

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.4.1. Maksud Penelitian	14
1.4.2. Tujuan Penelitian	15
1.5. Kegunaan Hasil Penelitian	15
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	15
1.5.2. Kegunaan Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	17
2.1. Kajian Pustaka	17
2.1.1. Strategi	17
2.1.1.1. Pengertian Strategi	15
2.1.1.2 Jenis Strategi	18
2.1.2 Blue Ocean Strategy	21
2.1.2.1. Konsep Strategi	22
2.1.2.2. <i>Blue Ocean Versus Red Ocean</i>	25
2.1.2.3. perbandingan strategi kompetitif terhadap <i>Blue Ocean Strategy</i>	27

Ryan Aditiopratama, 2014

Analisis Strategi Blue Ocean dalam Meningkatkan Daya Saing Pot Meets Pop

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.2.4. Implementasi <i>Blue Ocean</i> Sebagai Model Bisnis Baru.....	29
2.1.2.5. Prinsip Strategi Blue Ocean.....	30
2.1.2.5.1 Prinsip Perumusan Strategi	31
2.1.2.5.2 Prinsip Eksekusi/Pelaksanaan Strategi	32
2.1.2.6. Kerangka Kerja dan Alat Analisis.....	34
2.1.2.6.1. Kerangka Kerja Empat Langkah (<i>Four Action Framework</i>) dan skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan (<i>ERRC grid</i>).....	34
2.1.2.6.2. Kerangka Kerja Enam Langkah (<i>Six Path Framework</i>)	36
2.1.2.6.3. Kanvas Strategi (<i>strategy canvas</i>) dan Kurva Nilai (<i>Value Curve</i>).....	38
2.1.2.6.4. Peta <i>Pioneer-Migrator-Settler</i> (<i>the PMS Map</i>)	40
2.1.2.6.5. Tiga Tingkatan Non Konsumen (<i>the 3 tiers</i>).....	41
2.1.2.6.6. Enam Tahapan Siklus Pengalaman Pembeli (<i>buyer utility map</i>)	42
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
2.3. Hipotesis	45
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Objek Penelitian.....	46
3.2. Metode Penelitian dan alasan menggunakan metode	46
3.2.1. Metode Penelitian	46
3.2.2. Alasan menggunakan metode.....	47
3.3 Operasionalisasi Variabel	48
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1. Sumber data.....	50
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5. Populasi, Sampel, dan teknik Penarikan sampel.....	50
3.5.1. Populasi.....	52
3.5.2. Sampel.....	53
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	55
3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	55

Ryan Aditiopratama, 2014

Analisis Strategi Blue Ocean dalam Meningkatkan Daya Saing Pot Meets Pop

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.6.1 Instrumen	55
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Profil <i>Pot Meets Pop</i>	58
4.1.2. Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	60
4.1.2.1. Kerangka Kerja Empat Langkah (<i>Four Action Framework</i>) dan skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan (<i>ERRC grid</i>),.....	61
4.1.2.2. Kanvas Strategi (<i>strategy canvas</i>) dan Kurva Nilai (<i>Value Curve</i>)...	69
4.1.2.3. Peta <i>Pioneer-Migrator-Settler (the PMS Map)</i>	79
4.1.2.4. Tiga Tingkatan Non Konsumen (<i>the 3 tiers</i>).....	81
4.1.2.5. Kerangka Kerja Enam Langkah (<i>Six Path Frame Works</i>)	84
4.1.3. Analisis <i>Five Forces</i> Michael Porter	90
4.1.3.1. Identifikasi Pemain Dalam Industri	90
4.1.3.2. Parameter dan Asumsi.....	94
4.1.3.2.1. Parameter.....	94
4.1.3.2.2. Asumsi.....	95
4.1.3.3. Analisis	95
4.1.3.3.1. Ancaman Pendatang Baru	95
4.1.3.3.2. Kekuatan Penawaran Pembelian.....	99
4.1.3.3.3. Ancaman Produk Pengganti	103
4.1.3.3.4. Kekuatan Penawaran Pemasok	107
4.1.3.3.5. Pesaing industri.....	110
4.1.4. Potensi Keunggulan Kompetitif <i>Pot Meets Pop</i>	113
4.2. Pembahasan hasil penelitian	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1. Kesimpulan.....	117
5.2. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120

Ryan Aditiopratama, 2014

Analisis Strategi Blue Ocean dalam Meningkatkan Daya Saing Pot Meets Pop

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu