

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN PENDEKATAN
METODE *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA WAROENG SPESIAL
SAMBAL “SS” CABANG PALAGAN, YOGYAKARTA**

Oleh : Gunawan Nusantara Aji

Dibimbing oleh : Budiarto dan Siti Syamsiar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor-faktor yang dijadikan kompetisi pada Waroeng Spesial Sambal “SS” dan (2) Merumuskan *blue ocean strategy* yang dapat menjadi alternatif untuk pengembangan usaha Waroeng Spesial Sambal “SS”. Metode dasar penelitian menggunakan metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian ini menggunakan survei. Metode penentuan lokasi ditentukan secara *purposive*. Metode pengambilan responden menggunakan teknik sampling insidental dengan jumlah responden sebanyak 70. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kanvas strategi, kerangka kerja enam jalan, dan kerangka kerja empat langkah. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kompetisi pada Waroeng Spesial Sambal “SS” adalah harga, produk, tempat, promosi, SDM, proses, dan bukti fisik. Adapun perumusan *blue ocean strategy* pada Waroeng Spesial Sambal “SS” yaitu fokus untuk meningkatkan faktor produk, faktor proses, dan faktor SDM, divergensi dengan penciptaan penyediaan fasilitas ruangan khusus untuk rapat/pertemuan, fasilitas area bermain ramah anak, dan menu paket untuk rombongan (grup). Serta motto yang memikat Waroeng Spesial Sambal “SS” yaitu “Pedas Abis!!”

Kata kunci : *Blue Ocean Strategy*, Faktor Kompetisi, Fokus, Divergensi, Motto

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY WITH BLUE OCEAN
STRATEGY APPROACH IN “WAROENG SPESIAL SAMBAL SS”
BRANCH PALAGAN, YOGYAKARTA**

By: Gunawan Nusantara Aji
Supervised by: Budiarto and Siti Syamsiar

ABSTRACT

This study aimed to (1) Identified the factors that were used as a competition in the Waroeng Spesial Sambal "SS" and (2) Formulated the blue ocean strategy that could be an alternative for the business development of Waroeng Spesial Sambal. The basic method of this research used descriptive method, with survey implementation method. The method of determining the location was purposive. The method of taking respondents was incidental sampling techniques with total of 70 respondents. Data analysis techniques that being used were the canvas strategy, the six-way framework, and the four-step framework. The results of this research showed that the competition factors for Waroeng Spesial Sambal "SS" were price, product, place, promotion, human resources, process, and physical evidence. The blue ocean strategy formulation in Waroeng Spesial Sambal "SS" was to be focused on improving product factors, process factors, and HR factors, divergence with creating special room facilities for meetings, child-friendly play area facilities, and package menus for groups. As well as the motto of Waroeng Spesial Sambal "SS" which was "Super Spicy!!"

Keywords: Blue Ocean Strategy, Competition Factors, Focus, Divergence, Motto