

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan dunia bisnis terlihat semakin meningkat, hal ini ditandai dengan adanya berbagai usaha mikro kecil menengah yang menjadi favorit masyarakat. Bisnis di Indonesia juga semakin mencolok akan persaingan, dimulai dari bisnis kecil menengah sampai bisnis skala besar yang membuat persaingan semakin berkompetisi antara perusahaan satu dengan lainnya. Oleh karena itu dengan adanya persaingan yang sangat kompetitif maka diperlukan strategi yang tepat agar suatu perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Menurut Novika (2018) perusahaan juga harus mementingkan kepuasan pelanggan dimana nantinya akan menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang sehingga dapat menaikkan profit penjualan. Dalam hal ini diperlukan oleh perusahaan bagaimana strategi yang cocok untuk diterapkan dibisnis yang sedang dijalani.

Novika (2018) berpendapat bahwa didunia usaha tidak lepas dengan adanya strategi yang tujuannya untuk mempertahankan kelangsungan usaha tersebut. Strategi itu sendiri sangat diperlukan untuk tetap bertahan diantara para pesaing lainnya yang semakin kompetitif. Tidak dipungkiri setiap harinya banyak bermunculan bisnis atau usaha yang kreatif dan unik sehingga dengan adanya strategi yang diterapkan di sebuah usaha dapat membantu mengatasi dunia persingan.

Menurut Certo (2012), strategi merupakan perencanaan, target waktu dan tujuan yang jelas. Menurut Ohmae (2012), strategi merupakan konsep

strategis akan menghasilkan penyelesaian yang lebih kreatif. Dari pendapat diatas strategi dapat diartikan rencana tindakan yang menguraikan bagian sumber daya dan aktivitas lain untuk melayani lingkungan dan memberikan bantuan kepada organisasi untuk mencapai sasarannya.

Strategi samudra biru atau dalam bahasa Inggris disebut *Blue Ocean Strategy* merupakan strategi dimana perusahaan untuk keluar dari zona samudra merah atau dalam bahasa Inggris disebut *Red Ocean Strategy*. *Blue Ocean Strategy* merupakan strategi dengan cara menciptakan inovasi baru atau menciptakan ruang pasar baru yang belum ada pesaingnya yang menjadikan kompetisi semakin kompetitif tidak ada dikarenakan kita yang menjadi pionir (Ratnasari,2016).

Menurut Hamdani (2018) fokus dari *Blue Ocean Strategy* adalah peningkatan permintaan yang menghindari suatu persaingan dengan cara membuat suatu nilai atau keunikan yang berbeda. Keunikan dari strategi samudra biru adalah dari segi inovasi nilai yang mengarah pada pasar baru. Inovasi nilai yang mencakup semua sistem kegiatan yang ada di perusahaan. Inovasi nilai disini membantu mengarahkan semua sistem pada tujuan untuk meningkatkan nilai bagi perusahaan. Penerapan dalam strategi samudra biru atau *Blue Ocean Strategy* mencakup 4 langkah. Pertama Hapuskan (*Eliminate*), yaitu menghapus bagian atau unsur yang tidak bernilai dari produk. Kedua Kurangi (*Reduce*), yaitu mengurangi bagian atau unsur yang nilainya kurang tetapi masih diperlukan. Ketiga Tingkatkan (*Raise*), yaitu meningkatkan bagian atau unsur yang akan dijadikan keunggulan dari produk

hingga melebihi standar industri yang ada. Keempat Ciptakan (*Create*), yaitu menciptakan suatu hal yang baru dan belum pernah ada di industri tersebut.

Kabupaten Magetan merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur, dimana Kabupaten Magetan memiliki jumlah pelaku UMKM cukup banyak. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia tercatat sejumlah 155.371 pelaku UMKM. Dengan jumlah tersebut memungkinkan para UMKM untuk memiliki sebuah strategi yang nantinya akan mempermudah jalannya usaha dalam jangka panjang. Salah satu diantara banyaknya bisnis UMKM, bisnis kuliner adalah bisnis yang menjajikan. Alasan utama bisnis kuliner yang menjajikan adalah bisnis yang mudah diamati, ditiru dan dimodifikasi oleh para pesaing bisnis lainnya (Pebrianto, 2019).

Dalam penelitian Janah ZN dkk (2022) menyebutkan pola hidup masyarakat yang gemar membeli makanan diluar menyebabkan bisnis kuliner berkembang pesat. Salah satu bisnis kuliner yang berkembang cepat yaitu olahan mie pedas. Di Magetan terdapat usaha kuliner olahan mie pedas yaitu Mie Lebay. Berdiri sejak 2012 yang merupakan mie pedas pertama di Magetan. Mie Lebay menawarkan olahan mie pedas dengan tingkat level 1-5. Konsumen bisa menyesuaikan tingkat kepedasan sesuai selera. Seiring berjalannya waktu di Magetan banyak pebisnis lainnya bermunculan dengan konsep olahan mie pedas. Dalam penelitian Janah ZN dkk (2022) brand besar dengan olahan mie pedas yaitu Mie Kober, Mie Setan dan Mie Gacoan. Akibatnya persaingan usaha kuliner dengan olahan mie pedas semakin kompetitif yang menyebabkan Mie Lebay mengalami penurunan penjualan.

Dengan penjelasan diatas usaha kuliner Mie Lebay harus melakukan berbagai strategi guna memenangkan pangsa pasar. Strategi ini bisa menjadi alat strategi bersaing untuk merumuskan strategi jangka panjang sebuah perusahaan. Hal ini dilakukan dengan menciptakan inovasi baru yang belum dipikirkan oleh para pesaing.

Berdasarkan hal diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fenomena persaingan usaha kuliner makanan pedas meningkat dan kompetitif. Maka dari itu perlu adanya sebuah strategi yang tepat agar mampu bertahan dalam waktu jangka panjang. Kerangka kerja dan alat analisis *Blue Ocean Strategy* dapat membantu berlangsungnya usaha kuliner Mie Lebay untuk memenangkan kompetisi dalam persaingan yang dihadapi sekarang ini. Dengan metode tersebut, penelitian ini dilakukan guna menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan strategi bisnis yang akan dijalankan dan bisa meningkatkan kenyamanan pelanggan serta dapat meningkatkan profit penjualan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk ditelaah lebih lanjut dengan judul penelitian “Analisis Penerapan *Blue Ocean Strategy* (BOS) dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menghapuskan faktor yang tidak menguntungkan pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan?
2. Bagaimana mengurangi faktor yang berlebih pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan ?

3. Bagaimana meningkatkan penjualan pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan ?
4. Bagaimana menciptakan inovasi baru pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang akan dilakukan yang berhubungan dengan rumusan masalah diatas yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana menghapuskan faktor yang tidak menguntungkan pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan.
2. Untuk mengetahui bagaimana mengurangi faktor yang berlebih pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan.
3. Untuk mengetahui bagaimana meningkatkan penjualan pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan.
4. Untuk mengetahui bagaimana menciptakan inovasi baru pada Usaha Kuliner Mie Lebay di Magetan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran di Usaha Kuliner Mie Lebay yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan.

2. Bagi Peneliti

Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan sehingga dapat mengaplikasikan ke dunia bisnis secara nyata dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy*.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi bisnis dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy*.

