh internet, perkembangan teknologi pun mulai memasuki era perangkat mobile seperti tablet dan smartphone. Perangkat mobile ini menciptakan kemudahan bagi para penggunanya karena mereka bisa mengakses internet dimanapun penggunanya berada. Selain itu kehadiran perangkat mobile ini juga menjadi salah satu teknologi yang sangat penting karena memiliki banyak sekali fitur yang dapat menggantikan banyak sekali perangkat lainnya seperti memutar lagu dan video, melakukan panggilan telepon, berselancar di dunia maya dan masih banyak lagi.

Mayoritas operator jasa telekomunikasi saat ini pun lebih fokus menyediakan layanan internet yang menyebabkan ketergantungan terhadap internet semakin tinggi. Menurut Lembaga Zenith, akses internet dari perangkat seluler meroket dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2012 smartphone dan tablet hanya mewakili 40% dari akses internet global, kemudian meningkat menjadi 68% pada tahun 2016 dan diprediksi pada tahun 2018 penggunaan perangkat mobile untuk mengakses internet di seluruh dunia akan melesat menjadi 79%.

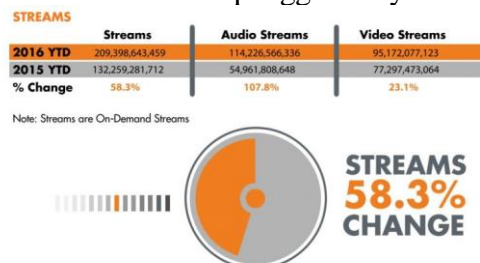
Dengan kemunculan perangkat mobile tersebut, para developer mulai berlomba lomba dalam menciptakan aplikasi yang dapat beroperasi di smartphone

tersebut. Media sosial yang biasanya dibuka melalui halaman tertentu di komputer atau *browser* mulai dibuat dalam bentuk aplikasi.

Dampak daripada hal ini adalah semakin banyaknya orang yang menggantungkan kehidupan mereka terhadap internet dan perangkat mobile. Orang-orang mulai berusaha untuk menunjukkan eksistensi dirinya melalui media sosial. Mereka seringkali mengunggah foto, video ataupun tulisan tentang apa yang mereka rasakan agar dapat dilihat oleh orang lain. Selain itu komunikasi lebih banyak dilakukan di dunia maya dan hal ini dilakukan oleh mayoritas orang yang memiliki *smartphone*.

Perubahan ini juga terjadi pada dunia hiburan. Pada awalnya orang-orang terbiasa membeli lagu atau video dalam bentuk fisik seperti kaset dan *Compact Disc*. Kemudian dengan kehadiran internet, kita dapat bebas mengunduh lagu atau video tersebut. Namun, semakin banyak *file* yang diunduh, maka kapasitas penyimpanan yang kita miliki akan semakin berkurang. Hal inilah yang mendasari kemunculan layanan *streaming*.

Gambar 1.1 Pertumbuhan pengguna layanan streaming



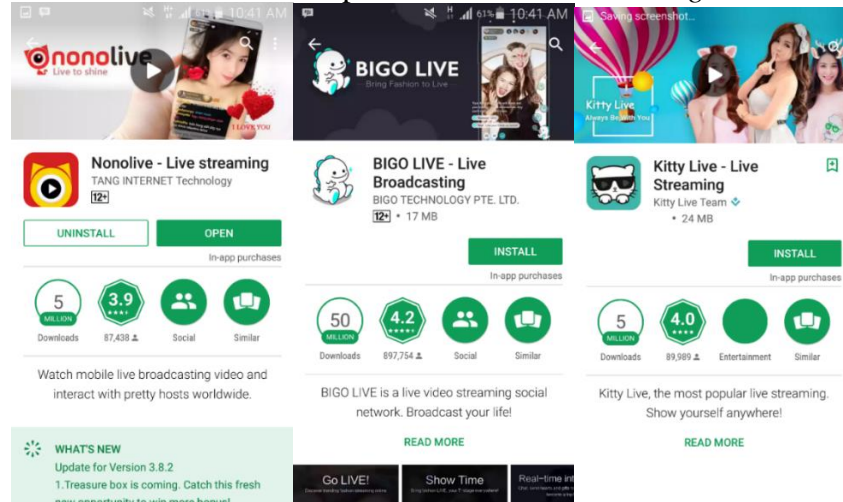
Sumber: www.royaltyexchange.com

Berdasarkan data yang dilansir dari sebuah artikel online, dapat dilihat kecenderungan dimana orang-orang sudah lebih memilih untuk berlangganan layanan *streaming*. Keuntungan yang didapatkan adalah mereka dapat mengakses lagu atau video yang diinginkan melalui komputer maupun perangkat *mobile* yang mereka miliki tanpa harus memikirkan masalah kapasitas penyimpanan karena *file* yang diakses tidak diunduh terlebih dahulu. Cukup dengan berlangganan, beberapa ada yang gratis dan ada pula yang berbayar, maka kita dapat mengakses jutaan lagu dan juga video yang tersimpan di *server* milik penyedia jasa layanan *streaming*. Bahkan beberapa stasiun TV dan radio pun meluncurkan layanan *streaming* gratis agar penontonnya dapat menonton siaran televisi ataupun radio dimanapun mereka berada.

Perkembangan teknologi ini kemudian dilanjutkan dengan munculnya sebuah industri baru yaitu aplikasi *Live video streaming*. Aplikasi ini membuat penggunanya dapat menikmati siaran langsung yang dibawakan oleh pengguna lain dan bahkan berinteraksi langsung dengan cara mengirimkan teks yang terkoneksi secara *real-time*. Seperti dilihat dari Google Play Store, untuk Indonesia sendiri ada beberapa aplikasi *live video streaming* yang cukup populer dan beberapa di antaranya adalah aplikasi 17 - Media, Live.me, Kitty Live, Bigo Live dan Nonolive dimana masing masing aplikasi tersebut telah diunduh lebih dari 1 juta kali. Bahkan setelah kemunculan aplikasi ini, banyak platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube meluncurkan fitur *Live* yang membuat penggunanya dapat melakukan siaran langsung seperti aplikasi tersebut. Namun demikian, fitur baru

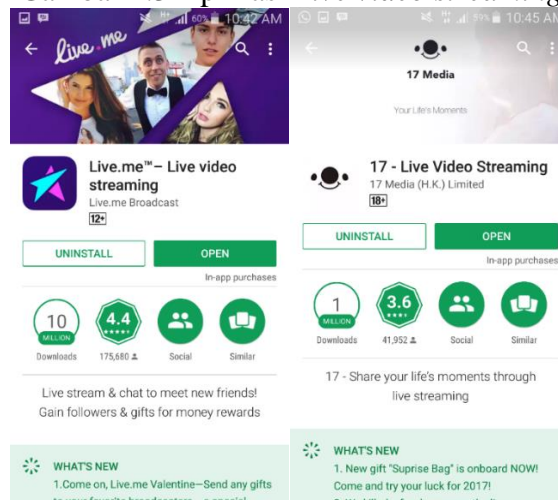
yang ditawarkan oleh media sosial tersebut tidak dapat membendung fenomena baru yang diciptakan oleh industri ini.

Gambar 1.2 Aplikasi *Live video streaming*



Sumber : Playstore

Gambar 1.3 Aplikasi *Live video streaming*

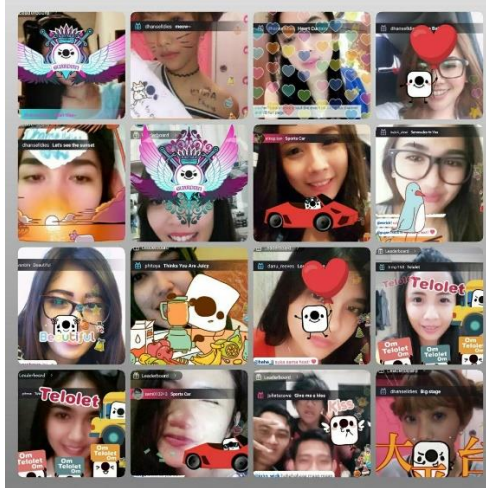


Sumber : Playstore

Dengan banyaknya pengguna aplikasi *live video streaming* dan jumlah aplikasi yang tidak terlalu banyak secara tidak langsung menimbulkan persaingan yang ketat di antara aplikasi. Persaingan di antara aplikasi *live video streaming* sangat ketat mengingat pemasukan yang didapatkan dari aplikasi berasal dari

virtual gift yang diberikan oleh para pengguna aplikasi terhadap penyiar atau seringkali disebut sebagai *host* yang dimiliki oleh masing masing aplikasi. Hal ini menimbulkan suatu kebutuhan yang besar dari aplikasi terhadap *host*. *Host* ini adalah mereka yang menjadi ujung tombak daripada aplikasi untuk mendapatkan keuntungan yang berasal dari virtual gift yang diberikan oleh para pengguna aplikasi kepada para penyiar.

Gambar 1.4 17 Media Live Streaming



Sumber : 17 Media

Gambar 1.5 Nonolive



Sumber: Nonolive

Tentu saja selain jumlah *host* yang banyak perlu diperhatikan juga kinerja dari setiap *host* dalam membawakan siaran karena selain persaingan antar aplikasi, terjadi juga persaingan yang sangat ketat di antara *host* di dalam aplikasi itu sendiri. Inilah yang menciptakan kebutuhan terhadap *host* yang memiliki kelebihan dibandingkan *host* lainnya agar *host* tersebut dapat memberikan dampak yang positif terhadap dirinya sendiri maupun perusahaan.

Gambar 1.6 Profile *Host* dan Jumlah Virtual Gift

The screenshot displays a social media profile for 'CIMON27 | Queen Of JaBu...'. The profile includes a bio mentioning 'NONLIVE CHARITY EVENT 15-22 Maret 2017' and 'Family JaBuss ID: 326411'. It shows 236 followers and 218,652 fans. Below the profile, there is a 'Top Fans' section listing several users with their virtual gift counts and levels.

Rank	Username	Virtual Gift Count	Level
1	Panger27an/JaBuss	1,770,639	Lv. 125
2	Kin27g/JaBuss	5,475,492	Lv. 132
3	KoMoDo/JaBuss	1,388,592	Lv. 118
4	KingOfAvalonJaBuss	950,921	Lv. 107
5	hendra31	812,617	Lv. 131
6	bcs II JaBuss	377,196	Lv. 107
7	ko Rusli	238,374	Lv. 135
8	199,086	Lv. 85
9	Rifky Bargah	166,814	Lv. 75
10	Yohan933	152,464	Lv. 100

Sumber: Nonolive

Apabila kita melihat gambar di atas yang merupakan gambaran dari salah satu aplikasi, ada beberapa hal menarik yang dapat kita perhatikan. *Host* yang berada di gambar menggunakan akun bernama CIMON27 dan memiliki jumlah fans lebih dari 200 ribu orang dari pengguna aplikasi yang sama dengan fans terbaik yang menggunakan nama Kin27g/ JaBuss. Jumlah *virtual gift* yang diberikan oleh peringkat pertama mencapai lebih dari 5 juta *diamond* dimana pada umumnya *host* akan mendapatkan 20% dari total *virtual gift* dan sisanya adalah keuntungan untuk perusahaan.. Jika nilai ini dikonversi kedalam mata uang Rupiah, untuk aplikasi ini nominal dari 1 *diamond* setara dengan Rp 100,-. Dari 1 fans saja, CIMON27 berhasil mendapatkan lebih dari Rp 500.000.000,- dimana Cimon mendapatkan sekitar Rp 100.000.000,- dan Rp 400.000.000,- adalah untuk perusahaan. Nominal ini baru berasal dari 1 fans saja dan yang ditampilkan hanyalah 10 fans yang terbanyak memberikan hadiah. Selain itu pendapatan perusahaan tersebut baru berasal dari 1 *host* saja. Dapat dibayangkan betapa besar potensi pendapatan yang dapat diraih oleh sebuah perusahaan yang ada di industri ini.

Gambar 1.7 Perkembangan Industri *Live video streaming*



Sumber : detik.com

Dalam perkembangannya, banyak investor yang mulai melirik industri ini. Mengutip dari artikel yang dilansir salah satu media ternama, disebutkan bahwa valuasi daripada salah satu perusahaan di industri ini menyentuh angka lebih dari 5 Triliun Rupiah. Artikel lain menyebutkan ada perusahaan lain di industri yang sama mendapatkan dukungan dana sebesar USD 21 Juta. Dari pemberitaan ini dapat terlihat betapa besarnya keuntungan yang dapat diberikan oleh industri ini sehingga investor mau memberikan dukungan dana dengan jumlah nominal yang sangat besar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang disebutkan di atas, maka identifikasi masalah penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut

1. Bagaimana gambaran *strategy canvas* dari industri *live video streaming* secara keseluruhan?
2. Apakah ada peluang bisnis baru yang mungkin dilakukan terkait dengan adanya industri *live video streaming*?

1.3 Tujuan Penelitian

Apabila dilihat dari identifikasi masalah yang telah dikemukakan, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui *strategy canvas* dari industri *live video streaming*

2. Dapat mengetahui apakah ada peluang bisnis baru yang mungkin dilakukan terkait dengan adanya industri *live video streaming*

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi para investor
 - i. Memberikan gambaran apabila ingin menciptakan suatu bisnis baru di industri *Live video streaming*
2. Bagi Peneliti
 - i. Memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai analisis industri *live video streaming*
 - ii. Memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai penggunaan metode *strategy canvas blue ocean*
 - iii. Sebagai salah satu syarat dan kewajiban dalam menempuh ujian akhir tesis di Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung
3. Manfaat bagi Akademisi dan Pihak Lain
 - i. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi sekaligus memberikan tambahan wawasan untuk penelitian selanjutnya
 - ii. Sebagai salah satu bahan pembelajaran untuk memperdalam disiplin ilmu manajemen, dalam hal ini manajemen strategik
 - iii. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mereka yang ingin mengetahui industri *live video streaming* lebih dalam ataupun membuat bisnis yang berhubungan dengan hal tersebut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penggunaan daripada teori *strategy canvas* ini adalah untuk mengetahui gambaran strategi yang digunakan oleh suatu industri atau perusahaan serta dapat digunakan untuk menciptakan alternatif bisnis yang merupakan pengembangan dari bisnis yang sebelumnya pernah ada. Dengan *strategy canvas*, diharapkan *value* yang diberikan di pengembangan bisnis atau produk yang baru akan lebih berguna bagi konsumen. Bukan hanya itu saja, di sisi lain penggunaan *strategy canvas* ini juga menghilangkan beban biaya yang dianggap tidak perlu atau terlalu tinggi sehingga biaya yang dikeluarkan diharapkan dapat menjadi lebih rendah.

Dalam melakukan penelitian ini, Blue Ocean – Strategy Canvas digunakan sebagai kerangka berpikir dimana tahapannya dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

1. *Strategy Canvas – Analytical Tools*
2. *Four Actions Framework - Eliminated Factors; Reduced Factors; Raised Factors; dan Created Factors;*

Bagian pertama dari penelitian ini adalah penggunaan *strategy canvas* untuk melakukan penggambaran strategi daripada industri *live video streaming*. Hasil daripada *analytical tools* ini adalah sebuah grafik kurva yang menunjukkan hal apa saja yang diberikan kepada konsumen pada sumbu *horizontal* dan seberapa besar hal tersebut diberikan kepada konsumen pada sumbu *vertical*. Hasil daripada kurva ini juga dapat membuat kita mengetahui bagaimana kecenderungan industri dalam memberikan *value* kepada konsumennya. Kemudian hasil daripada kurva ini dapat

dijadikan landasan untuk kemudian digunakan di *Four Actions Framework*. Pada bagian ini terdapat 4 (empat) poin penting yaitu:

1. *Eliminated Factors*

Dari hasil *strategy canvas* yang ada, dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk kemudian dapat menentukan apakah ada faktor yang sudah tidak relevan atau dapat dihilangkan sehingga biaya yang ditimbulkan dapat dikurangi.

2. *Reduced Factors*

Dari hasil *strategy canvas* yang ada, dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk kemudian analisis dapat menentukan apakah ada faktor yang sudah tidak memberikan dampak signifikan atau dapat dikurangi sehingga biaya yang ditimbulkan dapat berkurang.

3. *Raised Factors*

Dari hasil *strategy canvas* yang ada, dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk kemudian analisis dapat menentukan apakah ada faktor yang relevan namun *value* yang diberikan terhadap konsumen dinilai masih kurang sehingga dapat ditingkatkan agar konsumen merasa lebih puas.

4. *Created Factors*

Dari hasil *strategy canvas* yang ada, dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk kemudian analisis dapat menentukan apakah ada faktor yang

sebetulnya relevan namun belum diberikan kepada konsumen sehingga dapat dipertimbangkan untuk diberikan agar konsumen merasa lebih puas dengan *value* yang diberikan.

Setelah dianalisis berdasarkan 4 (empat) poin diatas, selanjutnya dapat dibuat kurva *strategy canvas* yang baru untuk kemudian dijadikan panduan dalam menetapkan produk atau jasa yang memiliki nilai yang berbeda dan lebih baik dibandingkan sebelumnya namun mengurangi biaya yang sebelumnya ada menjadi lebih efisien. Hasil daripada kurva ini dapat dibandingkan secara sejajar dengan kurva sebelum dilakukan analisis menggunakan *Four Action Framework*.