

## ABSTRAK

### ANALISIS PENERAPAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA KEDAI KOPI DI KABUPATEN PRINGSEWU DI ERA PANDEMI COVID-19

Oleh

WAHYUDI

Perkembangan dan perubahan yang sangat cepatnya turut menciptakan persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Hal ini turut diperparah dengan merebaknya pandemi covid-19 yang menekan berbagai lini usaha. Kehadiran pandemi Covid-19 membuat banyak perusahaan baik yang skala besar maupun skala kecil terdampak. Meski demikian, salah satu sektor yang masih mampu untuk bertahan adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan perbedaan dalam penerapan strategi bisnis pada kedai kopi di Kabupaten Pringsewu selama tahun 2021 yang merupakan masa pandemi covid-19 dan membantu merumuskan perbaikan strategi menggunakan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, kanvas strategi dan indeks strategi samudra biru. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan memiliki objek penelitiannya adalah tiga UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Pringsewu. Sumber data yang digunakan mencakup primer dan sekunder menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, kanvas strategi, skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, dan urutan strategi atau indeks strategi samudra biru. Dari hasil penelitian diketahui bahwasanya Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Pringsewu. Merebaknya Covid-19 mengganggu operasional UMKM Kedai Kopi yang tengah dijalankan. Di sisi lain, kebijakan pemerintah yang ditempuh dalam menekan penyebaran pandemi Covid-19 membuat pengunjung kedai kopi menjadi turun drastis bahkan pernah nol pengunjung. Dalam hal strategi, penelitian ini menghasilkan temuan bahwasanya secara umum UMKM Kedai kopi di Kabupaten Pringsewu belum menerapkan *Blue Ocean Strategy*, namun masih berkuat di *Red Ocean Strategy*.

**Kata Kunci:** *UMKM, Kedai kopi, Blue Ocean Strategy*

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF BLUE OCEAN STRATEGY AT COFFEE STORE IN PRINGSEWU REGENCY IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC**

**By**

**WAHYUDI**

The very rapid development and change also creates increasingly fierce competition in the business world. This is also exacerbated by the outbreak of the COVID-19 pandemic which has suppressed various business lines. The presence of the Covid-19 pandemic has affected many companies, both large and small. However, one of the competing sectors that are still capable to survive is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The purpose of this study is to explain and describe the differences in the implementation of business strategies at coffee shops in Pringsewu Regency during the year 2021 which is the covid-19 pandemic period and help formulate strategy improvements using the eliminate-reduce-increase-create scheme, strategy canvas and strategy index. blue ocean. This study uses descriptive qualitative research by selecting the object of research are three MSME Coffee Shops in Pringsewu Regency. Sources of data used include primary and secondary using interview and documentation techniques. The analytical methods used in this research are data reduction, strategy canvas, delete-reduce-increase-create scheme, and strategy sequence or blue ocean strategy index. From the results of the study, it is known that the Covid-19 pandemic has greatly affected MSMEs in Coffee Shops in Pringsewu Regency. The outbreak of Covid-19 has disrupted the operations of the Coffee Shop MSMEs that are currently being run. On the other hand, the government's policies taken to suppress the spread of the Covid-19 pandemic have made coffee shop visitors drop drastically and even had zero visitors. In terms of strategy, this study resulted in the finding that in general, MSME coffee shops in Pringsewu Regency have not implemented the Blue Ocean Strategy, but are still struggling with the Red Ocean Strategy.

**Keywords:** MSME, Coffee Shop, Blue Ocean Strategy