

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA KAFE LACOSTA KOTA METRO

Oleh

Fadhilah Anas Shaabiriin

Kafe Lacosta Kota Metro merupakan objek yang diteliti dalam penelitian ini, dengan fokus pada penerapan strategi bisnis melalui pendekatan Blue Ocean Strategy dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan strategi bisnis dengan pendekatan Blue Ocean Strategy dalam menghadapi persaingan bisnis pada Kafe Lacosta di Kota Metro. Persaingan yang semakin ketat dalam industri kafe menuntut pelaku usaha untuk menciptakan strategi yang inovatif agar mampu bertahan dan berkembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan kerangka kerja empat langkah (Four Actions Framework), skema Eliminate-Reduce- Raise-Create (ERRC), kanvas strategi, dan Blue Ocean Idea Index. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Lacosta telah mulai menerapkan pendekatan Blue Ocean Strategy, terutama dalam aspek inovasi produk, peningkatan pelayanan, dan promosi. Namun demikian, aspek harga masih menjadi kelemahan yang memerlukan evaluasi lebih lanjut. Secara keseluruhan, penerapan Blue Ocean Strategy telah membantu UMKM Lacosta menciptakan keunikan tersendiri dalam menghadapi persaingan, khususnya dalam menciptakan nilai lebih yang terjangkau bagi konsumen.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Blue Ocean Strategy (BOS), UMKM, Kafe Lacosta, Persaingan Usaha

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY USING THE BLUE OCEAN STRATEGY APPROACH INI FACING COMPETITION AT LACOSTA KAFE IN METRO CITY

By

Fadhilah Anas Shaabiriin

Kafe Lacosta in Kota Metro is the subject of this research, with a focus on implementing business strategies through the Blue Ocean Strategy approach to address increasingly competitive business conditions. This study aims to describe and analyze the application of business strategies using the Blue Ocean Strategy framework in dealing with competition faced by Kafe Lacosta in Kota Metro. The intensifying competition in the café industry demands that business actors develop innovative strategies to survive and grow. This research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Analysis is carried out using the Four Actions Framework, the Eliminate-Reduce-Raise-Create (ERRC) grid, the Strategy Canvas, and the Blue Ocean Idea Index. The findings show that the Lacosta MSME has begun to implement the Blue Ocean Strategy approach, particularly in product innovation, service improvement, and promotional efforts. However, pricing remains a weakness that requires further evaluation. Overall, the implementation of the Blue Ocean Strategy has helped Lacosta create unique value propositions to respond to market competition, especially in providing affordable value to consumers.

Keywords: Business Strategy, Blue Ocean Strategy (BOS), MSME, Kafe Lacosta Business Competition