

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang ..	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Ruang Lingkup.....	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 LANDASAN TEORI	11
2.1 Strategi Samudra Biru	11
2.2 Proposisi Nilai.....	12

2.3	Kanvas Strategi	17
2.3.1	Inovasi Nilai	18
2.3.2	Koridor Harga Massa Sasaran	20
2.4	Kerangka Kerja Empat Langkah	22
2.5	Rangkaian Strategi Samudra Biru	24
2.6	Pengertian <i>E-commerce</i>	26
2.6.1	Jenis <i>E-commerce</i>	27
2.6.1.1	<i>Customer to Customer (C2C)</i>	28
2.6.1.2	<i>Business to Customer (B2C)</i>	28
2.6.1.3	<i>Business to Business (B2B)</i>	28
BAB 3 METODA PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Metoda Pengumpulan Data	29
3.2.1	Tahapan Penelitian	30
3.3	Instrumen Penelitian.....	32
3.3.1	Fokus Diskusi Grup	33
3.3.2	Kuesioner	33
3.3.3	Wawancara	37
3.4	Metoda Analisis Data.....	37
3.4.1	Proposisi Nilai dengan Peta Empati	38

3.4.2	Kanvas Strategi.....	39
3.4.3	Kerangka Kerja Empat Langkah	39
3.4.4	Rangkaian Strategi Samudra Biru	40
3.5	Objek Penelitian	41
3.5.1	Profil Perusahaan	41
3.5.2	Responden	43
BAB 4 HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Proposisi Nilai.....	44
4.1.1	Hasil Fokus Diskusi Grup.....	44
4.1.2	Analisis Hasil Peta Empati	48
4.2	Kanvas Strategi	52
4.2.1	Analisis Hasil Kuesioner	52
4.2.1.1	Variasi Produk	53
4.2.1.2	Harga	54
4.2.1.3	Ketersediaan Produk (Stok).....	55
4.2.1.4	Akurasi Data	56
4.2.1.5	Kualitas Vendor	58
4.2.1.6	Penyediaan Sistem pengadaan elektronik.....	59
4.2.1.7	Penggunaan Sistem pengadaan elektronik	60
4.2.1.8	Jasa Pengiriman yang Disediakan	62

4.2.1.9 Respon Vendor	63
4.2.1.10 Desain Website	64
4.2.2 Analisis Kanvas Strategi.....	66
4.3 <i>ERRC Grid</i> dan Kerangka Kerja 4 Langkah	68
4.3.1 Hasil Wawancara dengan Manajemen Perusahaan	68
4.3.2 Analisis <i>ERRC Grid</i> PT. BCI	69
4.3.3 Analisis <i>ERRC Grid</i> dengan Kanvas Strategi.....	71
4.4 Rangkaian Strategi Samudra Biru	74
4.4.1 Hasil Wawancara dengan Manajemen Perusahaan	74
4.4.2 Analisis Rangkaian Strategi Samudra Biru	76
4.5 Strategi Samudra Biru	84
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi.....	89
5.3 Keterbatasan.....	90
5.4 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Samudra Merah dan Samudra Biru.....	12
Tabel 2.2	Pertanyaan Peta Empati.....	16
Tabel 2.3	Definisi <i>e-commerce</i>	27
Tabel 3.1	Daftar Responden.....	33
Tabel 3.2	Faktor Variasi Produk.....	34
Tabel 3.3	Faktor Harga.....	34
Tabel 3.4	Faktor Ketersediaan Produk.....	34
Tabel 3.5	Faktor Akurasi Data.....	35
Tabel 3.6	Faktor Kualitas Vendor.....	35
Tabel 3.7	Faktor Penyediaan Sistem Pengadaan Elektronik.....	35
Tabel 3.8	Faktor Penggunaan Sistem Pengadaan Elektronik.....	36
Tabel 3.9	Faktor Jasa Pengiriman yang Disediakan.....	36
Tabel 3.10	Faktor Respon Vendor.....	36
Tabel 3.11	Faktor Desain <i>Website</i>	37
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Kategori Variasi Produk.....	53
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Kategori Harga.....	54
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Kategori Ketersediaan Produk.....	55
Tabel 4.4	Hasil Kuesioner Kategori Akurasi Data.....	57
Tabel 4.5	Hasil Kuesioner Kategori Kualitas Vendor.....	58
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner Kategori Penyediaan Sistem pengadaan elektronik.....	59
Tabel 4.7	Hasil Kuesioner Kategori Penggunaan Sistem pengadaan elektronik.....	60
Tabel 4.8	Hasil Kuesioner Kategori Jasa Pengiriman.....	62
Tabel 4.9	Hasil Kuesioner Kategori Respon Vendor.....	63
Tabel 4.10	Hasil Kuesioner Kategori Desain Website.....	64
Tabel 4.11	Hasil Kuesioner Semua Kategori.....	66
Tabel 4.12	Survei Harga Sampel Produk Alat Komunikasi Bizzy.co.id dan Beberapa Produk Dari Kategori Berbeda.....	79

Tabel 4.13 Survei Harga Sistem Pengadaan Elektronik Bizzy.co.id dan Beberapa Produk Dari Kategori Berbeda	80
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Peta Empati.....	16
Gambar 2.2	Inovasi Nilai: Landasan Strategi Samudra Biru	19
Gambar 2.3	Koridor Harga Massa Sasaran	22
Gambar 2.4	Kerangka Kerja Empat Langkah	24
Gambar 2.5	Rangkaian Strategi Samudra Biru	26
Gambar 3.1	Alur Penelitian.....	32
Gambar 3.2	Kerangka Analisis Penelitian	38
Gambar 4.1	Peta Empati Responden.....	52
Gambar 4.2	Kurva Nilai untuk Semua Kategori	67
Gambar 4.3	<i>ERRC Grid</i> PT.BCI	71
Gambar 4.4	Kerangka Kerja 4 Langkah Dari Kanvas Strategi	74
Gambar 4.5	<i>ERRC Grid</i> dari Kanvas Strategi	74
Gambar 4.6	Koridor Harga Sampel Produk Alat Komunikasi Massa Sasaran: Bizzy.co.id.....	80
Gambar 4.7	Koridor Harga Sistem Pengadaan Massa Sasaran: Bizzy.co.id	82
Gambar 4.8	Kesesuaian Strategi Samudra Biru	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	94
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Responden	98
Lampiran 3	Hasil Penilaian Responden.....	99
Lampiran 4	<i>Focus Group Discussion</i> – Kelompok 1	108
Lampiran 5	<i>Focus Group Discussion</i> – Kelompok 2	110
Lampiran 6	<i>Focus Group Discussion</i> – Kelompok 3	112