

STRATEGY BLUE OCEAN LUSTRE BARBERSHOP DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BARBERSHOP DI SIDOARJO

(Studi Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ANGGA SATRIA GANENDRA

NPM. 20042010077

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

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**“STRATEGY BLUE OCEAN LUSTRE BARBERSHOP DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BARBERSHOP DI SIDOARJO (*Studi
Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo*)”**

Disusun Oleh :

ANGGA SATRIA GANENDRA

NPM. 20042010077

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**“STRATEGY BLUE OCEAN LUSTRE BARBERSHOP DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BARBERSHOP DI SIDOARJO (*Studi
Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo*)”**

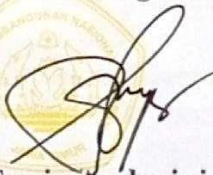
Disusun Oleh :

ANGGA SATRIA GANENDRA

NPM. 20042010077

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Proposal Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 17 Juli 2025
Menyetujui,**

Pembimbing Utama



Dra. Sonja Andarini., M.Si
NIP. 196503261993092001

Tim Penguji :

1. Ketua



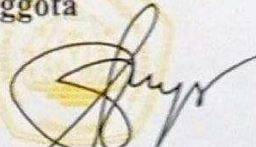
Sumainah Fauziah S.A.B. M.A.B
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 199312072022032015

3. Anggota

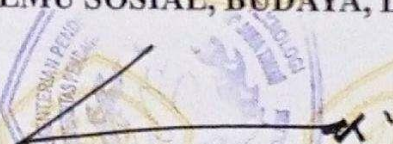


Dra. Sonja Andarini., M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angga Satria Ganendra
NPM : 20042010077
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Adminstrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 21 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Angga Satria Ganendra
20042010077

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategy Blue Ocean Lustre Barbershop Dalam Menghadapi Persaingan Barbershop Di Sidoarjo” (Studi Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo)** dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra.Sonja Andarini., M,Si, selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin., S,Sos.,MM.,MA selaku Ketua Program Studi Administrasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

ANGGA SATRIA GANENDRA, *STRATEGY BLUE OCEAN* LUSTRE BARBERSHOP DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BARBERSHOP DI SIDOARJO (Studi Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo)

Persaingan bisnis barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo semakin meningkat seiring munculnya barbershop baru dengan inovasi dan layanan modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Blue Ocean Strategy dalam meningkatkan daya saing Lustre Barbershop serta mengidentifikasi sejauh mana strategi ini dapat menciptakan ruang pasar baru. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan survei pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan strategy blue ocean yang terdiri dari dua alat analisis yaitu strategi kanvas, dan kerangka kerja empat langkah (Hilangkan, Kurangi, Tingkatkan, Ciptakan), serta diimplementasikan ke dalam bauran pemasaran 7P.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lustre Barbershop memiliki keunggulan pada aspek harga, hasil potongan rambut, dan lokasi strategis. Namun, kelemahan masih terdapat pada pelayanan komunikatif, kenyamanan tempat, dan promosi yang masih cenderung diabaikan. Melalui kerangka HKTC, strategi Blue Ocean yang diterapkan mencakup penghapusan pelayanan pasif dan jobdesk wash boy yang sekarang dapat disatukan dengan krafter itu sendiri, pengurangan improvisasi potong yang tidak dikuasai, peningkatan kualitas layanan dan pelatihan karyawan, serta penciptaan inovasi seperti sistem booking online, home service, katalog potongan khas hasil sendiri, dan program membership. Implementasi strategi ini ke dalam bauran pemasaran terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, menarik segmen konsumen baru, dan memperkuat posisi Lustre Barbershop dalam persaingan pasar di kecamatan Gedangan, Sidoarjo.

Kata kunci : Strategi Blue Ocean, Lustre Barbershop, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kanvas Strategi

ABSTRACT

**ANGGA SATRIA GANENDRA, STRATEGY OF BLUE OCEAN LUSTRE
BARBERSHOP IN FACING BARBERSHOP COMPETITION IN SIDOARJO
(Study of Barbershops in Gedangan District, Sidoarjo)**

The barbershop business competition in Gedangan District, Sidoarjo, has intensified with the emergence of new barbershops offering innovations and modern services. This study aims to analyze the implementation of the Blue Ocean Strategy in enhancing the competitiveness of Lustre Barbershop and to identify the extent to which this strategy can create new market space. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, documentation, and supporting surveys. Data analysis was conducted using two key tools of the Blue Ocean Strategy, namely the strategy canvas and the four actions framework (Eliminate, Reduce, Raise, Create), which were further implemented into the 7P marketing mix.

The findings reveal that Lustre Barbershop excels in pricing, haircut quality, and strategic location. However, weaknesses remain in communicative service, comfort of the premises, and promotional activities, which are often overlooked. Through the ERRC framework, the applied Blue Ocean Strategy includes eliminating passive services and the wash boy role (merged with the barber's task), reducing unmastered haircut improvisations, enhancing service quality and employee training, and creating innovations such as an online booking system, home service, a proprietary hairstyle catalog, and a membership program. The implementation of this strategy within the marketing mix has proven effective in increasing customer satisfaction, attracting new consumer segments, and strengthening Lustre Barbershop's position in the competitive market of Gedangan District, Sidoarjo.

Keywords: Blue Ocean Strategy, Lustre Barbershop, Strategy Canvas, , Four-Step Framework

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Fokus Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Strategi.....	13
2.2.1.1. Pengertian Strategi.....	13
2.2.2. Pemasaran.....	14
2.2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	14
2.2.2.2. Strategi Pemasaran	15
2.2.2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
2.2.3. Analisis SWOT	21
2.2.4. <i>Blue Ocean Strategy</i>	24
2.2.4.1. Pengertian <i>Blue Ocean Strategy</i>	24
2.2.4.2. Prinsip-prinsip <i>Blue Ocean Strategy</i>	25
2.2.4.3. Perbedaan antara <i>Red Ocean</i> dan <i>Blue Ocean Strategy</i>	28
2.2.4.4. Inovasi Nilai	30
2.2.4.5. Strategi Kanvas.....	32

2.2.4.6. Kerangka Kerja Empat Rangka (H-K-T-C) atau (ERRC)	34
2.3. Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
3.2. Batasan Penelitian	40
3.3. Lokasi Penelitian	41
3.4. Jadwal Penelitian	41
3.5. Teknik Penarikan Sampel	42
3.6. Objek dan Informan Penelitian	43
3.6.1. Objek Penelitian	43
3.6.2. Informan Penelitian	43
3.6.2.1. Informan Kunci (Key Informants)	43
3.6.2.2. Informan Utama (Main Informants)	44
3.6.2.3. Informan Pendukung (Supporting Informants)	44
3.7. Sumber Data Penelitian	45
3.7.1. Data Primer	45
3.7.2. Data Sekunder	45
3.8. Teknik Pengumpulan Data	45
3.8.1. Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>)	46
3.8.2. Observasi	46
3.8.3. Dokumentasi	46
3.9. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1. Profil Perusahaan	48
4.1.2. Logo Perusahaan	49
4.1.3. Struktur Perusahaan	50
4.2. Hasil	50
4.2.1. Penyajian Data	50
4.2.2. Analisis SWOT	55
4.2.3. <i>Blue Ocean Strategy</i>	59
4.2.3.1. Strategi Kanvas	59
4.2.3.2. Kerangka Kerja Empat Langkah H-K-T-C	76
4.3. Pembahasan	88

4.3.1. Skema H-K-T-C	88
4.3.2. Implementasi Bauran Pemasaran.....	95
4.4. Perbandingan Hasil Penelitian pada Lustre Barbershop dengan Penelitian Terdahulu.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN 1	112
LAMPIRAN 2.....	122
LAMPIRAN 3	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Inovasi Nilai menurut W.Chan Kim dan Reese Mauborgne.....	30
Gambar 2.2. Kerangka Kerja Empat Langkah	34
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1. Lustre Barbershop 1	49
Gambar 4.2. Lustre Barbershop 2	49
Gambar 4.3. Logo Perusahaan	50
Gambar 4.4. Struktur Perusahaan.....	50
Gambar 4.5. Faktor Persaingan pada Sumbu Horizontal Barbershop Gedangan, Sidoarjo.....	64
Gambar 4.6. Perbandingan Harga dengan layanan yang didapatkan setiap Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo	65
Gambar 4.7. Perbandingan Kualitas Potongan Rambut Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	67
Gambar 4.8. Perbandingan Pelayanan Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	68
Gambar 4.9. Perbandingan Kenyamanan Tempat Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	69
Gambar 4.10. Perbandingan Inovasi Layanan Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	70
Gambar 4.11. Perbandingan Aksesibilitas Lokasi Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	71
Gambar 4.12. Perbandingan Sistem Pembayaran Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	72
Gambar 4.13. Perbandingan Promosi Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	73
Gambar 4.14. Perbandingan Ciri Khas dan Keunikan Barbershop Kecamatan Gedangan, Sidoarjo.....	74
Gambar 4.15. Kanvas Strategi Barbershop di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo ..	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Nama Barbershop di Kecamatan Gedangan Sidoarjo	4
Tabel 2.1. Perbedaan Blue Ocean dan Red Ocean	29
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4.1. Kerangka Kerja Empat Rangka Lustre Barbershop	77
Tabel 4.2. Skema H-K-T-C	88
Tabel 4.3. Perbandingan Penelitian Terdahulu	102