

ABSTRAK

Kondisi industri kelautan dan perikanan, terutama pada sektor perdagangan digital, telah mengarah pada terciptanya samudra merah persaingan yang ketat, akibat fenomena disrupsi teknologi dan perubahan perilaku pembeli. Saat ini Aruna sebagai salah satu perusahaan berbasis teknologi digital pada industri tersebut, terpaksa harus bersaing dengan lebih dari 700 perusahaan lain sejenisnya. Untuk itu, Aruna membutuhkan strategi samudra biru yang mampu menjadikan persaingan tidak lagi relevan, melalui penciptaan inovasi nilai.

Penelitian ini bertujuan melakukan analisis strategi samudra biru pada Aruna, untuk mengidentifikasi faktor - faktor persaingan dan investasi di dalam industri kelautan dan perikanan sektor perdagangan digital. Dengan menggunakan metode survei melalui wawancara dan kuesioner, yang kemudian di analisis menggunakan alat kanvas strategi, rerangka empat aksi dan dibantu kisi - kisi hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan untuk dapat memformulasikan inovasi nilai bagi Aruna.

Hasilnya, terdapat 9 faktor persaingan dan investasi utama dalam industri kelautan dan perikanan sektor perdagangan digital. Selain itu, upaya penciptaan inovasi nilai dapat direalisasikan oleh Aruna, berdasarkan hasil analisis rerangka empat aksi, dengan aksi hapuskan pada faktor keharusan membuat situs/ aplikasi perdagangan sendiri yang tidak memiliki nilai pembeda bagi pembeli, aksi kurangi pada faktor kelengkapan informasi yang ditampilkan, aksi tingkatkan pada faktor perluasan kemitraan strategis, dan aksi ciptakan pada faktor program nihil limbah, serta citra misi Aruna pada produk perikanan yang dijual.

Kata Kunci: Strategi Samudra Biru, Inovasi Nilai, Kanvas Strategi, Rerangka Empat Aksi, Kisi - kisi Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan.

ABSTRACT

The condition of the marine and fisheries industry, especially in the digital trade sector, has led to the creation of a red ocean of intense competition, due to the phenomenon of technological disruption and changes in buyer behavior. Currently, Aruna as one of the digital technology based companies in the industry, is forced to compete with more than 700 other similar companies. For this reason, Aruna needs a blue ocean strategy that is able to make competition irrelevant, through the creation of value innovation.

This study aims to analyze the blue ocean strategy on Aruna, to identify the factors of competition and investment in the marine and fisheries industry in the digital trade sector. By using a survey method through interviews and questionnaires, which are then analyzed using a strategy canvas tool, a four action framework and assisted by the eliminate-reduce-raise-create (ERRC) grid to be able to formulate value innovations for Aruna.

As a result, there are 9 main competitive and investment factors in the marine and fisheries industry in the digital trade sector. In addition, efforts to create value innovation can be realized by Aruna, based on the results of the analysis of the four action framework, by eliminating action on the factor of having to create their own trading site/ application that does not have a differentiating value for buyers, reducing action on the factor of completeness of the information displayed, increasing action on the factor of expanding strategic partnership, and creating action on the zero waste program factor, and image of Aruna's mission on fishery products offered.

Keywords: *Blue Ocean Strategy, Value Innovation, Strategy Canvas, Four Action Framework, Eliminate-Reduce-Raise-Create (ERRC) Grid.*