

RINGKASAN

RISMAWATI BERLIANA. 125040100111044. Strategi Pengembangan Olahan Inovatif Organik dengan Metode Blue Ocean Strategy dalam Menghadapi MEA (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani Vigur Organik Kecamatan Kedungkandang, Kelurahan Cemorokandang, Malang). Dibawah Bimbingan Setiyo Yuli Handono SP. MP. MBA.

Perkembangan dunia usaha yang semakin ketat dan penuh persaingan membuat para pengusaha yang melakukan usahanya dituntut untuk melakukan perkembangan terhadap usahanya dengan cara melayani konsumennya dengan baik dan ramah, menangani para pesaing yang ada maupun belum ada, dan juga mengeluarkan produk yang lebih inovatif atau baru. Persaingan yang ketat menuntut para pengusaha untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang dapat disukai oleh konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Di lain pihak konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika ternyata tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan tidak hanya akan kehilangan kepercayaan pelanggan tetapi juga berpotensi akan kehilangan pelanggan potensial. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian, dan pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada orang lain.

Dalam perkembangan usaha yang ada ini pun terdapat isu dimana akan munculnya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), adapun visi dari ASEAN tersebut adalah aliran bebas barang (*free flow of goods*) untuk perdagangan barang ataupun jasa dapat dilakukan secara bebas tanpa mengalami hambatan, baik secara dikenakan tarif maupun non-tarif. Dengan adanya isu tersebut membuat para pengusaha harus melakukan strategi yang dapat menciptakan produk yang dipasarkan dapat bersaing dengan para pesaing yang ada ataupun yang belum ada agar usaha tersebut dapat terus berkembang. Tidak hanya perusahaan besar dan maupun menengah seperti UMKM yang terlibat dalam tuntutan untuk berkembang dan bersaing dengan industri-industri dari negara lain namun terdapat juga usaha yang dilakukan oleh Kelompok Tani. Kelompok Tani yang melakukan usaha sendiri dengan mengolah hasil pertaniannya pun akan terkena imbasnya jika tidak berkembang. Persaingan di samudra merah (*red ocean*) yaitu dimana persaingan antar perusahaan di pasar yang sama, telah menuntut pengusaha-pengusaha dari usaha kecil seperti kelompok tani, usaha menengah seperti UMKM dan besar seperti perusahaan-perusahaan lokal untuk meningkatkan daya saing mereka. Baik dengan melakukan persaingan secara langsung di area industri yang penuh dengan para pesaing dengan strategi samudra merah (*red ocean strategy*) atau memilih untuk keluar jalur samudra merah dengan mencari peluang lain dengan melalui strategi samudra biru (*blue ocean strategy*) yaitu strategi yang menuntut pengusaha untuk keluar dari persaingan yang sudah ada dengan menciptakan pasar yang baru.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis alternatif strategi yang tepat untuk dilakukan oleh KWT Vigur Organik melalui hasil analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), serta menganalisis penerapan Blue Ocean Strategy pada usaha olahan inovatif organik yang dilakukan oleh KWT Vigur

Organik. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisa SWOT, menerapkan kerangka kerja dan alat analisis *Blue Ocean Strategy*, dan dilanjutkan dengan enam prinsip *Blue Ocean Strategy*.

Hasil penelitian Alternatif strategi yang sesuai dan tepat pada posisi usaha olahan inovatif KWT Vigur Organik yang berada pada kuadran I yaitu menggunakan strategi SO (*Strenght Opportunity*). Alternatif strategi tersebut yaitu meningkatkan kembali jumlah produksi dengan melakukan inovasi-inovasi lainnya pada produk olahan inovatif organik dapat membantu permintaan dari konsumen lebih meningkat sehingga usaha olahan inovatif organik KWT Vigur Organik dapat memperoleh keuntungan yang besar. Selain inovasi yang baru juga lebih harus memerhatikan kualitas dari produk dari segi rasa, kemasan produk, dan ketahanan produk. Dengan memerhatikan hal-hal tersebut usaha olahan inovatif organik KWT Vigur Organik dapat memanfaatkan peluang yang ada baik dari meningkatnya permintaan juga didapat dari dukungan pemerintah. Implementasi *Blue Ocean Strategy* yang diterapkan oleh usaha olahan inovatif organik KWT Vigur Organik dengan menggunakan kerangka kerja empat langkah dan enam prinsip *blue ocean strategy*. Adapun hasil dari implementasi kerangka kerja empat langkah yaitu usaha olahan inovatif organik KWT Vigur Organik menghapuskan bahan baku yang tidak organik, kemudian mengurangi pajangan produk yang kurang diminati dan pengeluaran biaya untuk mencetak brosur, setelah itu meningkatkan pelayanan dan pengenalan usaha olahan inovatif organik KWT Vigur Organik, serta menciptakan produk olahan yang inovatif dengan bahan baku organik. Sedangkan untuk implementasi enam prinsip *blue ocean strategy* yang harus dilakukan yaitu merekonstruksi batasan pasar; fokus pada gambaran besar, bukan angka; menjangkau melampaui permintaan yang ada; menjelaskan rangkaian strategis secara benar; mengatasi rintangan organisasi; dan mengintegrasikan eksekusi terhadap strategi.



SUMMARY

RISMAWATI BERLIANA. 125040100111044. Development Strategy of Innovative Organic Processed with Method Blue Ocean Strategy (Case Study of Women Farmers Group Vigur Organik Kedungkandang Subdistrict, Cemorokandang Village, Malang). Advisor Setiyo Yuli Handono SP. MP. MBA.

The development of the business world increasingly tight and competitive create entrepreneurs who do business are required to perform their rapidly developing its business in a way to serve its customers with a good and friendly, addressing the existing competitors and yet, and also issued a more innovative product or new. The intense competition requires employers to be more innovative in a release products that can be favored by consumers. Without innovation, the products of a company can drown in competition with other products that increasingly meet the market. On the other hand consumers are also increasingly critical of what they receive and expect from a product. If it does not match the expectations of customers, the company will not only lose the trust of customers but also potentially will lose potential customers. Satisfied customers will continue to purchase, and dissatisfied customers will stop buying the products in question and is likely to spread the news to others.

In the development of existing businesses is also there are issues which will be the emergence of the ASEAN Economic Community (AEC), while the vision of ASEAN is the free flow of goods (free flow of goods) for the trading of goods and services can be done freely without obstacles, both charged tariff and non-tariff barriers. Given these issues make employers must undertake strategies that can create products that are marketed to compete with competitors which already exist or are yet to be able to continue to grow the business. Not only big companies as well as medium and as SMEs are involved in the demand to grow and compete with industries from other countries, but there is also the work done by the farmer groups. Farmers who own businesses by processing agricultural products would be affected if it does not develop. Competition in the red ocean (red ocean) is where competition among companies in the same market, has demanded entrepreneurs of small businesses such as farmers' groups, medium-sized businesses such as SMEs and large local companies to improve their competitiveness. Either by direct competition in the industrial area filled with competitors with a strategy of red ocean (red ocean strategy) or choose to leave the path red ocean to look for other opportunities through the blue ocean strategy (blue ocean strategy) which is a strategy that requires employers to out of the existing competition by creating new markets.

The purpose of this study was to analyze alternative strategies appropriate to do by Woman Farmer Group Vigur Organik through the results of the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), and analyzes the implementation of Blue Ocean Strategy on the business of innovative processed organic conducted by Woman Farmer Group Vigur Organik. Data analysis method used is using SWOT analysis, applying the analytical tools and frameworks of Blue Ocean Strategy, and continued with the six principles of Blue Ocean Strategy.

Alternative research results timely and appropriate strategies on innovative processing business position Woman Farmer Group Vigur Organik that are in the first quadrant is using a strategy SO (Strength Opportunity). The alternative

strategy is to improve returns the number of the product to other innovations in innovative organic processed products may help further increased demand from consumers and the enterprise of organic innovative processed Woman Farmer Group Vigur Organik can gain huge profits. In addition to new innovations also have to pay attention to the quality of the product in terms of taste, product packaging, and product durability. By paying attention to these things innovative enterprises of processed organic Woman Farmer Group Vigur Organik can take advantage of opportunities that exist both from increased demand was also obtained from government support. Implementation of Blue Ocean Strategy implemented by innovative enterprises of processed organic Woman Farmer Group Vigur Organik using a four-step framework and the six principles of blue ocean strategy. As a result of the implementation of the four actions framework is the effort of processed innovative organic Woman Farmer Group Vigur Organik abolish the raw materials that are not organic, then reduce the display of a product that is less desirable and expenses for printing brochures, then improve services and the introduction of business processed innovative organic Woman Farmer Group Vigur Organik, as well as creating innovative processed products with organic raw materials. As for the implementation of the six principles of blue ocean strategy that must be done is to reconstruct market boundaries; focus on the big picture, not a number; reach beyond existing demand; explains the circuit correctly positioned; overcoming organizational barriers; and integrate the execution of the strategy.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Olahan Inovatif Organik dengan Metode Blue Ocean Strategy dalam Menghadapi MEA (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani Vigur Organik Kecamatan Kedungkandang, Kelurahan Cemorokandang, Malang)” ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat bermanfaat bagi penulis. Secara khusus penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga.
2. Bapak Setiyo Yuli Handono, SP. MP. MBA, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan ilmunya kepada penulis.
3. Anggota Kelompok Wanita Tani Vigur Organik atas informasi-informasi yang diberikan kepada penulis.
4. Serta rekan-rekan yang telah memberikan saran juga kebersamaannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, Juli 2016

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 12 Oktober 1994 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari Alm Saor Tua Sianipar dan D. Nurhalidjah Siregar.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 24 Petang Cempaka Putih, Jakarta pada tahun 2000 sampai tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan ke SMP Negeri 137 Jakarta pada tahun 2006 sampai tahun 2009. Pada tahun 2009 sampai tahun 2012 penulis studi di SMA Negeri 27 Jakarta. Pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur melalui jalur reguler.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti kepanitian ospek jurusan pada tahun 2013.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Olahan Inovatif Organik	11
2.3 Strategi Pengembangan.....	11
2.3.1 Konsep Strategi.....	11
2.3.2 Tipe-tipe Strategi	13
2.4 Analisis Formulasi Strategi.....	13
2.4.1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE)	14
2.4.2 Matrik Grand Strategi	17
2.4.3 Matriks SWOT.....	19
2.5 Blue Ocean Strategy	21
2.5.1 Batu Pijak Blue Ocean Strategy.....	22
2.5.2 Kerangka Kerja dan Alat Analisa Blue Ocean Strategy	24
2.5.3 Enam Prinsip Blue Ocean Strategy.....	26
III. KERANGKA TEORITIS	
3.1 Kerangka Pemikiran.....	32
3.2 Batasan Masalah	35
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	35
IV. METODE PENELITIAN	
4.1 Metode Penentuan Lokasi.....	36
4.2 Metode Penentuan Responden.....	36
4.3 Metode Pengumpulan Data.....	37

4.4 Metode Analisi Data	38
-------------------------------	----

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	41
5.1.1 Keadaan Geografis.....	41
5.1.2 Keadaan Lahan Pertanian.....	41
5.1.3 Jumlah Penduduk.....	43
5.2 Kelompok Wanita Tani Vigur Organik	43
5.2.1 Sejarah Kelompok Wanita Tani Vigur Organik	43
5.2.2 Kapasitas, Jenis Produksi, dan Pemasaran.....	46
5.2.3 Bentuk Kerjasama dengan Kelompok Petani Binaan	47
5.2.4 Prestasi dan Kegiatan Kelompok Wanita Tani Vigur Organik...	48
5.2.5 Struktur Organisasi Kelompok Wanita Tani Vigur Organik	49
5.3 Analisis SWOT	50
5.3.1 Analisis Lingkungan Internal.....	50
5.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal	54
5.3.3 Matrik Faktor Strategi Internal (IFE).....	56
5.3.4 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFE).....	58
5.3.5 Analisis Matrik GrandStrategi.....	60
5.3.6 Matrik SWOT	61
5.5 Implementasi <i>Blue Ocean Strategy</i>	64
5.5.1 Implementasi Kerangka Kerja Empat Langkah	65
5.5.2 Implementasi Enam Prinsip Blue Ocean Strategy.....	68

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA.....	73
---------------------	----

DOKUMENTASI.....	91
------------------	----