



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Implementasi Konsep *Blue Ocean Strategy* di
RAD Research pada tahun 2014**

Skripsi

Oleh

Tri Dewanti Kusumadewi Prasetyawati

2013320137

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Implementasi konsep *Blue Ocean Strategy* di
RAD Research pada tahun 2014**

Skripsi

Oleh

Tri Dewanti Kusumadewi Prasetyawati

2013320137

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Tri Dewanti Kusumadewi Prasetyawati
Nomor Pokok : 2013320137
Judul : Analisis Implementasi Konsep *Blue Ocean Strategy* di RAD
Research pada tahun 2014

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 04 Agustus 2017
Dan dinyatakan **LULUS**



Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil

: 

Sekretaris
Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M

: 

Anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Dewanti K.P
NPM : 2013320137
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Implementasi Konsep *Blue Ocean Strategy* di RAD Research pada tahun 2014

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Agustus 2017


METERAI
TEMPEL
CEP 7AEF654082340
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Tri Dewanti K.P

ABSTRAK

Nama : Tri Dewanti Kusumadewi Prasetyawati

NPM : 2013320137

Judul : Analisis Implementasi Konsep *Blue Ocean Strategy* di RAD Research pada tahun 2014

Indonesia menjadi pasar yang menjanjikan bagi industri riset pemasaran 5 tahun mendatang, dengan perkembangannya yang sangat dinamis, terlihat dari kian banyaknya perusahaan riset baru yang bermunculan, termasuk perusahaan riset global yang masuk ke Indonesia. Kenaikan jumlah perusahaan ini menunjukkan bahwa industri riset di Indonesia dinilai cukup menjanjikan dan kompetitif. Salah satu perusahaan riset di Indonesia khususnya di Kota Bandung adalah RAD Research, sebagai perusahaan riset yang memiliki pandangan berbeda dengan menerapkan konsep *Blue Ocean Strategy* sejak awal berdirinya perusahaan pada Juli 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rumusan konsep *Blue Ocean Strategy* dan mengetahui bagaimana RAD Reserach mengimplementasikan konsep tersebut dalam menghadapi persaingan bisnis.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Dengan memakai teknik wawancara sebagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai situasi lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah PESTLE, *five forces*, Analisis SWOT, kerangka kerja *Blue Ocean Strategy*. Empat rintangan implementasi startegi, dan tiga prinsip proses yang adil.

Berdasarkan hasil penelitian, RAD Research telah melakukan tahapan implementasi konsep *Blue Ocean Strategy* yaitu melakukan pembaharuan ide bisnis RAD Research dengan membuat metode riset baru berbasis teknologi. RAD Research menggabungkan nilai-nilai yang dicari oleh konsumen dengan menawarkan nilai terbaik dan dapat berbiaya rendah. Dengan begitu implementasi *blue ocean strategy* berjalan dengan baik karena RAD Research mampu mengatasi rintangan organisasi serta mengintegrasikan implementasi strategi. Adapun saran yang diberikan yaitu, perusahaan perlu terus mengembangkan sebuah inovasi nilai untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat di dalam industri riset.

Kata Kunci : *Blue Ocean Strategy*, Inovasi nilai, dan implementasi Strategi

ABSTRACT

Name : Tri Dewanti Kusumadewi Prasetyawati

NPM : 2013320137

Title : Analysis of the concept Blue Ocean Strategy Implementation at RAD Research in 2014

Indonesia become a promising market for the marketing research industry the next 5 years, with a very dynamic developments, seen from the large number of new research companies increasingly are popping up, including global research firm coming into Indonesia. The increase in the number of these companies showed that industry research in Indonesia assessed quite promising and competitive. One research firm in Indonesia especially in Bandung is RAD's Research, as the research firm that has a different view by applying the concept of the Blue Ocean Strategy since the beginning of the founding of the company in July 2014. This research aims to know the formulation of the concept of Blue Ocean Strategy and find out how RAD implementing that concept in the face of business competition

In this qualitative research, the method adopted is case study. Data were collected by conducting interview to get profound information about both external and internal situation of the company. The data were then analyzed using PESTLE, Five Forces, SWOT analysis, the framework of Blue Ocean Strategy, the four hurdles strategy execution, and the three principles of fair process

The result reveals that RAD Research has done the stages of implementation of the concept of the Blue Ocean Strategy i.e. do the upkeep of the company's business idea by creating new technology-based research methods. RAD combines the values sought by consumers by offering the best value and can be low-cost. So the implementation of blue ocean strategy went well because RAD was able to overcome the obstacles the Organization and integrate the implementation of the strategy. It is suggested for the company to maintain the development and innovation of values in order to face the heavier competition, especially in research industry.

Key Word : Blue Ocean Strategy, Value Innovation, and Implementation of the Strategy.

Kata Pengantar

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan berkat rahmat dan kasih-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Implementasi Blue Ocean Strategy RAD Research Bandung”. Penelitian skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar S-1 di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat dilakukan tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada :

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos.,M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran ditengah aktivitasnya guna memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi, kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr.Pius Sugeng Prasetyo,M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Dr.Margaretha Banowati Talim,Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

4. Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Segenap Dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu selama peneliti menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ucapan terima kasih kepada orang tua tercinta : Mimin Rukmini selaku ibu yang telah berjuang untuk membesarkan putrinya, mendidik, dan memberikan dukungan moral, Almarhum Sentot selaku ayah yang telah menanamkan nilai-nilai kehidupan dan rasa tanggung jawab selama hidupnya yang dapat memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada saudara kandung Sulie, selaku satu-satunya kakak yang senantiasa memberikan petunjuk, bimbingan, motivasi, dan dukungan doa kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Bapak Alvin Febrian, selaku Kepala Pimpinan Direktur dan Co-Founder Perusahaan RAD Research Bandung yang telah meluangkan waktu untuk bertemu dengan peneliti dan memberikan izin penelitian di lingkungan Perusahaan RAD Research Bandung.
9. Terima kasih kepada Ian Virianto yang selalu mendampingi, mengingatkan, dan memberi dukungan serta doa kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Terima kasih kepada teman seperjuangan skripsi Shafira, Monika, Marcella yang selalu menjadi tempat berbagi dalam suka dan duka dalam menyusun skripsi ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman terdekat : Irena Lestantun, Della Ananta, Caecillia Noviela, Clarissa Faustine, Evelyn Nathania, Gabriella, Elyssa Njie, Stefani Vanessa, Vincentia Renata yang memberikan dukungan, masukan, dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga Tuhan melimpahkan rahmat dan berkat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya kepada peneliti selama ini. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki peneliti. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, 06 Juli 2017

Tri Dewanti K.P

DAFTAR ISI

ABSTRAK	1
ABSTRACT	II
Kata Pengantar	III
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II KERANGKA TEORI	5
2.1 Definisi Strategi	5
2.2 Manajemen Strategi	7
2.2.1 Perencanaan Strategi	8
2.3 Blue Ocean Strategy	20
2.3.1 Pengertian Blue Ocean Strategy	20
2.3.2 Prinsip Blue Ocean Strategy	23
2.3.3 Tahapan Konsep Blue Ocean Strategy	27
2.4 Implementasi <i>Blue Ocean Strategy</i>	31
2.4.1 Mengatasi Rintangan - rintangan Utama Organisasi	31

2.4.2 Mengintegrasikan Implementasi ke dalam Strategis.....	33
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Model Penelitian / Tahap Penelitian	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Sumber Data	39
3.6 Protocol Studi	40
3.7 Teknik Analisis Data	44
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Visi Misi.....	47
4.1.2 Nilai - Nilai Perusahaan	48
4.1.3 Filosofi Brand dan Logo Perusahaan	50
4.2 Struktur Organisasi.....	53
4.2.1 JOB Description	54
4.3 Aktivitas Bisnis	77
4.3.1 Research Solution.....	77
4.3.2 Research Products	78
4.3.3. Industrie dan Klien.....	79

4.4	Wilayah Cakupan	81
4.5	Lokasi Perusahaan	83
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		84
5.1	Analisis Lingkungan.....	85
5.1.1	Analisis Lingkungan Eksternal	85
5.1.2	Analisis Lingkungan Internal.....	120
5.1.3	Analisis SWOT	124
5.2	Strategi Samudra Biru (<i>Blue Ocean Strategy</i>)	145
5.2.1	Mengidentifikasi Samudra Biru	149
5.2.2	Kerangka Kerja dan Alat Analisis.....	151
5.3	Implementasi Konsep <i>Blue Ocean Strategy</i>	174
5.3.1	Mengatasi Rintangan Utama Organisasi bagi Eksekusi Strategi ..	175
5.3.2	Mengintegrasikan Implementasi Strategi.....	178
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		185
6.1	Kesimpulan.....	185
6.2	Saran.....	188
DAFTAR PUSTAKA		190
LAMPIRAN I		153
LAMPIRAN II.....		168

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Enam Prinsip Blue Ocean Strategy	23
Tabel 3.1 Protocol Studi.....	40
Tabel 4.1 Wilayah Cakupan Riset.....	81
Tabel 5.1. Hasil <i>Five Forces Scorecard</i> pada RAD Research.....	119
Tabel 5.1 Keadaan Lingkungan Eksternal dan Internal RAD Research Bandung	135
Tabel 5.2 Analisis SWOT RAD Research Bandung.....	138
Tabel 5.3 Blue Ocean Strategy VS Red Ocean Strategy	146
Tabel 5.4 Nilai Perusahaan Pesaing	153
Tabel 5.4 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan pada RAD Research	173
Tabel 5.5 Penjualan RAD Research Tahun 2014 - 2015	182
Tabel 5.6 Target dan Pencapaian Penjualan RAD Research	184
Lampiran Tabel I – Perbandingan Harga Proyek Riset	214
Lampiran Tabel II – Metode Riset Perusahaan antar Pesaing	214

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The Strategy Making, Strategy-Executing Process.....	8
Gambar 2.2 Lingkungan Perusahaan	11
Gambar 2.3 Porter’s Five Forces Model	14
Gambar 2.4 Menggambarkan dinamika Differensiasi dan Biaya Rendah.....	22
Gambar 2.5 Kanvas Strategi	28
Gambar 2.6 Kerangka Kerja Empat Langkah	29
Gambar 2.7 Empat Rintangan Organisasi bagi Implementasi Strategi.....	31
Gambar 2.8 Proses yang Adil Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Orang.....	34
Gambar 3.1 Tahap Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Nilai – nilai Perusahaan.....	48
Gambar 4.2 Filosofi Brand dan Logo	50
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan RAD Research Bandung.....	53
.....	53
Gambar 4.4 Klien Perusahaan.....	79
Gambar 5.1 Porter Five Forces	101
Gambar 5.2 Nilai Inovasi RAD Research Bandung.....	150
Gambar 5.3 Kurva Nilai Kanvas Strategi RAD Research Bandung vs Pesaing	163
Lampiran Gambar I – PDB Indonesia dari Sektor Jasa	210
Lampiran Gambar II – PDB Indonesia Annual Growth Rate	211
Lampiran Gambar III – Grafik Perbandingan Harga Perusahaan Riset	213

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi pasar yang menjanjikan bagi industri riset pemasaran 5 tahun mendatang, terlihat dari pertumbuhan jumlah industri yang pesat dalam 5 tahun terakhir. industri riset pemasaran di Indonesia berkembang sangat dinamis, terlihat dari kian banyaknya perusahaan riset baru yang bermunculan, termasuk perusahaan riset global yang masuk ke Indonesia. Kenaikan jumlah perusahaan ini menunjukkan bahwa industri riset di Indonesia dinilai cukup menjanjikan dan kompetitif, sejalan dengan pertumbuhan industri lainnya didukung dengan data bahwa industri riset menyumbang 15% kenaikan produk domestik bruto Indonesia dan menempati peringkat ke-28 di dunia .

Salah satu perusahaan riset di Indonesia khususnya di Kota Bandung adalah PT.RAD Research Utama yang dikenal dengan nama RAD Research, sebagai perusahaan riset yang memiliki pandangan berbeda dengan perusahaan riset lainnya, ketika perusahaan riset lainnya berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan maksimal dan memperluas pasarnya, RAD Research justru lebih memusatkan perhatiannya untuk memaksimalkan berbagai penyajian data dan metode riset yang dapat memberikan hasil akurat dan cepat. RAD Reserach menerapkan konsep *Blue Ocean Strategy* dengan menunjukkan mampu memberikan nilai lebih bagi konsumen yaitu, memberikan pelayanan yang premium dan memperhatikan detail terkecil serta diimbangi, mampu memberikan

biaya yang lebih rendah dibanding perusahaan sejenis lainnya, sejak awal berdirinya perusahaan pada Juli 2014 sebagai strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk menantang suatu persaingan, dimana menantang perusahaan untuk keluar dari *Red Ocean Strategy*

Blue Ocean Strategy menantang perusahaan untuk keluar dari *Red Ocean* dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, sehingga kata kompetisi menjadi hal yang tidak relevan, sebaliknya perusahaan yang berada dalam *Red Ocean* masih harus berjuang untuk tetap mencari sesuatu yang dapat menguntungkan. *Blue Ocean Strategy* berfokus pada menumbuhkan permintaan dan menjauh dari kompetisi, tidak hanya menunjukkan bagaimana menantang perusahaan dan pasar yang ada pada umumnya namun, bagaimana mewujudkan fokus tersebut. Perusahaan dituntut untuk fokus melakukan inovasi nilai dimana sebagai cara baru untuk mengimplementasikan suatu strategi yang baru mengarah pada *Blue Ocean Strategy*. Disisi lain perusahaan dituntut untuk meminimalisir dimana jika biaya diseimbangkan dengan *value* yang ditawarkan bagi konsumen. *Value* konsumen berdasarkan dari manfaat sedangkan harga yang ditawarkan Perusahaan kepada konsumen. Inovasi nilai akan terwujud jika seluruh kegiatan utilitas, *value*, biaya perusahaan saling terpadu. Kondisi ini menjadikan konsep yang berbeda menjadi strategi yang dapat menciptakan pangsa pasar baru. Berdasarkan fenomena kajian tersebut “ Analisis Implementasi konsep *Blue Ocean Strategy* di RAD Research pada tahun 2014 “ menjadi topik penelitian yang menarik untuk dikaji secara ilmiah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan dengan Manager Director & Co-Founder, (Point-point utama dalam wawancara). Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka identifikasi masalah dalam skripsi ini adalah :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kompetisi di dalam industri riset ?
2. Bagaimana RAD Research merumuskan konsep *Blue Ocean Strategy* ?
3. Bagaimanakah implementasi *Blue Ocean Strategy* pada RAD Research ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakter pasar yang dihadapi industri riset saat ini.
2. Untuk mengetahui rumusan konsep *Blue Ocean Strategy* pada RAD Research.
3. Untuk mengetahui implementasi *Blue Ocean Strategy* pada RAD Research.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegiatan Penelitian ini bertujuan untuk dapat memiliki manfaat, manfaat penelitian ini antara lain :

1. Bagi perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja yang dapat mendukung perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi dengan konsep *Blue Ocean Strategy*

2. Untuk Universitas Katolik Parahyangan Bandung dengan penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi studi pelajaran mengenai *Blue Ocean Startegy*.
3. Untuk Peneliti dengan melakukan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang dapat diaplikasikan dan disosialisasikan mengenai implementasi *Blue Ocean Startegy*.