

Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* pada Waroeng *Steak and Shake* Cabang Jl Perumnas Seturan Yogyakarta

Oleh : Ira Malihatun

Dibimbing oleh : AGUS SURATA dan BUDIARTO

ABSTRAK

Waroeng *Steak and Shake* merupakan sebuah restoran *steak* yang berkembang pesat di Indonesia termasuk di Yogyakarta. Harga, produk, tempat, promosi, SDM, proses, & bukti fisik merupakan hal yang dapat berpengaruh dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang dijadikan kompetisi pada Waroeng *Steak and Shake* dan merumuskan *blue ocean strategy* yang dapat menjadi alternatif untuk pengembangan usaha Waroeng *Steak and Shake*. Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian menggunakan metode *survey*. Metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive*. Metode pengambilan responden menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yakni melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *blue ocean strategy*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kompetisi pada Waroeng *Steak and Shake* adalah harga, produk, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik. Adapun perumusan *blue ocean strategy* pada Waroeng *Steak and Shake* yaitu (a) Melalui kerangka kerja enam jalan, terdapat lima alternatif yang dapat digunakan oleh Waroeng *Steak and Shake* untuk merekonstruksi batasan pasarnya, antara lain mencermati industri alternatif, kelompok strategis, rantai pembeli, penawaran produk dan jasa pelengkap, serta daya tarik emosional-fungsional bagi pembeli. (b) Perumusan kerangka kerja empat langkah dengan meningkatkan faktor produk yang meliputi estetika dan fitur produk serta faktor SDM yaitu fokus terhadap pelayanan yang meliputi keramahan dan kesopanan pramusaji. (c) Perumusan strategi memiliki tiga karakteristik yang baik, yaitu fokus untuk meningkatkan faktor produk yang meliputi estetika dan fitur produk serta faktor SDM yaitu fokus terhadap pelayanan yang meliputi keramahan dan kesopanan pramusaji. Kemudian divergensi dengan penyediaan fasilitas ruangan khusus untuk rapat dan layanan *delivery order*. Serta moto Waroeng *Steak and Shake* yakni “Bukan *Steak* Biasa”.

Kata Kunci : Faktor Kompetisi, Waroeng *Steak and Shake*, *Blue Ocean Strategy*