

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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.

Menurut Kim dan Mauborgne (2006) dalam persaingan *read ocean* pengusaha yang bersaing di ruang pasar yang sudah ada dituntut untuk memenangkan kompetisi, mengeksploitasi *demand* yang sudah ada, memilih antara nilai-biaya (*value-cost trade off*), dan memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dengan pilihan strategis antara diferensiasi atau biaya rendah. Persaingan langsung dengan para pesaing ketat tidak dapat dilakukan oleh para pengusaha karena mereka akan mengalami kekalahan telak karena ketidaksiapan pengusaha untuk mengalahkan produk pesaing. Sementara itu untuk alternatif para pengusaha yang kalah di *read ocean* adalah dengan menggunakan *blue ocean strategy*. *Blue ocean strategy* menuntut para pengusaha untuk keluar dari samudra persaingan dan menemukan peluang pasar baru sehingga persaingan menjadi tidak relevan, menciptakan dan menangkap permintaan baru, mendobrak pertukaran nilai-biaya, serta memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dalam mengejar diferensiasi dan biaya rendah bersamaan.

Kelompok Wanita Tani (KWT) Vigur Organik merupakan suatu kelompok yang dibentuk dari anggota-anggota petani perempuan yang memiliki usaha olahan inovatif organik. Produk olahan inovatif yang diproduksi oleh KWT Vigur Organik antara lain, kecap autis, sereal beras merah, dan hitam, manisan kencur, stik keju, bumbu-bumbu dasar, dan kerupuk puli. Bahan baku untuk memproduksi produk olahan tersebut dari bahan-bahan yang organik baik dengan cara ditanam sendiri dan juga membeli dari komunitas organik. Upaya yang KWT Vigur Organik dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya, tidak lepas dari berbagai kendala yang harus dihadapi, baik dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal usaha olahan inovatif organik salah satu masalah yang dihadapi oleh KWT Vigur Organik yaitu promosi yang masih kurang efektif. Dimana masalah tersebut masih

belum bisa diatasi oleh KWT Vigur Organik sehingga membuat dampak kurangnya pendapatan yang dihasilkan. Strategi yang diterapkan oleh KWT Vigur Organik kurang mampu untuk mengatasi kendala-kendala yang ada serta belum dapat membantu peningkatan pendapatan anggota kelompok. Selain dengan menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan keadaan internal dan eksternal, KWT Vigur Organik juga dapat menerapkan metode *blue ocean strategy*. Penerapan *blue ocean strategy* dapat membantu KWT Vigur Organik untuk keluar dari persaingan yang sudah ada, dimana pesaing yang sudah ada merupakan pesaing yang sudah memiliki nama dan besar sehingga sulit untuk bersaing dengan para pesaing. Selain keluar dari persaingan yang sudah ada juga dapat menciptakan pasar baru sehingga KWT Vigur Organik dapat memimpin persaingan dan juga dapat membantu KWT Vigur Organik untuk mengatasi isu persaingan bebas yang akan datang sehingga KWT Vigur Organik sudah siap untuk menghadapinya. Dengan menerapkan strategi yang tepat serta menerapkan *blue ocean strategy* dapat membuat KWT Vigur Organik dapat mengembangkan usahanya dengan baik dan siap untuk menghadapi para pesaing dari persaingan yang ketat dan dapat menciptakan pasar baru.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Olahan Inovatif Organik dengan Metode Blue Ocean Strategy (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani Vigur Organik Kecamatan Kedungkandang, Kelurahan Cemorokandang, Malang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Upaya usaha olahan inovatif organik yang dilakukan oleh KWT Vigur Organik untuk mengembangkan usahanya tidak lepas dari berbagai kendala yaitu kendala dari lingkungan eksternal dan internal usaha olahan inovatif organik, lingkungan eksternal dapat menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan atau ancaman yang harus dihadapi oleh usaha olahan inovatif organik, sedangkan lingkungan internal dapat menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan atau kelemahan yang harus diantisipasi oleh usaha olahan inovatif organik, serta penerapan strategi yang kurang tepat dan sesuai dengan posisi usaha olahan inovatif

organik. Keadaan ini menyebabkan usaha olahan inovatif organik belum dapat beroperasi secara efektif dan efisien sehingga tujuan dari usaha olahan inovatif organik belum dapat dicapai secara optimal. Hasil analisis lingkungan ini digunakan untuk merumuskan dan menyusun suatu strategi yang tepat dan sesuai dengan posisi usaha olahan inovatif organik sehingga dapat membantu dalam pencapaian tujuan. Selain itu dari metode *blue ocean strategy* dapat dilihat apakah usaha olahan inovatif organik telah menerapkan metode *blue ocean strategy* dari alat analisis kerangka kerja empat langkah dan enam prinsip *blue ocean strategy* yang dapat membantu usaha olahan inovatif organik yang dilakukan oleh KWT Vigur Organik menjadi usaha olahan inovatif yang keluar dari pasar yang sudah ada dan membuka pasar baru kepada pesaing.

Berdasarkan uraian diatas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana alternatif strategi yang tepat untuk dilakukan oleh KWT Vigur Organik melalui hasil analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)?
2. Bagaimana penerapan *Blue Ocean Strategi* pada usaha olahan inovatif organik yang dilakukan oleh KWT Vigur Organik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan uraian rumusan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis alternatif strategi yang tepat untuk dilakukan oleh KWT Vigur Organik melalui hasil analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).
2. Menganalisis penerapan *Blue Ocean Strategy* pada usaha olahan inovatif organik yang dilakukan oleh KWT Vigur Organik.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk melatih kemampuan dalam menganalisis permasalahan secara ilmiah.
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi, literature, dan bahan bagi penelitian selanjutnya terkait dengan usaha pengembangan kelompok tani dengan menggunakan blue ocean strategy dalam menghadapi MEA.

