



Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan *Business*

Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS)

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Ijai Pratama Putra

NIM : 14020217140008

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

(SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ijai Pratama Putra

NIM : 14020217140008

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan *Business*

Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 13 Desember 2020
Pembuat Pernyataan,

Ijai Pratama Putra
NIM. 14020217140008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : **Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan *Blue Ocean Strategy (BOS)***

Nama Penyusun : Ijai Pratama Putra

NIM : 14020217140008

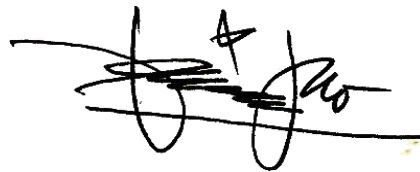
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1.

Semarang, 13 Desember 2020

Dekan

Wakil Dekan I

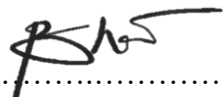


Dr. Hardi Warsono, M.T.P
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D


(.....)

Dosen Penguji:

1. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si


(.....)

2. Drs. Saryadi, M.Si


(.....)

3. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D


(.....)

MOTTO

“Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah SWT, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya.”

(QS. At-Talaq: 4).

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibu Endang Purwanti yang senantiasa mendo'akan untuk kesuksesan anaknya. Bapak Lasum yang tidak lupa selalu mendo'akan anaknya dan memberikan nasehat terbaiknya.
2. Jamaludin Nasution, Hery Murdani, Vira Putri Sabrina, dan Atika Dewintari yang senantiasa membantu, memberikan dukungan dan semangat agar saya dapat bertaham untuk menyelesaikan studi.
3. Teman – teman seperbimbingan, Anggi, Zahra, Patiya, Resti, dan Fani yang telah menjadi rekan seperjuangan menyelesaikan studi.
4. Teman – teman mahasiswa *fast track*, Nadia, Zahra, Keviana, dan Feby yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan satu sama lain.
5. Teman – teman Administrasi Bisnis angkatan 2017 terutama kelas 12 yang telah menjadi keluarga baru kurang lebih 3,5 tahun selama di Semarang.

ABSTRAK

Permasalahan pada penelitian ini dikarenakan pengembangan bisnis Indofishery masih mengalami stagnasi dan belum menghasilkan kinerja yang optimal. Hal tersebut disebabkan belum adanya rencana model pengembangan bisnis ke depan yang baik pada Indofishery diantaranya yaitu ketidakmampuan dalam memenuhi permintaan konsumen, belum adanya tim dan mitra bisnis di setiap daerah, kurang maksimalnya dalam menerapkan strategi promosi dan pemasaran, serta adanya sumber daya perusahaan yang berupa website dan aplikasi yang belum dimanfaatkan dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran bisnis Indofishery saat ini dan merancang model pengembangan bisnis Indofishery ke depan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan enam informan kunci untuk memperoleh data di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan untuk membuat rancangan model pengembangan bisnis Indofishery ke depan menggunakan pendekatan *business model canvas* dan *blue ocean strategy* ide perencanaan berfokus pada beberapa titik pusat inovasi yaitu pada elemen *key activities* yaitu dengan menciptakan kegiatan edukasi dan pembinaan kepada nelayan pemasok, elemen *channels* dengan memanfaatkan peran driver sebagai media promosi dan pemasaran, elemen *revenue streams* dengan menyewakan *space* iklan di website dan aplikasi, dan elemen *customer relationship* dengan menciptakan sistem *return* dan *complain* serta program *voucher* gratis ongkir dan diskon di hari besar nasional.

Kata kunci: Pengembangan Bisnis, Bisnis Model Canvas, Blue Ocean Strategy

ABSTRACT

The problem in this research as the basis for developing Indofishery's business is still stagnating and has not yet produced optimal performance. This is due to the absence of a good future business plan development at Indofishery, including the inability to fulfill consumer demand, the absence of a team and business partners in each region, not maximally implementing promotional and marketing strategies, and there are company resources in the form of a website and applications that are not being utilized very well. The aim of this research is to know the general picture of Indofishery and the future model of Indofishery's business development. This study used a qualitative method with six key informants to obtain data in the field. The results showed that to design a future Indofishery business development model using a business model canvas and blue ocean strategy approach, planning ideas at several innovation center points, namely the key activity element by creating educational and coaching activities for supplier fishermen, channel element by utilizing the role of the driver as a promotional and marketing, revenue stream element by renting out advertising space on website and application, and customer relationship element by creating a system of return and complaint and vouchers for free postage and discount programs on national holidays.

Keywords: Business Development, Business Model Canvas, Blue Ocean Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul “**Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan *Blue Ocean Strategy (BOS)*”**”. Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan do’a, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.

5. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si, selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.
6. Bapak Ibu dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.
7. Mas Abdul Khamid selaku *founder* dari Indofishery yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam melakukan penelitian di Indofishery.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 13 Desember 2020

Ijai Pratama Putra
NIM. 14020217140008

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
1.7 Operasionalisasi Konsep	Error! Bookmark not defined.
1.8 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.1 Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.2 Lokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.8.3 Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.4 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
1.8.5 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.

1.8.8 Kualitas Data	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
1.1 Sejarah Indofishery	37
1.2 Profil Perusahaan.....	39
1.3 Arti Nama Indofishery	39
1.4 Tujuan Perusahaan	39
1.5 Gambaran Bisnis Indofishery Saat Ini	40
1.6 Macam-Macam Produk Indofishery.....	45
1.7 Jumlah Tenaga Kerja Indofishery	47
BAB III ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS INDOFISHERY MELALUI PENDEKATAN <i>BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)</i> DAN <i>BLUE OCEAN STRATEGY (BOS)</i>.....	48
3.1 Identifikasi Model Bisnis Indofishery Saat Ini Menggunakan BMC...48	
<i>a) Key Resources</i>	49
<i>b) Key Activities</i>	51
<i>c) Customer Segments</i>	53
<i>d) Value Propositions</i>	58
<i>e) Channels</i>	61
<i>f) Customer Relationship</i>	62
<i>g) Key Partnership</i>	64
<i>h) Revenue Streams</i>	65
<i>i) Cost Structures</i>	67
3.2 Identifikasi Setiap Elemen BMC Indosihery Menggunakan BOS.....	70
<i>a) Key Resources</i>	71
<i>b) Key Activities</i>	74
<i>c) Customer Segments</i>	77

<i>d) Value Propositions</i>	81
<i>e) Channels</i>	85
<i>f) Customer Relationship</i>	89
<i>g) Key Partnership</i>	93
<i>h) Revenue Streams</i>	96
<i>i) Cost Structures</i>	99
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	103
4.1 Gambaran Model Bisnis Indofishery Saat Ini.....	103
4.2 Rancangan Model Pengembangan Bisnis Indofishery ke Depan ...	106
<i>a) Key Resources</i>	107
<i>b) Key Activities</i>	109
<i>c) Customer Segments</i>	111
<i>d) Value Propositions</i>	113
<i>e) Channels</i>	115
<i>f) Customer Relationship</i>	116
<i>g) Key Partnership</i>	117
<i>h) Revenue Streams</i>	119
<i>i) Cost Structure</i>	121
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Negara dengan <i>Startup</i> Terbanyak di Dunia.....	2
Gambar 1.2 <i>Prototype Nine Basic Building Block BMC</i>	14
Gambar 3.1 Model Bisnis Indofishery Saat Ini Menggunakan BMC.....	69
Gambar 3.2 Penghitungan <i>engagement rate</i> media sosial Indofishery.....	81
Gambar 3.3 Jumlah Konsumen yang Melakukan Pembelian Ulang.....	90
Gambar 3.4 Identifikasi BMC Indofishery dengan BOS.....	102
Gambar 4.1 Model BMC Pengembangan Bisnis Indofishery Baru.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Enam Prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	17
Tabel 1.2 <i>Prototype</i> hasil skema kerja empat langkah BOS.....	19
Tabel 2.1 Macam-macam produk ikan segar Indofishery.....	45
Tabel 2.2 Macam-macam produk <i>seafood</i> segar Indofishery.....	45
Tabel 2.3 Macam-macam produk fillet ikan Indofishery.....	46
Tabel 2.4 Macam-macam produk olahan ikan Indofishery.....	46
Tabel 3.1 Persebaran pelanggan Indofishery.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Penelitian.....	131
Lampiran 2	Detail Pertanyaan.....	132