

**PERANCANGAN STRATEGI *BLUE OCEAN* PADA
PENGEMBANGAN GERAJ *SANDWICH* “GRILLED CHEESE
NATION”**

TUGAS AKHIR



RENO ERLANGGA TEKO SULAIMAN

1121001021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

JAKARTA

2017

**PERANCANGAN STRATEGI *BLUE OCEAN* PADA
PENGEMBANGAN GERAJ *SANDWICH* “GRILLED CHEESE
NATION”**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



RENO ERLANGGA TEKO SULAIMAN

1121001021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reno Erlangga Teko Sulaiman

NIM : 1121001021

Tanda Tangan :



Tanggal : 20-08-2017




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Reno Erlangga Teko Sulaiman
NIM : 1121001021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **Perancangan Strategi Blue Ocean pada
Pengembangan Gerai Sandwich “Grilled Cheese
Nation”**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Didit Herawan, MBA ()
Penguji : Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro, MBA ()
Penguji : Deddy Herdiansjah, M.Sc, MBA, Ph.D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28-08-2017

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reno Erlangga Teko Sulaiman

NIM : 1121001021

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Perancangan Strategi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perancangan Strategi Blue Ocean pada Gerai Sandwich "Grilled Cheese Nation"

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28-08-2017

Yang menyatakan



(Reno Erlangga Teko S.)

Perancangan Strategi Blue Ocean pada Gerai Sandwich “Grilled Cheese Nation”

Reno Erlangga Teko Sulaiman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Blue Ocean* yang cocok untuk dapat memulai bisnis baru. Industri makanan dan minuman menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman seluruh Indonesia dapat bertumbuh sebesar 13% dengan penjualan mencapai Rp 690 triliun. Sedangkan pemerintah Indonesia menargetkan pertumbuhan industri makanan dan minuman sebesar 6,98% pada tahun 2016, dan BPS mengatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman sebesar 6,64% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2016). Strategi *Blue Ocean* merupakan bagian dari proses strategi bisnis, dari segi definsi, strategi ini menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan, sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan (Kim & Mauborgne, 2006). Strategi ini dimaksudkan sebagai usaha melepaskan diri dari *Red Ocean*. Gaya hidup sehat yang mulai menjadi tren dikalangan masyarakat Jakarta membuat peluang *Grilled Cheese Nation* lebih lebar untuk memasuki industri *comfort food* ini. Melihat adanya peluang pasar yang menginginkan topping dan jenis roti yang lebih beragam namun tetap sehat, makan *Grilled Cheese Nation* menambahkan varian roti dan keju yang belum disediakan oleh pesaing, yaitu dengan menggunakan bahan dasar *black bread* dan *whole wheat bread*. Dari segi penampilan dan bentuk resto *Grilled Cheese Nation* tidak mengandalkan kesan *fancy* untuk mematahkan kesan bahwa harga produk *grilled cheese* tergolong mahal. *Grilled Cheese Nation* mencari alternatif dengan membuat konsep yang *simple* sehingga dapat menjangkau kelas yang lebih luas. Selain untuk mencakup kelas konsumen yang luas, keputusan untuk tidak memberi kesan ‘mewah’ pada interior toko juga dapat memangkas biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan toko *Grilled Cheese Nation* ini. Dengan menghilangkan kesan ‘mewah’, perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi dalam *budgeting* sehingga dapat mengalihkan biaya tersebut untuk masuk kedalam biaya *marketing*.

Kata kunci: Strategi *Blue Ocean*, Industri Makanan & Minuman, Restoran, Siap Saji, Gaya Hidup Sehat

Perancangan Strategi Blue Ocean pada Gerai Sandwich “Grilled Cheese Nation”

Reno Erlangga Teko Sulaiman

ABSTRACT

This study aims to find out the appropriate Blue Ocean strategy to start a new business. Food and beverage industry according to the Food and Beverage Entrepreneurs Association throughout Indonesia can grow by 13% with sales reaching Rp 690 trillion. Meanwhile, the government of Indonesia targets 6.98% growth in the food and beverage industry by 2016, and BPS says that the food and beverage industry growth is 6.64% (Ministry of Industry Republic of Indonesia 2016). The Blue Ocean strategy is part of the business strategy process, in terms of definition, this strategy implements unspecified mastery of market space, thus making the competition irrelevant (Kim & Mauborgne, 2006). This strategy is intended as an attempt to escape from Red Ocean. Healthy lifestyles that began to become a trend among the people of Jakarta make the opportunity Grilled Cheese Nation wider to enter this comfort food industry. Seeing a market opportunity that wants a more varied but still healthy topping and type of bread, eating Grilled Cheese Nation adds a variant of bread and cheese that has not been provided by a competitor, using black bread and whole wheat bread. In terms of appearance and form of restaurant Grilled Cheese Nation does not rely on the impression of fancy to break the impression that the price of grilled cheese products quite expensive. Grilled Cheese Nation is looking for an alternative by creating a simple concept so that it can reach a wider class. In addition to covering a broad class of consumers, the decision not to give the impression of 'luxury' on store interiors can also cut costs incurred for the construction of this Grilled Cheese Nation store. By eliminating the impression of 'luxury', the company does not need to spend a high cost in budgeting so that it can transfer these costs to enter into marketing costs.

Kata kunci: *Blue Ocean Strategy, Food & Beverage Industry, Restaurant, Fast Food, Lifestyle*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbila'lamin, rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tentang "Perancangan Strategi *Blue Ocean* pada Pengembangan Gerai Sandwich *Grilled Cheese Nation*" dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
2. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir.
3. Orang tua, adik, dan keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi, dorongan moril maupun materil, dan juga doa restunya kepada penulis.
4. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk kelancaran penyusunan tugas akhir.
5. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
6. Mutiara Putri Utami sebagai orang yang selalu membangkitkan semangat penulis dan yang selalu memberi dukungan penuh terhadap penulis dan doa yang selalu diberikan untuk kelancaran penyusunan tugas akhir ini.

7. Nadya oktaviani yang memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh pihak terkait yang telah banyak memberikan pengetahuan teknis dan non-teknis melalui diskusi, nasihat, saran, serta kritik yang membangun yang sangat berguna dalam pengembangan diri penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait di masa yang akan datang.

Jakarta, 21 Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ii

HALAMAN PENGESAHANvi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIvi

ABSTRAK iv

ABSTRACT..... v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR GAMBAR..... x

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR BAGAN..... xii

DAFTAR LAMPIRANxiv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

 1.1 Latar Belakang..... 1

 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian 7

 1.3 Batasan Penelitian 7

 1.4 Tujuan Penelitian..... 7

 1.5 Manfaat Penelitian..... 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 9

 2.1 Manajemen Strategi 9

 2.2 Strategi Blue Ocean 10

 2.3 Langkah-langkah dalam Memformulasikan Strategi Blue Ocean 12

 2.4 Penerapan Strategi Blue Ocean dalam Perusahaan..... 15

 2.4.1 Value Innovation (Inovasi Nilai)..... 17

 2.4.2 Strategy Canvas (Kanvas Strategi)..... 17

 2.5 Keberhasilan Strategi Blue Ocean 19

BAB III METODE PENELITIAN..... 23

 3.1 Metode Penelitian..... 23

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Instrumen Penelitian	23
3.4 Data Penelitian.....	24
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Analisis Objek Penelitian	249
4.2 Perancangan Strategi Blue Ocean	40
4.2.1 Implementasi Strategi Blue Ocean	40
4.2.2 Kerangka Kerja Empat Langkah	53
4.3 Temuan penelitian	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Menu Grilled Cheese Nation	4
Gambar 1.2 Konsep <i>Sandwich Bar</i>	5
Gambar 1.3 Smorrebrod Jakarta	5
Gambar 2.1 Langkah-langkah Penerapan Strategi.....	8
Gambar 2.2 Empat Rintangan Organisasi bagi Eksekusi Strategi	12
Gambar 2.3 <i>The Four Actions Framework</i>	16
Gambar 2.4 Enam Prinsip Strategi <i>Blue Ocean</i>	18
Gambar 2.5 Kanvas Strategi Yellow Tail	20
Gambar 4.1 Produk <i>Grilled Cheese</i>	27
Gambar 4.2 The Foundry No. 8, SCBD.....	28
Gambar 4.3 Kanvas Strategi <i>Grilled Cheese</i> Saat Ini.....	41
Gambar 4.4 Kanvas Strategi <i>Comfort Food</i> Saat Ini	41
Gambar 4.5 Peta Utilitas Pembeli <i>Grilled Cheese Nation</i>	44
Gambar 4.6 Contoh <i>Healthy Grilled Cheese – Black Bread</i>	50
Gambar 4.7 Contoh <i>Healthy Grilled Cheese – Whole Wheat Bread</i>	51
Gambar 4.8 Logo Grilled Cheese Nation.....	51
Gambar 4.9 Contoh Ilustrasi Dapur Terbuka.....	52
Gambar 5.0 <i>Canvas Strategy Grilled Cheese</i> Masa Depan	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Strategi <i>Red Ocean Versus Strategi Blue Ocean</i>	9
Tabel 4.1 Daftar Narasumber Penelitian.....	31
Tabel 4.2 Industri Alternatif <i>Cheesy Sandwich</i>	36
Tabel 4.3 Kelompok Strategis Industri <i>Sandwich</i>	38
Tabel 4.4 Rentang Harga dan Tingkat Pembelian Industri & Produk Alternatif.....	46
Tabel 4.5 Kerangka Kerja Empat Langkah <i>Grilled Cheese Nation</i>	48

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi *Grilled Cheese Nation* 68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Perusahaan..... 65
Lampiran 2 Pengumpulan Data.....70
Lampiran 3 Pertanyaan Wawancara..... 71
Lampiran 4 Hasil Wawancara115
Lampiran 5 Rancangan keuangan GCN.....116