



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Kemajuan pada era modern ini mengakibatkan ketergantungan yang sangat erat mulai dari antara manusia hingga perkembangan teknologi. Adanya transformasi masyarakat pada era ini yang kemudian hari melahirkan gaya hidup baru bagi manusia modern (Juli et al., 2022). Masyarakat modern, pada dasarnya, merupakan hasil dari peralihan dari masyarakat tradisional menuju bentuk yang lebih maju dan matang. Mulai dari transformasi berperilaku baik dalam hal kemajuan ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi, dan pengembangan diri. Fenomena ini juga tanpa sengaja dapat mengubah gaya hidup dan pola konsumsi manusia (Ufrida & Harianto, 2022).

Adanya revolusi gaya hidup dan pola konsumsi yang luar biasa di era digital mempengaruhi perubahan yang meluas. Gaya hidup modern juga telah mengubah cara kita dari gaya hidup, dari gaya hidup produktif ke gaya hidup konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan adanya dukungan data yang menyatakan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Maret 2025 yang tetap berada pada level optimis sebesar 121,1. Dengan tetap terjaganya keyakinan konsumen pada Maret 2025 ditopang oleh Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE) dan Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK) yang tetap berada pada level optimis (indeks  $\geq 100$ ). IKE dan IEK masing-masing tercatat sebesar 110,6 dan 131,7, meski lebih rendah dibandingkan dengan indeks bulan sebelumnya yang masing-masing tercatat sebesar 114,2 dan 138,7 (Denny Prakoso, 2025).

Salah satunya dalam hal mengonsumsi makanan. Pembelian makanan dan mengonsumsi makanan tidak hanya berperan sebagai kebutuhan biologis, tetapi juga mencerminkan identitas budaya, sosial dan gaya hidup suatu kelompok masyarakat (Ufrida & Harianto, 2022). Banyaknya para konsumen yang mulai konsumtif dalam bidang kuliner mereka beranggapan bahwa dengan membeli makanan yang cepat saji, praktis, terjangkau dan memiliki cita rasa yang enak merupakan salah satu bentuk apresiasi atau bahkan sebuah hiburan yang dapat mempengaruhi kesehatan fisik dan mental individu. Dengan membeli makanan yang kita inginkan jelas bisa dianggap sebagai sebuah bentuk hiburan kita, karena hal ini melibatkan berbagai aspek yang menyenangkan, mulai dari mengeksplorasi rasa hingga interaksi sosial. Aktivitas ini juga tidak hanya memenuhi kebutuhan perut tetapi juga memberikan kebahagiaan dan kepuasan emosional. Sehingga dari adanya perubahan gaya hidup individu mengakibatkan banyaknya para individu yang memulai bisnisnya dengan menjualkan produk-produk yang menjadi *tranding* di era sekarang.

Salah satu jenis usaha yang menjanjikan adalah bisnis kuliner. Industri kuliner saat ini memiliki potensi pertumbuhan yang besar dan terus berkembang dengan pesat. Banyak pengusaha yang berhasil meraih keuntungan signifikan dari sektor ini. Namun, juga sering kali menyaksikan pemilik restoran yang harus menutup usaha mereka atau berhenti beroperasi. Oleh karena itu, bisnis kuliner perlu melakukan pengembangan strategis yang



efektif untuk membedakan diri dari pesaing maupun meningkatkan daya saing (Arupadatu, 2020).

Keterampilan dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu rintangan utama dalam menciptakan pertukaran yang efisien antara produsen dan konsumen. Salah satu faktor kunci untuk mencapai sukses dalam pemasaran adalah mengerti perilaku konsumen serta meningkatkan mutu layanan, agar pelanggan merasa puas setelah melakukan pembelian. (Mukti, 2021).

Hal ini bertepatan dengan bisnis kuliner studi kasus Warung Makan Dapur Sulung yang sedang melakukan peningkatan persaingan dan perubahan perilaku konsumen untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan mangsa pasar. Warung Makan Dapur Sulung ini merupakan salah satu usaha warung makan yang beralamatkan di Jl. Kesamben-Tembelang Desa Kesamben Kecamatan Kesamben Kabupaten Jombang, yang baru berjalan selama lebih dari 2 tahun. Warung Makan Dapur Sulung sebagai sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), tergolong sebagai usaha kecil yang dioperasikan dari rumahan dan tidak mempekerjakan lebih dari lima karyawan. Menu yang disediakan pada warung Dapur Sulung juga bervariasi, mulai dari bebek goreng dan bakar, ayam kampung goreng dan bakar, gurami goreng dan bakar, lele goreng dan bakar, ati ampela goreng atau bakar, kepala ayam atau bebek goreng dan bakar. Menu minuman yang ditawarkan di Dapur Sulung juga cukup beragam, mulai dari teh dingin dan hangat, hingga minuman jeruk yang disajikan dalam keadaan dingin atau



hangat, serta nutrisari. Yang menjadi ciri khas Dapur Sulung di bandingkan warung lalapan lainnya di kawasan Kesamben adalah variasi menu sambalnya. Di sini, Anda dapat menemukan berbagai jenis sambal seperti sambal goreng, sambal mentah, sambal orek, dan sambal kemangi. Dengan biaya yang ramah di kantong, berkisar antara Rp. 10.000 sampai Rp. 33.000, para pelanggan dapat menikmati berbagai pilihan hidangan yang disediakan. Sehingga disetiap harinya Warung Makan Dapur Sulung bisa bisa menghabiskan 85 sampai 110 porsi menu makanan. Meskipun persaingan antar rumah makan cukup ketat mengingat banyaknya juga usaha sejenis di kawasan Kesamben terhitung sekitar ada 6 warung lalapan seperti 3 Warung Lalapan Purnama, 1 Warung Lalapan Lamongan, 1 Warung Lalapan Rizky, dan 1 warung Lalapan Mba Jitun, tetapi belum lama warung lalapan Mba Jitun mengalami penutupan. Hal tersebut tidak memungkiri keuntungan dari hasil Warung Dapur Sulung tersebut cukup tetap stabil dalam 2 tahun lebih ini.

Mengapa hal tersebut bisa dikatakan cukup stabil, karena pada awalnya Warung Dapur Sulung hanya menyediakan lalapan yang sama seperti warung lalapan lainnya dengan berbentuk di goreng saja, hanya yang menjadi pembeda terdapat pada aneka variasi sambal, plecing kangkung dan sistem *delivery ongkir*. Tetapi dengan berjalannya waktu terdapat adanya masukan dari pelanggan untuk menambahkan menu masakan bakaran karena sebelumnya belum ada di list menu dan menu tersebut belum ada di warung lalapan lainnya dikawasan Kesamben. Sehingga mengakibatkan terdapat



jumlah permintaan dari menu bakaran tersebut. Namun di sisi lain, terdapat pengurangan menu berupa menu plecing kangkung karena adanya keterbatasan tenaga kerja dan kurangnya minat dari konsumen. Selain itu, berbeda dengan warung lalapan yang lain dikawasan Kesamben, Warung Dapur Sulung juga memiliki pembeda dari yang lain pada penyajiannya. Seperti pada saat pembelian setiap menu terdapat tambahan tahu, tempe, dan terong (3T) dan bebas memilih aneka sambal.

Salah satu cara efektif untuk menghadapi persaingan dalam konteks usaha Warung Makan Dapur Sulung, agar dapat mempertahankan eksistensinya dan berkembang menjadi sebuah UMKM yang besar, adalah dengan menjadikan kompetisi tidak relevan. Pendekatan ini menekankan perlunya fokus pada peningkatan permintaan, yang pada gilirannya memerlukan strategi pengembangan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Implementasi pendekatan ini sesuai dengan ide *blue ocean strategy*. Dalam hal ini, UMKM bisa mengembangkan barang yang unik dan berbeda dari para pesaing, sehingga memperoleh keunggulan kompetitif yang jelas. Dengan kata lain, *blue ocean strategy* adalah pendekatan bisnis yang menjelajahi ruang pasar tanpa kompetisi, sehingga keberadaan persaingan menjadi tidak relevan. Pasar tanpa persaingan akan menjadi samudra biru tempat perusahaan beroperasi sendiri tanpa persaingan. Sementara itu, situasi berdarah telah tercipta dengan banyak pihak bersaing untuk mendapatkan ruang pasar dengan satu atau lain cara. Konsep ini dikenal sebagai lautan merah (*red ocean*), sebagaimana dijelaskan oleh Kim dan Mauborgne



(2005:21). Pendekatan strategi samudra biru menyoroti kebutuhan akan keseimbangan antara inovasi dan nilai. Menggabungkan nilai dengan inovasi menciptakan kesempatan yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan. Strategi samudra biru bertujuan untuk membangun organisasi yang fokus pada inovasi dan menciptakan strategi baru yang mampu keluar dari pasar yang telah ada.

Konsep ini sangat relevan untuk diterapkan pada bisnis di sektor kuliner, yang saat ini menghadapi persaingan ketat. Dengan menerapkan pendekatan samudra biru, diharapkan bisnis dapat menciptakan strategi yang efisien untuk menarik lebih banyak konsumen yang menggunakan barang mereka. Oleh sebab itu, peneliti memutuskan untuk mengangkat topik penelitian ini dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA WARUNG MAKAN DAPUR SULUNG DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY*”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan konteks yang telah disampaikan, muncul sejumlah masalah dalam studi ini, yang dapat dirangkum sebagai berikut :

- a. Bagaimana strategi usaha yang dilakukan oleh Warung Makan Dapur Sulung?
- b. Bagaimana strategi pengembangan usaha Warung Makan Dapur Sulung dengan menggunakan pendekatan *blue ocean strategy*?



### 1.3. Tujuan

Berdasarkan isu yang teridentifikasi dalam studi ini, terdapat sejumlah tujuan yang ingin dicapai. Berikut adalah penjelasannya :

- a. Untuk mengetahui strategi usaha yang dilakukan oleh Warung Makan Dapur Sulung.
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Warung Makan Dapur Sulung dengan menggunakan pendekatan *blue ocean strategy*.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### 1. Bagi Warung Makan

Studi ini bisa dijadikan pedoman dalam merancang strategi warung makan dengan menerapkan konsep *blue ocean strategy*.

#### 2. Bagi Peneliti Lain

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti lain dalam mengevaluasi dan menerapkan *blue ocean strategy* di tempat lain, serta meningkatkan pemahaman mereka dalam memanfaatkan konsep tersebut untuk menentukan strategi bisnis yang lebih efektif.

### 1.5. Sitematika Penulisan

Penyusunan laporan tugas akhir ini akan mengikuti struktur penulisan sebagai berikut:



## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan gambaran umum tentang konteks penelitian, perumusan masalah, sasaran penelitian, keuntungan penelitian, dan struktur penulisan laporan akhir.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, terdapat pembahasan mengenai studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan perancangan strategi untuk meraih kemenangan dalam persaingan dengan menggunakan pendekatan *blue ocean strategy*. Ide dasar dari *blue ocean strategy* berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat solusi dalam menjawab permasalahan yang diangkat.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan cara, strategi, dan metode yang diterapkan dalam memperoleh serta menganalisis data guna menjawab dan menjelaskan pertanyaan penelitian. Di samping itu, bab ini juga menjelaskan tempat penelitian, subjek penelitian, cara pengambilan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bagian ini, ditampilkan informasi yang telah dikumpulkan sepanjang penelitian. Hasil dari pengolahan data disajikan dalam berbagai format, termasuk tabel. Proses pengolahan data melibatkan analisis atas hasil yang diperoleh.



## **BAB V PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas tentang hasil penelitian yang telah diperoleh. Pembahasan ini bukan sekadar kesimpulan, melainkan penjelasan mendalam mengenai hasil-hasil yang diperoleh di bab sebelumnya, yang bertujuan untuk menghasilkan rekomendasi yang tepat dan relevan.

## **BAB VI PENUTUP**

Dalam bagian terakhir ini, tercantum ringkasan dari temuan analisis serta anjuran atau rekomendasi untuk penelitian berikutnya, sehingga materi tentang Administrasi Bisnis dapat tumbuh dengan lebih luas.

