

Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi

Desyana^{1*}

^{1*} Owner and CEO Perusahaan “Babal Aki”, Halim Jakarta Timur.

Suwandi^{2*}

^{2*} Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

***Abstract**— This final assignment journal contains summary of the Babal Aki business plan about the development of e-commerce system with an online store and smartphone applications, resellers system, and manufacturing cooperation to make their own brands. This journal explained a few things about the current business processes of Babal Aki and the development plans for the next 5 years. The analysis conducted includes analysis of the marketing mix, SWOT, Blue Ocean Strategy, competitors, and also the Business Model Canvas. In its development plan, it also contained some information relating to the financial of Babal Aki, as well as information on funding, profit and loss, and balance sheets of Babal Aki.*

***Keywords**— business, process, retail, e-commerce, reseller, final assignment*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi di mana ekonomi dunia semakin terhubung dan maju berkat adanya teknologi informasi yang semakin canggih. Maka salah satu impek nyata adalah kebutuhan manusia akan transportasi yang semakin meningkat. Fakta itu dapat dilihat dari semakin banyaknya pengguna kendaraan bermotor berbasis tenaga “AKI” di seluruh dunia.

Dilihat dari banyaknya pengguna kendaraan bermotor tersebut, selain menjadi peluang bagi industri otomotif, juga merupakan peluang bagi para produsen dan pengecer dari suku cadang kendaraan bermotor, khususnya Aki. Salah satu toko retail aki yang cukup terkenal di kawasan Halim yaitu Babal Aki.

Babal Aki telah berdiri sejak tahun 2013. Selama perkembangannya sampai sekarang Babal Aki telah cukup dikenal oleh pelanggannya di kawasan sekitarnya. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik, ramah serta harga yang murah dan terjangkau di segala kalangan pelanggannya. Namun hal itu tentu belum cukup memuaskan pemilik (*owner*) usaha tersebut, sehingga dibuatlah rencana pengembangan bisnis untuk dapat menjadi acuan pengembangannya ke depan.

1.2. Tujuan Penyediaan Rencana Usaha

Tujuan penyediaan rencana usaha (business plan) dengan khusn perusahaan Aki “Babal Aki” adalah sebagai arah pengembangan bisnis yang baik untuk diterapkan. Juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat yang ingin mempelajari mengenai usaha perdagangan terutama dalam bisnis perdagangan aki.

II. DESKRIPSI PERUSAHAAN DAN PRODUK

2.1. Profil Babal Aki

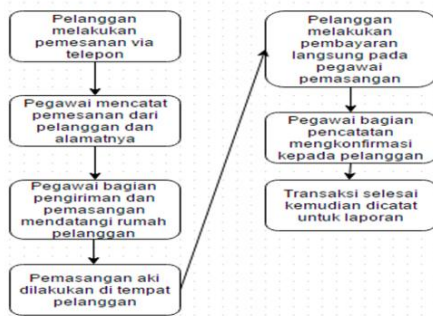
Perusahaan ‘Babal Aki’ adalah unit usaha yang bergerak di bidang otomotif khususnya dalam penjualan dan pembelian aki dengan focus kepada penjualan *retail* untuk tahap awal pendirian usaha.

Melihat begitu luas dan besarnya pangsa pasar di Jakarta serta diiringi persaingan yang kompetitif, maka penjualan secara retail kami menjadi 2 kelompok yaitu penjualan *Online* dan penjualan secara offline melalui *Outlet*.

2.2. Proses Bisnis

Proses bisnis di Babal Aki terbagi menjadi dua jenis yaitu pembelian langsung dan pembelian melalui telepon. Untuk pembelian langsung di tempat, pelanggan datang

ke toko Babal Aki dan kemudian mengkonsultasikan kebutuhan akinya.



Gambar 1 Flowchart Pemesanan Aki

Setelah itu pegawai langsung melakukan pemasangan dan setelah selesai pembayaran pun langsung dilakukan. Sedangkan pada pemesanan via telepon memiliki prosedur seperti dijelaskan pada flowchart proses bisnis di bawah ini.

2.3. Rencana Pengembangan Bisnis

Rencana pengembangan Babal Aki seperti pada rencana bisnis 5 tahun ke depan yang telah disebutkan sebelumnya yaitu mengembangkan sistem penjualan e-commerce dengan membuat sebuah online store dan juga aplikasi smartphone untuk memudahkan konsumen memilih jenis aki dan melakukan pembelian.

Pengembangan pada tahun ketiga akan dilakukan dengan cara melakukan kerja sama dengan penyedia jasa transportasi dan instansi terkait yang dapat melakukan kerja sama pengadaan dan perawatan aki dengan Babal Aki. Pada tahun keempat akan diciptakan sebuah sistem untuk para reseller dapat menjual barang dari Babal Aki namun tetap dapat bersaing dengan para kompetitornya.

Dan tujuan akhir dari Babal Aki yaitu untuk membuat sebuah merk sendiri dengan masih menggunakan produk dari pabrik OEM. Rencana jangka panjang ke depannya lagi Babal Aki menginginkan untuk memiliki pabrik dan fasilitas produksi sendiri.

III. METODOLOGI

3.1. Pengumpulan Data

Bagian penting dari perencanaan itu sendiri yaitu riset, pemikiran strategis, model dan perencanaan taktis, serta dokumen rencana bisnis. Selain itu terdapat juga satu hal lagi yang tidak kalah penting yaitu keterlibatan pihak eksternal sebagai penilai. Dari sini akan didapatkan banyak masukan tambahan untuk dapat memajukan usaha dengan lebih baik.

Penyusunan Rencana Usaha dimulai dengan menghimpun data sebagai bagian dari proses penelitian. Teknik pengumpulan dilakukan melalui angket,

wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Sedangkan Instrumen Pengumpul Data lembar cek list, kuesioner (angket terbuka/ tertutup), pedoman wawancara, camera photo dan lainnya.

3.2. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data digunakan empat buah metode analisis data, yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Industri dengan Porter Five Forces Model

Porter Five Forces model adalah metode analisis industri dan pengembangan strategi bisnis serta lingkungan persaingan yang diciptakan oleh Michael E. Porter. Menurut model ini ada lima hal yang dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar dalam suatu industri, hal tersebut yaitu, kekuatan penawaran pemasok, kekuatan penawaran pembeli, persaingan dengan kompetitor yang sudah ada, ancaman dari kompetitor baru, ancaman dari barang pengganti.

b. Segmenting, Targeting, Positioning (STP)

Analisis STP (segmenting, targeting, and positioning) merupakan langkah awal dalam menentukan pasar karena tiap konsumen memiliki kebutuhan yang sangat bervariasi. Oleh karena itu, produsen harus dapat mengidentifikasi segmen pasar yang hendak dilayani dengan baik dan membaginya kedalam kelompok-kelompok yang lebih kecil (segmenting). Dengan begitu produsen dapat mengevaluasi segmen pasar mana yang lebih menarik untuk dimasuki dan dapat memilih salah satu atau lebih segmen pasar yang ada (targeting). Selanjutnya produsen dapat menetapkan posisi yang diinginkan atas produknya atau perusahaannya dalam benak konsumen dibandingkan dengan pesaingnya (positioning).

c. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis dan dapat dikendalikan 7P yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran. Dalam perencanaan bisnis pengembangan bisnis Babal Aki ini, variable dalam bauran pemasaran yang akan dianalisis lebih dalam yaitu product, price, promotions, dan place.

d. Business Model Canvas (BMC)

Dengan pendekatan Business Model Canvas, model bisnis ditampilkan dalam satu lembar kanvas, dan didalamnya terdapat sembilan elemen Business Model Canvas. Elemen elemen

tersebut yaitu value proposition, customer segment, channels, revenue stream, customer relationship, key activities, key resources, key partnership, cost structure.

e. *Perancangan Strategi Bisnis Menggunakan BOSC*

Selain strategy canvas, kita bisa melakukan blue ocean strategy dengan menggunakan Four Action Framework. Aksi empat elemen ini merujuk pada empat hal, yaitu eliminate, reduced, raise, create. Blue ocean strategy adalah istilah dalam ilmu manajemen strategi yang merujuk pada siasat untuk menciptakan pasar baru yang belum dipenuhi persaingan yang ketat. Hal ini dilakukan dengan menciptakan dan menjangkau demand baru yang belum dipikirkan oleh para pesaing.

Esensi dari strategi blue ocean adalah mengidentifikasi dan mencari potensi pasar baru yang masih belum disadari oleh pemain lain. Dengan demikian suatu perusahaan bisa melenggang sendirian menguasai pasar itu; sebelum para pemain lain menyadarinya.

3.3. Aspek Kelayakan Bisnis

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis dibutuhkan aspek-aspek yang akan mendukung tingkat kelayakan suatu bisnis, aspek-aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan tersebut yaitu:

1. Aspek Produk atau Jasa

Aspek produk atau jasa bisa dilakukan dengan menentukan daya tarik ide suatu produk atau jasa bagi para calon pelanggan dan mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran berkaitan dengan adanya peluang pasar untuk suatu produk yang akan ditawarkan oleh suatu bisnis tersebut, misalnya potensi pasar, jumlah konsumen yang potensial atau konsumen yang mempunyai keinginan atau hasrat untuk membeli, dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing dewasa.

3. Aspek Keuangan

Menyangkut sumber dana yang akan diperoleh dan proyeksi pengembaliannya dengan tingkat bunga modal dan sumber dana yang bersangkutan. Metode penilaian yang digunakan adalah Payback Period, Net Present Value,

Internal Rate of Return, Profitability Index, Break Even Point serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya.

4. Aspek Manajemen atau Organisasi

Pada aspek manajemen akan melihat bagaimana mengelola usaha, struktur organisasi dan operasional perusahaan.

IV. ANALISIS DATA

Analisis Bisnis

Bisnis retail merupakan salah satu bentuk usaha yang bertindak sebagai penghubung dari pabrik kepada konsumen. Bisnis retail ini ada pada setiap jenis usaha dari mulai bidang pangan, sandang, hingga kebutuhan informasi ataupun otomotif. Bisnis retail aki merupakan salah satunya, dalam bisnis retail ini, perusahaan bertindak sebagai penghubung atau penyalur aki dari pabrik kepada para konsumen.

Pada bisnis retail aki sendiri para peretail aki biasanya memiliki kerja sama tidak hanya dengan satu merk aki, namun juga banyak merk aki. Hal itu dilakukan karena sangat banyaknya jenis dan macam aki di pasaran dan juga kebutuhan permintaan konsumen sendiri yang bervariasi.

Analisis dan Strategi SWOT

Analisis SWOT adalah analisis terhadap beberapa faktor yang dimiliki oleh suatu usaha atau ide yang akan dikembangkan. Dengan analisis ini akan dapat diketahui kekuatan kelemahan, kesempatan, dan juga tantangan yang mungkin terjadi. Dengan mengetahui hal tersebut diharapkan para pelaku usaha dapat mempersiapkan strategi untuk menghadapi segala kendala.

Strategi SWOT adalah strategi yang akan diterapkan setelah mengetahui SWOT dari perusahaan. Strategi tersebut dibuat dengan melihat perbandingan dari beberapa poin SWOT yang telah diketahui, yaitu membandingkan Strength dengan Opportunities (SO), Weakness dengan Opportunity (WO), Strength dengan Threats (ST), dan yang terakhir Weakness dengan Threats (WT).

Analisis Kompetitor dan Blue Ocean Strategy

Pada analisis kompetitor ini yang akan diambil adalah kompetitor yang berupa kompetitor langsung dan kompetitor tidak langsung. Kompetitor langsung kebanyakan memiliki harga yang lebih murah karena kebanyakan memiliki biaya operasional lebih kecil dan memiliki hubungan langsung dengan distributor aki besar. Sedangkan dari segi fleksibilitas kompetitor tidak langsung memiliki fleksibilitas yang baik karena

kompetitor tidak langsung menyediakan berbagai layanan tambahan selain penjualan aki.

Untuk kelengkapan produk kompetitor langsung memiliki kelengkapan yang baik karena lebih spesifik menjual berbagai jenis dan merk aki. Dari segi pelayanan kompetitor tidak langsung memiliki pelayanan yang sangat baik karena menyediakan berbagai macam layanan yang diperlukan konsumen. Untuk segi kualitas kedua jenis kompetitor ini memiliki kualitas yang kurang lebih sama baiknya.

Blue Ocean Strategy adalah salah satu jenis strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan suatu bisnis atau produk dengan konsep dasar nilai kompetisi yang sangat kompetitif. Berikut analisis BOSC yang dapat diterapkan pada Babal Aki.

1. **Eliminasi (Eliminate)**
Strategi eliminasi yang dapat dilakukan Babal Aki yaitu dengan mengeliminasi beberapa hal yang kurang diperlukan dalam bisnis aki dengan cara menjual hanya terfokus pada produk aki.
2. **Mengurangi (Reduced)**
Babal Aki mengurangi fitur ini dengan tidak menjual aki bekas dengan alasan untuk lebih meningkatkan kepercayaan, sehingga konsumen tidak akan berpikir jika aki yang dijual merupakan aki bekas yang diperbarui.
3. **Meningkatkan (Raise)**
Babal Aki mencoba meningkatkan standar dalam industrinya yaitu dengan memberikan berbagai layanan tambahan melalui e-commerce, sistem reseller, hingga pengembangan merk aki sendiri.
4. **Menciptakan (Create)**
Penciptaan yang dilakukan oleh Babal Aki adalah menciptakan pandangan kepada masyarakat luas untuk mengenal berbagai macam merk aki yang berkualitas namun terjangkau. harganya cukup mahal.

Analisis Sumber Daya Manusia dan Keuangan

Dalam operasionalnya Babal Aki memiliki 6 orang karyawan dan satu atau dua orang supervisor. Karyawan itu terdiri dari bagian teknisi, pengiriman, keuangan. Teknisi bertugas melakukan diagnosa dan pemeriksaan pada kendaraan konsumen. Bagian pengiriman bertugas mengirim aki ke rumah konsumen yang melakukan pemesanan, biasanya dalam melakukan pengiriman ditemani oleh seorang teknisi. Keuangan bertugas untuk mengatur penerimaan dan pengeluaran keuangan Babal Aki. Sedangkan supervisor bertugas untuk mengawasi proses bisnis dan pekerjaan yang dilakukan bagian lain.

Dalam pengembangan bisnis Babal Aki di antaranya akan mengembangkan sistem penjualan e-commerce, kerjasama dengan bengkel dan jasa transportasi, pembuatan sistem reseller, hingga rencana pengembangan merk sendiri dan untuk itu diperlukan biaya oleh Babal Aki untuk promosi, sewa tempat, peralatan operasional, persediaan barang, biaya hukum dan legal, biaya konsultan IT.

Analisis Business Model Canvas

Dalam Business Model Canvas ini akan digambarkan bagaimana model dari proses bisnis Babal Aki.

- a. **Value Proposition**
Pada perencanaan bisnisnya Babal Aki akan membuat inovasi penjualan dengan sistem e-commerce dan reseller.
- b. **Customer Segment**
Babal Aki melakukan penetapan customer segment berdasarkan Geografis, Demografis, dan Psikografis.
- c. **Channels**
Promosi yang akan dilakukan Babal Aki untuk outlet barunya ini antara lain melalui online lewat website ataupun media social dan offline lewat brosur atau spanduk.
- f. **Revenue Stream** Pendapatan dari jenis bisnis yang dilakukan oleh Babal Aki ini berasal dari pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Selain itu terdapat juga keuntungan yang

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Pabrik • Pemegang merk 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan aki • Promo atau event khusus 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • Produk lengkap • Staf berpengalaman • Area parkir luas 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Customer service online • Layanan garansi 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Pengguna kendaraan bermotor • Domisili wilayah Jakarta Timur dan sekitarnya
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Staf berpengalaman 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Media Sosial • Brosur • Spanduk 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Terlampir dalam Tabel 4.4 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan barang • Bonus dari pabrik 	

Tabel 1 Analisis BMC Babal Aki

diberikan oleh pabrik merk tertentu saat mencapai sejumlah penjualan tertentu.

- g. **Customer Relationship**
Relasi dengan pelanggan dilakukan oleh Babal Aki dengan membuka layanan tanya jawab via telepon, email, ataupun melalui media sosial dari Babal Aki. Selain itu juga terdapat layanan

garansi pada beberapa produk untuk menjamin kepuasan konsumen.

- h. **Key Partnership**
Pada proses bisnisnya Babal Aki memiliki kesepakatan kerjasama dengan beberapa pabrik atau perusahaan pemegang merk dari berbagai jenis aki.
- i. **Key Activities**
Aktifitas utama dari Babal Aki sendiri adalah kegiatan penjualan aki, selain itu terdapat pula kegiatan promosi melalui berbagai media ataupun dengan memberikan diskon berdasarkan event tertentu, seperti misalnya hari ultah Babal Aki, hari Kartini, dan sebagainya.
- j. **Key Resources**
Key resources dari Babal Aki yaitu para pegawai Babal Aki yang telah memiliki tugas masing-masing seperti disebutkan di bagian sebelumnya. Babal Aki cukup selektif menjaring sumber daya manusia yang digunakan agar tercipta pelayanan yang maksimal.
- k. **Cost Structure**
Cost structure pada paket ini yaitu rincian biaya yang diperlukan untuk pengembangan beberapa sistem baru.

V. RENCANA BISNIS

5.1. Rencana Pengembangan Bisnis

Pada tahap awal pengembangan akan dilakukan dari sistem penjualan, yang semula hanya berbasis offline menjadi sistem e-commerce melalui pembuatan online store. Pengembangan tahap berikutnya masih berkaitan dengan e-commerce, yaitu pengembangan aplikasi smartphone yang memiliki fungsi tambahan yang tidak ada di online store. Setelah kedua sistem penunjang e-commerce di atas selesai dikembangkan, hal berikutnya yang akan dilakukan yaitu menjalin kerjasama dengan beberapa penyedia jasa transportasi dan bengkel otomotif.



Gambar 1 Logo Merk Aki Spartan dari Babal Aki

Pengembangan selanjutnya dari sistem kerjasama yang dibuat yaitu pengembangan sistem reseller. Pada rencana pengembangan setelah pembuatan sistem reseller, Babal Aki ingin membuat sebuah merk aki

sendiri yang dapat dikenal masyarakat. Nantinya produk tersebut akan diberikan merk turunan dari Babal Aki yaitu “Spartan” dengan slogan “Power Spartan” yang berarti kuat dan berkualitas. Setelah pengembangan merk tersebut berhasil dilakukan, tujuan jangka panjang lain dari Babal Aki yaitu untuk membuat pabrik sendiri.

5.2. Risiko

Risiko operasional yang mungkin terjadi pada bisnis Babal Aki ada beberapa hal yaitu kegagalan produk, kegagalan peralatan, kecelakaan kerja. Risiko keuangan yang dapat terjadi pada bisnis Babal Aki yaitu terjadi kesalahan pencatatan pada penjualan atau saat penerimaan barang dari pemasok. Risiko pasar yang mungkin terjadi pada industri ini yaitu menurunnya peminat aki namun hal ini sendiri sepertinya masih belum akan terjadi. Karena dari data penjualan kendaraan beberapa tahun terakhir dapat dilihat jika penjualan dari kendaraan bermotor sendiri semakin bertambah banyak.

5.3. Keuangan

Modal awal yang diperlukan untuk rencana pengembangan bisnis dari Babal Aki ini yaitu sebesar Rp 70.000.000. Biaya tersebut diperlukan untuk biaya sewa server yang akan digunakan untuk online store dan juga database

Tabel 2 Perencanaan Modal Pengembangan Babal Aki

No.	Deskripsi	Harga
1.	Biaya sewa server 1 Tahun	5.000.000
2.	Biaya konsultan IT (Pembuatan online store dan aplikasi)	20.000.000
3.	Material pelatihan reseller (Alat Tulis, Whiteboard, dsb.)	2.000.000
4.	Biaya legal dan hukum	10.000.000
5.	Universal Power Supply	3.000.000
6.	Biaya sewa ruangan kantor 1 Tahun	30.000.000
	TOTAL	Rp 70.000.000

dari aplikasi smartphone. Biaya pembuatan online store dan aplikasi menggunakan jasa konsultan IT Razfaren Corp. Material alat tulis dan sebagainya yang digunakan untuk pelatihan program reseller. Biaya legal dan hukum seperti untuk notaris, pendaftaran usaha dan sebagainya. Pembelian UPS untuk backup listriknya. Serta untuk biaya sewa ruangan kantor untuk reseller dan kerjasama.

Sumber dana dari pengembangan yang akan dilakukan ini berasal dari simpanan yang dimiliki oleh Babal Aki ditambah dengan tambahan dana pribadi dari pemilik.

Keuntungan yang didapatkan oleh Babal Aki dipastikan akan meningkat dengan dilakukannya pengembangan bisnis e-commerce, kerjasama, dan reseller ini. Dengan

bertambahnya keuntungan dari Babal Aki tentu arus kas Babal Aki 5 tahun ke depan akan berada pada titik positif. Keuntungan Babal Aki yang meningkat tiap tahun tentu akan menghasilkan arus kas positif dan peningkatan Net Cash Balance bagi Babal Aki. Selain itu dengan semakin besar pemasukan dari Babal Aki, maka aset yang dimiliki dari Babal Aki juga akan semakin meningkat.

<http://rajapresentasi.com/2009/07/cara-menerapkan-blue-ocean-strategy/>
Business Model Canvas Template:
<http://www.fiaipdonna.it/wp-content/uploads/2016/04/2013-Business-Model-Canvas-Template.docx>

	Net Cash Flow	NPV	IRR
Year 0	Rp (70.000.000,00)	Rp (70.000.000,00)	
Year 1	Rp 1.174.465.160,00	Rp 1.017.695.600,00	
Year 2	Rp 3.346.130.483,75	Rp 3.783.092.694,01	
Year 3	Rp 6.818.269.222,35	Rp 8.905.759.277,29	
Year 4	Rp 12.863.078.741,96	Rp 17.691.415.135,47	
Year 5	Rp 20.509.615.155,40	Rp 30.426.272.513,20	
Total NPV		Rp 61.754.235.219,97	2525,15%

Source: http://ultimatecalculators.com/quick_capital_budget_calculator.html

Tabel 3 Tabel NPV dan IRR Babal Aki

5.4. Kelayakan Keuangan

Kelayakan keuangan Perusahaan Babal Aki dapat dilihat dari perhitungan Payback Period, Break Even Point, Net Present Value (NPV) dan Internal Rate Return (IRR). Dengan asumsi rate sebesar 10% maka didapatkan NPV dari Babal Aki adalah Rp 61.754.235.219,97 dengan Internal Rate Return sebesar 2525,25%. Rangkuman sebagaimana disajikan pada tabel 3.

VI. SIMPULAN

Inovasi pengembangan bisnis yang dilakukan Babal Aki dengan membuat sistem e-commerce untuk retail aki dan juga sistem reseller dilakukan karena berdasarkan pengamatan yang dilakukan belum ditemukan adanya sebuah online store dan aplikasi smartphone yang secara khusus menjual dan memberikan pelayanan retail aki. Pengembangan ini dipercaya dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh Babal Aki karena telah melalui berbagai tahapan pengamatan dan pengujian.

DAFTAR PUSTAKA

- Jakfar, K. &. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Kedua*. Cetakan Keempat. Jakarta: Prenada Media group.
- Kotler, P. &. (2003). *Principles of Marketing In Segmenting, Targeting, and Positioning*.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat.
- Cara Menerapkan Blue Ocean Strategy:**