

**STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan
Blue Ocean Strategy)**

SKRIPSI



OLEH:

RAMADHAN EKA SYAHPUTRA NURHIDAYAT
20042010246

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan *Blue Ocean*
Strategy)**

Disusun oleh:

RAMADHAN EKA SYAHPUTRA NURHIDAYAT

NPM. 20042010246

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian 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

Strategi Pengembangan Raung Konveksi Dalam Peningkatan Volume Penjualan (Analisis Pendekatan *Blue Ocean Strategy*)

Disusun Oleh:

Ramadhan Eka Syahputra Nurhidayat

NPM. 20042010246


Telah Dipertahankan Dihadapkan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 26 Maret 2024


Menyetujui

Pembimbing


TIM PENGUJI

1. Ketua



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


R. Yuniadi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 372069500461

2. Sekretaris



Dr. Drs. Nurhadi, M.Si
NIP. 19690211994031001

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramadhan Eka Syahputra Nurhidayat

NPM : 20042010246

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Raung Konveksi Dalam Peningkatan Volume Penjualan (Analisis Pendekatan *Blue Ocean Strategy*)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 4 April 2024
Yang Membuat Pernyataan



Ramadhan Eka Syahputra Nurhidayat
NPM. 20042010246

KATA PENGANTAR

Mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kehadiran-Nya, berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **"STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan *Blue Ocean Strategy*)."**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bu Nurul Azizah. S.AB,.M.AB sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk menawarkan petunjuk, nasihat, dan semangat untuk penulis. Selain itu, penulis menerima sebuah bantuan dari berbagai sumber, baik materil, moral, atau spiritual. Peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, 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. Mama 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 2020 yang sama-sama ada dan memberikan satu sama lain motivasi sehingga penulis sanggup mengerjakan penulisan skripsi ini hingga selesai.

Surabaya, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Strategi Pengembangan.....	12
2.2.2 Kebijakan Strategi Bisnis.....	17
2.2.3 Volume Penjualan	20
2.2.4 <i>Blue Ocean Strategy</i> (Samudera Biru).....	21
2.3 Kerangka Berpikir dan Alat Analisis.....	25
2.3.1 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	25
2.3.2 Perumusan <i>Blue Ocean Strategy</i>	28
2.3.3 Langkah – langkah Mewujudkan <i>Blue Ocean Strategy</i>	32
2.4 Kerangka Berpikir	37
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Lokasi Penelitian	41
3.3 Subjek Penelitian	41
3.4 Sumber Data	42

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknis Analisis Data	47
BAB IV	50
PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Raung Konveksi.....	50
4.1.2 Letak Geografis Raung Konveksi.....	52
4.1.3 Visi dan Misi Raung Konveksi	52
4.1.4 Struktur Organisasi	53
4.1.5 Logo Raung Konveksi	55
4.1.6 Profil Narasumber.....	56
4.1.7 Produk Raung Konveksi	57
4.2 Penyajian Data dan Analisis	57
4.2.1 Hasil Wawancara Pada Raung Konveksi.....	58
4.2.2 Implementasi Kerangka Kerja	65
4.2.3 Skema H – K – T – C.....	66
4.3 Pembahasan Temuan	71
4.3.1 Strategi Pengembangan yang dimiliki oleh Raung Konveksi	71
4.3.2 Implementasi kerangka kerja blue ocean strategy pada Raung Konveksi	73
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian pada Raung Konveksi dengan penelitian terdahulu.....	81
BAB V.....	86
KESIMPULAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	92
DOKUMENTASI	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan antara Blue Ocean Strategy dan Red Ocean	23
Tabel 2. 2 Enam Prinsip Blue Ocean Strategy	32
Tabel 2. 3 Kerangka Berpikir	38
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	54
Tabel 4 2 List Produk Ruang Konveksi.....	59
Tabel 4 3 Implementasi kerangka kerja empat langkah.....	67
Tabel 4. 4 Skema H – K – T – C.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Triwulan III - 2019	1
Gambar 1. 2 Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur 2017 - 2021	2
Gambar 1. 3 Laporan Keuangan Raung Konveksi Periode September – Desember 2023.....	5
Gambar 1. 4 Profile Sosial Media Pesaing Raung Konveksi.....	6
Gambar 2. 1 Inovasi Nilai	24
Gambar 2. 2 Kerangka Kerja Empat Langkah	27
Gambar 2. 3 Rangkaian Blue Ocean Strategy.....	31
Gambar 2. 4 Empat Rintangan Organisasi Bagi Eksekusi Strategi	37
Gambar 4. 1 Letak Geografis Raung Konveksi	52
Gambar 4. 2 Logo Raung Konveksi.....	55
Gambar 4. 3 Laporan Keuangan Produk Topi Raung Konveksi Periode September – Desember 2023.....	74
Gambar 4. 4 Sosial Media Raung Konveksi	76
Gambar 4. 5 Facebook Ads Raung Konveksi	77
Gambar 4. 6 Kerjasama Raung Konveksi dengan J&T	79
Gambar 4. 7 Laporan Keuangan Raung Konveksi Periode Januari 2024.....	80

**STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan *Blue Ocean
Strategy*)**

Ramadhan Eka Syahputra Nurhidayat¹, Nurul Azizah²

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Putrarama339@gmail.com, nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi pengembangan yang dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan Raung Konveksi. Dengan menggunakan pendekatan Blue Ocean Strategy, fokusnya adalah pada inovasi produk dan strategi pemasaran untuk menciptakan pasar baru dan memperluas pangsa pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, termasuk studi kasus dan survei pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi Blue Ocean secara efektif dapat menciptakan diferensiasi dan meningkatkan daya saing di industri Raung Konveksi. Ini dapat dicapai melalui berbagai cara, termasuk pengembangan produk yang unik dan berbeda dari pesaing, serta strategi pemasaran yang memperkenalkan produk tersebut ke segmen pasar baru. Melalui strategi Blue Ocean, Raung Konveksi dapat menghindari persaingan langsung dengan pesaing yang ada dan menciptakan ruang baru, yang memungkinkan mereka untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan volume penjualan mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Blue Ocean dapat menjadi pendekatan yang efektif bagi perusahaan Raung Konveksi untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan dalam menghadapi persaingan yang sengit dalam industri mereka.

Kata kunci: strategi pengembangan, peningkatan volume penjualan, *Blue Ocean Strategy*

**STRATEGI PENGEMBANGAN RAUNG KONVEKSI DALAM
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Analisis Pendekatan *Blue Ocean
Strategy*)**

Ramadhan Eka Syahputra Nurhidayat¹, Nurul Azizah²

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Putrarama339@gmail.com, nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This research aims to investigate development strategies that can increase the sales volume of Raung Konveksi company. Utilizing the Blue Ocean Strategy approach, the focus is on product innovation and marketing strategies to create new markets and expand market share. The research method employed is descriptive qualitative analysis, including case studies and customer surveys. The research findings indicate that the effective implementation of the Blue Ocean strategy can create differentiation and enhance competitiveness in the Raung Konveksi industry. This can be achieved through various means, including the development of unique and different products from competitors, as well as marketing strategies that introduce these products to new market segments. Through the Blue Ocean strategy, Raung Konveksi can avoid direct competition with existing competitors and create new space, enabling them to attract new customers and increase their sales volume. Overall, this research demonstrates that the Blue Ocean strategy can be an effective approach for Raung Konveksi company to achieve growth and success in facing fierce competition in their industry.

Keywords: *development strategy, increasing sales volume, Blue Ocean Strategy*