

**PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA LABUDA KOPI
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN *COFFE SHOP* DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FAJERUL DICKY SAPUTRA

NPM. 20042010056

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA LABUDA KOPI
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN *COFFE SHOP* DI SIDOARJO**

Disusun Oleh
Fajerul Dicky Saputra
NPM. 20042010056

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi .

Menyetujui,

PEMBIMBING


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 211199771204337

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK




Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA LABUDA KOPI DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN *COFFE SHOP* DI SIDOARJO

Disusun Oleh:

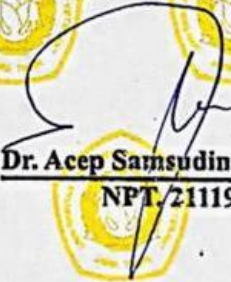
Fajerul Dicky Saputra
NPM. 20042010056

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 13 Mei 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajerul Dicky Saputra
NIM : 20042010056
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Pada Labuda Kopi
Dalam Menghadapi Persaingan *Coffe Shop* Di Sidoarjo

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, 28 Mei 2024

Yang Menyatakan



(Fajerul Dicky Saputra)

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur dan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Pada Labuda Kopi Dalam Menghadapi Persaingan *Coffe Shop* Di Sidoarjo”

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Acep Samsudin, M.A., yang telah dengan tulus memberikan waktu, tenaga, dan panduan yang berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Juga, penulis merasa berterima kasih kepada individu lain yang memberikan berbagai jenis dukungan, baik yang bersifat material, moral, maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos, MM, MA. yang menjabat sebagai Ketua Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Para dosen di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Kedua orang tua, keluarga, dan saudara yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Sahabat dan teman seangkatan dalam Program Studi Administrasi Bisnis angkatan tahun 2020, yang saling mendukung dan memberikan motivasi satu sama lain, memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis sadar akan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai saran dan kritik dari berbagai pihak yang dapat membantu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhirnya, dengan penuh rendah hati dan menyadari keterbatasan penulis, harapannya adalah skripsi ini dapat memberikan dampak positif bagi pembaca dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan.

Surabaya, 10 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Strategi.....	11
2.2.2 Pemasaran.....	13
2.2.3 <i>Blue Ocean Strategy</i>	20
2.2.4 Kerangka Kerja dan Alat Analisis.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Fokus Penelitian.....	35
3.3 Lokasi Penelitian.....	35
3.4.1 Objek Penelitian.....	36
3.4.2 Informan Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 <i>In-depth Interview</i>	37
3.4.2 Observasi.....	38
3.4.3 Dokumentasi.....	38
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5.1 Jenis Data.....	39
3.5.2 Sumber Data.....	39

3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Wawancara	40
3.6.2 Dokumentasi	40
3.6.3 Observasi	40
3.6.4 Triangulasi	41
3.7 Teknik Analisis Data Kualitatif	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Labuda Kopi	45
4.1.2 Letak Geografis Labuda Kopi	46
4.1.4 Logo Perusahaan	47
4.1.5 Struktur Organisasi	49
4.1.6 Profil Narasumber	50
4.1.7 Menu Makanan dan Minuman Labuda Kopi	52
4.2 Penyajian Data dan Analisis	52
4.2.1 Hasil Wawancara Pada Labuda Kopi	52
4.2.2 Kanvas Strategi	57
4.2.3 Implementasi Kerangka Kerja Empat Langkah	65
4.2.4 Skema H-K-T-C	68
4.3 Pembahasan	75
4.3.1 Marketing Performance Yang Dimiliki Oleh Labuda Kopi	75
4.3.2 Implementasi Kerangka Kerja Blue Ocean Strategy Pada Labuda Kopi	77
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Inovasi Nilai.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah.....	30
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik.....	42
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber.....	42
Gambar 4.1 Letak geografis Labuda Kopi.....	45
Gambar 4.2 Logo Labuda Kopi.....	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.4 Menu Labuda Kopi.....	42
Gambar 4.5 Sumbu Horizontal Faktor Persaingan Coffe Shop.....	60
Gambar 4.6 Posisi Labuda Kopi dan Istoria Cafe Pada Faktor Persaingan Harga.....	61
Gambar 4.7 Posisi Labuda Kopi dan Istoria Cafe Pada Faktor Persaingan Fasilitas.....	61
Gambar 4.8 Posisi Labuda Kopi dan Istoria Cafe Pada Faktor Persaingan Pemasaran.....	62
Gambar 4.9 Posisi Labuda Kopi dan Istoria Cafe Pada Faktor Persaingan Menu.....	63
Gambar 5.0 Kanvas Strategi.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Beberapa Cafe Di Sidoarjo	4
Tabel 2.1 Perbedaan Blue Ocean dan Red Ocean	25
Tabel 4.1 Kerangka Kerja Empat Langkah	66
Tabel 4.2 Skema H-K-T-C	68
Tabel 4.3 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu.....	79

ABSTRAK

FAJERUL DICKY SAPUTRA, 20042010056, PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA LABUDA KOPI DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN *COFFE SHOP* DI SIDOARJO

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Strategy yang digunakan pengelola untuk menghadapi persaingan Coffe Shop Di Sidoarjo menggunakan Pendekatan *Blue Ocean Strategy*. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk menggambarkan, mengilustrasikan, dan menjelaskan secara lebih mendalam masalah yang sedang diamati. Dalam penelitian kualitatif, subjek utama penelitian adalah manusia, dan hasil dari penelitian ini terwujud dalam bentuk kata-kata yang sesuai dengan situasi lapangan. Hasil penelitian ini melalui skema H-K-T-C yang ditetapkan untuk Labuda Kopi adalah sebagai berikut: Pertama, dalam langkah hapuskan, menu Honey Spices Lime dan Honey Spices Flower Tea dihapuskan. Kemudian, dalam langkah kurangi, harga produk yang telah ditetapkan akan dikurangi. Selanjutnya, dalam langkah tingkatkan, Labuda Kopi akan menambah stand dengan tempat teduh, meningkatkan strategi pemasaran, dan menambah fasilitas yang diberikan. Terakhir, dalam langkah ciptakan, Labuda Kopi akan menciptakan varian kopi khas baru dan juga menciptakan menu set baru.

Kata Kunci : *Blue Ocean Strategy*, Strategi Pengembangan, Pemasaran

ABSTRACT

FAJERUL DICKY SAPUTRA, 20042010056, BLUE OCEAN STRATEGY APPROACH AT LABUDA COFFEE IN FACING COFFEE SHOP COMPETITION IN SIDOARJO

This study aims to determine the strategy used by the management to face Coffee Shop competition in Sidoarjo using the Blue Ocean Strategy Approach. In this research, the method used is qualitative descriptive approach. Qualitative descriptive research aims to describe, illustrate, and explain more deeply the problems being observed. In qualitative research, the main subjects of the study are humans, and the results of this research are manifested in words that correspond to the field situation. The results of this research through the E-R-R-C scheme established for Labuda Coffee are as follows: First, in the eliminate step, the Honey Spices Lime and Honey Spices Flower Tea menus are eliminated. Then, in the reduce step, the prices of the established products will be reduced. Next, in the raise step, Labuda Coffee will add stands with shade, enhance marketing strategies, and increase the provided facilities. Lastly, in the create step, Labuda Coffee will create new signature coffee variants and also create a new set menu.

Keywords: *Blue Ocean Strategy, Development Strategy, Marketing*