

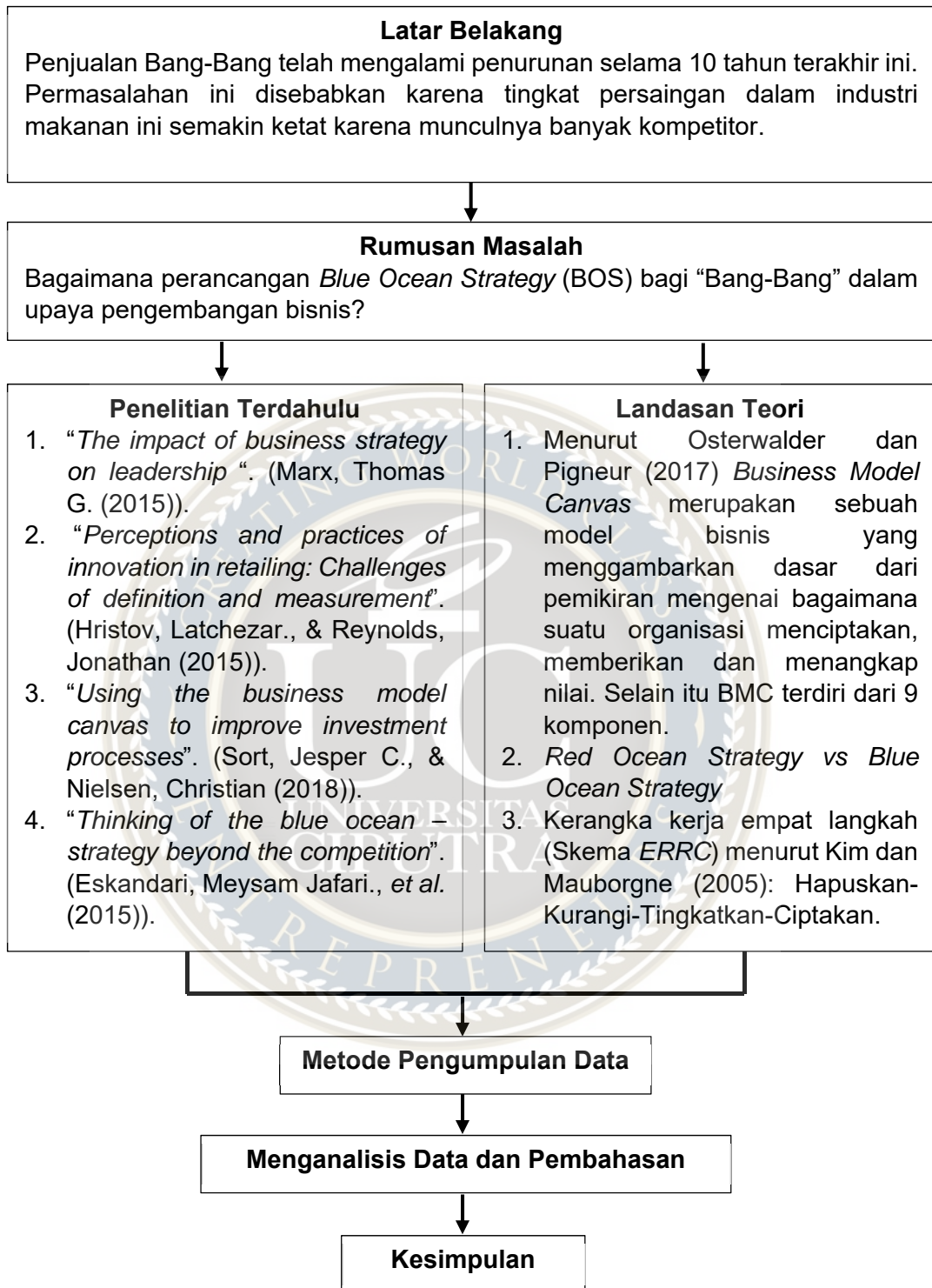
BAB III

KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang terjadi pada bisnis Bang-Bang yang bergerak di bidang makanan ringan, terdapat banyak kompetitor sejenis di bidang tersebut. Bisnis Bang-Bang ini termasuk dalam fenomena samudra merah, karena memiliki area luas di lingkungannya. Maka dari itu, Bang-Bang perlu keluar dan menyusun ulang sebuah inovasi baru, sehingga Bang-Bang dapat keluar dari Samudra merah dan menjadi Samudra biru.

Penelitian tersebut bertujuan untuk meneliti dan membentuk sebuah inovasi guna untuk perkembangan bisnis Bang-Bang. Selain itu secara umum, bentuk inovasi ini membahas: bagaimana perancangan strategi inovasi Samudra biru (BOS) bagi “Bang-Bang” dalam upaya pengembangan bisnis? Penelitian tersebut menggunakan 4 pedoman jurnal internasional. Penelitian tersebut juga menggunakan 2 alat penelitian, yakni: *Business Model Canvas* (BMC) dan *Blue Ocean Strategy* (BOS). Hasil dari penelitian tersebut akan diterapkan langsung pada bisnis Bang-Bang, sehingga bisnis Bang-Bang dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan dan berkembang kedepannya.



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian
 Sumber: Data Diolah

Pada skema Gambar 3.1 menjelaskan analisis data pada penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa langkah, diantaranya: dengan menganalisa keadaan bisnis Bang-Bang saat ini, lalu menyusun strategi inovasi bisnis Bang-Bang dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan *Blue Ocean Strategy* (BOS), sehingga dapat tercipta strategi inovasi bagi bisnis Bang-Bang di bidang makanan ringan tersebut.

Penelitian ini akan menggunakan teknik dasar yang dipakai, yakni: wawancara dengan beberapa informan lalu akan dilanjutkan dengan menganalisa data melalui *Business Model Canvas* (BMC) dan *Blue Ocean Strategy* (BOS). Berikut merupakan model analisis penelitian tersebut.

Tahapan penelitian ini, diantaranya:

1. Menganalisis permasalahan yang terjadi pada bisnis Bang-Bang dengan metode *Business Model Canvas* (BMC).
2. Mengkaji landasan teori.
3. Mempersiapkan pertanyaan dan melakukan wawancara semi terstruktur untuk dapat menganalisa hasil wawancara.
4. Menggambarkan strategi kanvas yang ditentukan melalui faktor-faktor kompetitif yang dinilai berdasarkan penilaian dari konsumen.
5. Menganalisa kerangka kerja empat langkah untuk merancang Skema ERRC (*Eliminate-Reduce-Raise-Create*) untuk mendapatkan kurva baru yang lebih unggul dan unik bagi Bang-Bang.
6. Menggambarkan perubahan pada model bisnis Bang-Bang dengan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan *Strategy Canvas* yang dirancang bagi Bang-Bang.