

Analisis Blue Ocean Strategy dalam Meningkatkan Marketing Performance
pada BurnHouseSmokery

SKRIPSI



Oleh :

ARYO PRASETYO YUDHOYONO

19042010098

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

**Analisis Blue Ocean Strategy dalam Meningkatkan Marketing Performance
pada BurnHouseSmokery**

Disusun Oleh :

Aryo Prasetyo Yudhoyono

NPM. 19042010098

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Lisan Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing**


Nurul Azizah S.AB., M.AB

NPT: 17219910501002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Blue Ocean Strategy dalam Meningkatkan Marketing Performance pada BurnHouseSmokery

Disusun Oleh :

ARYO PRASETYO YUDHOYONO

NPM 19042010044

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Mei 2023


Menyetujui

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua


Nurul Azizah S.A.B., M.A.B.
NPT: 17219910591002


R. Yuniardi Rusdianto, Sos., M.Si.
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris



Yanda Bara Kusuma S.A.B., M.A.B.
NIP. 198910302020121007

3. Anggota


Nurul Azizah S.A.B., M.A.B.
NPT: 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aryo Prasetyo Yudhoyono
NIM : 19042010098
Fakultas /Program Studi : FISIP/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis *Blue Ocean Strategy* dalam Meningkatkan *Marketing Performance* pada *BurnHouseSmokery*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 4 Juli 2023

Yang Menyatakan



Aryo Prasetyo Yudhoyono

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MARKETING PERFORMANCE MELALUI BLUE OCEAN STRATEGY PADA BurnHouseSmokery”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bu Nurul Azizah S.AB,.M.AB sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai orang, baik berwujud materil, moril, dan spritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos, M.SI selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua, keluarga, dan sanak saudara yang selalu memberikan

dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2019 yang sama-sama ada dan memberikan satu sama lain motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Surabaya, 3 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Manajemen Strategi	13
2.2.1 Manajemen	13
2.2.2 Strategi.....	14
2.3 Kinerja Pemasaran	17
2.3.1 Marketing	19
2.4 Manajemen Strategi	21
2.4.1 Manajemen	21
2.4.2 strategi	22
2.4.3 manajemen strategi.....	24
2.5.1 Samudera biru (Blue Ocean Strategy).....	25
2.5.2 Samudera Merah (Red Ocean Strategy)	26
2.5.3 Inovasi Nilai	29
2.5.4 Kerangka Kerja dan Alat Analisis	30
2.5.4.1 Kanvas Strategi dan Kurva Nilai	30
2.5.4.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	31
2.6 Perumusan Blue Ocean Strategy	34
2.7 Langkah- langkah untuk Mewujudkan Strategi Samudra Biru.....	41
2.7.1 Prinsip 1 : Merekonstruksi Batasan Batasan Pasar	42

2.7.2 Prinsip 2 : Fokus pada Gambaran Besar, Bukan pada Angka.....	45
2.7.3 Prinsip 3: Menjangkau Melampaui Permintaan yang Ada.....	45
2.7.4 Prinsip 4: Menjalankan Rangkaian Strategis Secara Benar	46
2.7.5 Prinsip 5: Mengatasi hambatan utama organisasi	46
2.7.6 Prinsip 6: Mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi.....	47
2.8 Kerangka Berpikir.....	47
BAB III.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian.....	51
3.3 Subjek Penelitian.....	51
3.4 Sumber Data.....	51
3.4.1 Sumber Data	52
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Teknik Analisis Data	57
BAB IV	60
4.1 Gambaran Objek Penelitian	60
4.1.1 Profil BurnHouseSmokery	60
4.1.2 Letak Geografis BurnHouseSmokery.....	62
Gambar 4. 1 letak geografis perusahaan.....	62
4.1.3 Visi dan Misi BurnHouseSmokery.....	62
4.1.4 Struktur Organisasi	63
4.1.5 Logo Perusahaan	67
4.1.6 Profil Narasumber	67
4.1.7 Menu makanan BurnHouseSmokery.....	70
4.2. Penyajian Data dan Analisis.....	70
4.2.1 Hasil Wawancara pada BurnHouseSmokery.....	71
4.2.2 Implementasi Kerangka Kerja.....	73
4.2.3 Skema H – K – T – C	75
4.3 Pembahasan Temuan.....	80
4.3.1 <i>Marketing Performance</i> yang dimiliki oleh BurnHouseSmokery	81

4.3.2. Implementasi kerangka kerja <i>blue ocean strategy</i> pada BurnHouseSmokery	82
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian pada BurnHouseSmokery dengan Penelitian Terdahulu	85
BAB V.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Produk Ayam selama 4 Bulan.....	8
Tabel 2. 1 Perbedaan Samudra Merah dan Samudra Biru.....	27
Tabel 2. 2 Enam Prinsip Samudera Biru.....	41
Tabel 4. 2 Menu makanan BurnHouseSmokery.....	70
Tabel 4. 2 Implementasi kerangka kerja empat langkah	73
Tabel 4. 3 Skema H – K – T – C.....	76
Tabel 4. 3 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Dampak Penciptaan Samudera Biru Terhadap Laba dan Pertumbuhan	27
Gambar 2. 2 Inovasi Nilai	29
Gambar 2. 3 Kerangka Kerja Empat Langkah	34
Gambar 2. 4 Tiga Tingkatan Nonkonsumen	39
Gambar 2. 5 Rangkaian Strategi Samudera Biru	41
Gambar 2. 6 Empat Rintangan Organisasi Bagi Eksekusi Strategi	47
Gambar 2. 7 Hipotesis.....	47
Gambar 4. 1 letak geografis perusahaan.....	62
Gambar 4. 2 struktur organisasi.....	66
Gambar 4. 2 struktur organisasi.....	67

ABSTRAK

ARYO PRASETYO YUDHOYONO, 19042010098, ANALISIS BLUE OCEAN STRATEGY DALAM MENINGKATKAN MARKETING PERFORMANCE PADA BURNHOUSESMOKERY

Penelitian ini menggunakan BurnHouseSmokery yang merupakan sebuah bisnis berfokus pada bidang makanan dengan cara pengolahan daging secara diasap. Penelitian ini bertujuan untuk berupaya meningkatkan marketing performance pada BurnHouseSmokery. Metode penelitian yang dilakukan adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis strategi samudera biru serta kerangka kerja empat langkah yang didalamnya terdapat faktor dihapuskan, dikurangi, ditingkatkan, dan diciptakan sebagai instrumen utamanya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, serta dokumentasi yang berkaitan untuk meningkatkan marketing performance BurnHouseSmokery. Informan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan pada faktor menghapuskan yaitu menghilangkan item yang tidak diminati, faktor dikurangi yaitu mengurangi harga yang sudah ditetapkan, faktor ditingkatkan yaitu meningkatkan menu set smoked chicken dan dory, dan yang terakhir faktor diciptakan yaitu pembuatan marketing campaign baru dan menu set baru. Berdasarkan kerangka kerja empat langkah yang sudah dilakukan diharapkan BurnHouseSmokery bisa mengimplementasikannya guna meningkatkan marketing performance yang dimiliki serta meningkatkan di bagian operasional lain BurnHouseSmokery.

Kata kunci: Strategi samudera biru, kinerja pemasaran, deskriptif kualitatif

ABSTRACT

ARYO PRASETYO YUDHOYONO, 19042010098, ANALYSIS OF BLUE OCEAN STRATEGY IN IMPROVING MARKETING PERFORMANCE AT BURNHOUSESMOKERY

This study uses BurnHouse Smokery which is a business that focused on the food sector by processing smoked meat. This research aims to improve marketing performance at BurnHouseSmokery. The research method used is using a qualitative descriptive method using blue ocean strategy analysis and a four-step framework in which factors are eliminated, reduced, increased, and created as the main instrument. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation, and related documentation to improve BurnHouseSmokery's marketing performance. Informants to be used in this study are owners, employees, and consumers. The results of the research that has been carried out resulted in the elimination factor, namely eliminating items that were not in demand, the reduced factor, namely reducing the set price, the increased factor, namely increasing the smoked chicken and dory set menu, and the last factor was created, namely the creation of a new marketing campaign and a new set menu. Based on the four-step framework that has been carried out, it is hoped that BurnHouseSmokery can implement it in order to improve its marketing performance and improve other operational parts of BurnHouseSmokery.

Keywords : blue ocean strategy, marketing performance, descriptive qualitative