

ABSTRAK

PT Trengginas Jaya adalah perusahaan jasa yang menjalankan kegiatan usaha jasa pengelolaan tenaga kerja dengan sistem manajemen *outsourcing*. Tahun 2016 ini menjadi masa sulit bagi PT Trengginas Jaya untuk meningkatkan nilai profit perusahaan. Salah satu cara yang ingin ditempuh adalah memfokuskan penetrasi layanan IFMS pada pasar lembaga pendidikan tinggi. Ketatnya persaingan dan juga kendala internal target pasar menunjukkan besarnya tantangan yang dimiliki PT Trengginas Jaya. Namun, berbekal pengalaman yang dimiliki dan juga keterbukaan target pasar untuk dapat menggunakan mitra baru menciptakan peluang bagi perusahaan. Tantangan dan peluang tersebut menuntut PT Trengginas Jaya harus dapat melakukan analisis kebutuhan bisnis secara tepat untuk dapat mengembangkan produknya memasuki pasar lembaga pendidikan tinggi yang ditargetkan dan juga melampaui persaingan yang ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis kebutuhan bisnis dan menciptakan pernyataan *positioning*. Analisis yang dilakukan tersebut harus mampu menyajikan peningkatan layanan inti dan differensiasi bagi perusahaan sehingga perusahaan mampu memiliki daya tarik yang kuat. Penggunaan metode *blue ocean strategy* sangat tepat digunakan mengingat PT Trengginas Jaya akan memasuki pasar yang tidak difokuskan oleh perusahaan-perusahaan pesaing dan juga kondisi perusahaan pesaing yang memiliki pengalaman lebih besar.

Penelitian diawali dengan penentuan atribut-atribut faktor kompetisi dan identifikasi batasan pasar *red ocean*. 19 atribut-atribut faktor kompetisi didapatkan melalui wawancara terhadap masing-masing klien perusahaan dan kompetitor dan juga melalui studi literatur. Penelitian dilanjutkan dengan penyusunan kurva *existing strategy canvas* (“as is”), matriks IPA, dan rekonstruksi batasan pasar dengan menggunakan kuesioner. Hasil dari tahapan tersebut kemudian dianalisis menggunakan *four action framework* dan ERRC *grid* untuk menyusun kurva *blue ocean strategy canvas*.

Dari penelitian ini, dirumuskan 23 atribut kebutuhan bisnis. Dua atribut diantaranya harus dihapuskan, lima atribut harus dikurangi, sepuluh atribut harus ditingkatkan, dan enam atribut harus diciptakan oleh PT Trengginas Jaya. Dengan menerapkan hasil analisis kebutuhan bisnis ini, PT Trengginas Jaya akan siap memasuki pasar lembaga pendidikan tinggi yang ditargetkan sebagai perusahaan IFMS dengan lini layanan yang ramping, mengedepankan kepercayaan klien, mengutamakan kepuasan konsumen akhir, pionir dalam penggunaan sistem aplikasi penunjang pekerjaan, dan memiliki citra sebagai perusahaan yang baik dan peduli lingkungan.

Kata Kunci: Analisis Kebutuhan Bisnis, *Blue Ocean Strategy*, *Importance Performance Analysis*, *Integrated Facility Management Services*