

**RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN BAGI JUST
JUICY JUICE BERDASARKAN *BLUE OCEAN STRATEGY***

TESIS



Oleh

Felicia Devina Arum Andita

8082201018

Pembimbing I

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Pembimbing II

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNISFAKULTAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIKUNIVERSITAS KATOLIK
PARAHYANGAN BANDUNG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN BAGI JUST JUICY JUICE
BERDASARKAN BLUE OCEAN STRATEGY**



Oleh

Felicia Devina Arum Andita

6082201018

**Persetujuan untuk Sidang Tesis pada
Hari/Tanggal: Selasa, 29 Agustus 2023**

Pembimbing I

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Pembimbing II

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**

2023

SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felicia Devina Arum Andita

NPM : 8082201018

Program Studi: Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung

Menyatakan bahwa tesis dengan judul

“RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN BAGI JUST JUICY JUICE
BERDASARKAN *BLUE OCEAN STRATEGY*”

adalah benar-benar karya saya di bawah bimbingan. Pembimbing dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau tuntutan formal atau non-formal dari pihak lain yang berkaitan dengan karyasaya, saya siap menanggung segala resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan:

di Bandung

Tanggal: 22 Agustus 2023



Felicia Devina Arum Andita

RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN BAGI JUST JUICY JUICE BERDASARKAN BLUE OCEAN STRATEGY

Felicia Devina Arum Andita (8082201018)

Pembimbing I: Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Pembimbing II: Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

Magister Administrasi Bisnis

Bandung

2023

ABSTRAK

Dengan adanya pandemi Covid-19 yang mulai memasuki Indonesia pada tahun 2020 yang lalu tentu saja akan memengaruhi aktivitas perekonomian masyarakat Indonesia, karena hal tersebut mematikan jalannya proses bisnis hampir di seluruh sektor. Banyak sekali usaha yang terdampak langsung oleh pandemi, tak terkecuali Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Saat ini UMKM juga sudah masuk dalam digitalisasi dengan aktivitas sederhananya yaitu memasarkan secara *online* serta menjualnya secara *online* melalui berbagai *platform*. Seperti halnya UMKM yang menjual jus disekitar kampus Universitas Katolik Parahyangan, yaitu Just Juicy Juice mereka ingin melakukan sebuah pengembangan dan perubahan yang sangat luar biasa dalam rangka untuk keluar dari persaingan dengan bisnis jus lainnya. Dengan keinginannya terdapat perubahan, blue ocean strategy merupakan hal yang sangat tepat. Strategi *blue ocean* merupakan sebuah strategi dimana perusahaan berusaha untuk keluar dari kondisi persaingan pada suatu industri, yang akan membuat pertumbuhan bisnis akan lebih menguntungkan dan dapat tercipta lebih mudah dan cepat. Metode lainnya dibantu dengan menggunakan SWOT dan juga SCAMPER. Dengan jenis penelitian menggunakan penelitian deskriptif analitis dengan melakukan deskripsi terhadap hasil penelitian dengan data yang selengkap dan sedetail mungkin. Data tersebut diambil dalam proses wawancara dan observasi. Sehingga, dapat disimpulkan dengan menggunakan Blue Ocean Strategy, Just Juicy Juice ini dapat keluar dari persaingan yang jenuh dengan melakukan pengembangan dalam bisnisnya, seperti variasi produk yang bertambah, kemasan yang disesuaikan, fasilitas pengantaran, katering jus, serta sistem penjualan dan pemasaran yang berbeda.

DESIGN OF DEVELOPMENT STRATEGY FOR JUST JUICY JUICE BASED ON THE BLUE OCEAN STRATEGY

Felicia Devina Arum Andita (8082201018)

First Supervisor: Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Second Supervisor: Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

Bandung

2023

ABSTRACT

With the Covid-19 pandemic that started to enter Indonesia in 2020, of course it will affect the economic activities of the Indonesian people, because it has shut down the running of business processes in almost all sectors. Lots of businesses have been directly affected by the pandemic, including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Currently, MSMEs have also entered digitalization with their simple activities, namely marketing online and selling them online through various platforms. Just like MSMEs that sell juice around the Parahyangan Catholic University campus, namely Just Juicy Juice, they want to carry out a very extraordinary development and change in order to get out of competition with other juice businesses. With his desire for change, the blue ocean strategy is the right thing to do. Blue ocean strategy is a strategy where companies try to get out of competitive conditions in an industry, which will make business growth more profitable and can be created more easily and quickly. Another method is assisted by using SWOT and also SCAMPER. With this type of research using descriptive analytical research by conducting a description of the research results with data that is as complete and as detailed as possible. The data was taken in the process of interviews and observations. So, it can be concluded by using the Blue Ocean Strategy, Just Juicy Juice can get out of the saturated competition by developing its business, such as increasing product variations, customized packaging, delivery facilities, juice catering, and different sales and marketing systems.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kasih dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Rancangan Strategi Pengembangan Bagi Just Juicy Juice pada Berdasarkan *Blue Ocean Strategy*” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan tesis ini ditujukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Administrasi Bisnis pada Jurusan Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis banyak menghadapi hambatan dan kesulitan. Akan tetapi, berkat dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan berkat, kekuatan, dan petunjuk kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik sampai selesai.
2. Keluarga tercinta yaitu Mama dan Papa serta adik, yang selalu memberikan doa, perhatian, dukungan, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial

dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan dan juga pembimbing saya pada saat mengerjakan tesis ini.

5. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing tesis yang selalu meluangkan waktu dan memberikan masukan kepada penulis hingga tesis ini selesai dengan hasil yang baik.
6. Seluruh dosen Magister Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh studi dari awal semester hingga akhir.
7. Zefanya Christian yang sudah memberikan semangat dan doa pada saat penulisan tesis ini.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak yang membaca tesis ini untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penyelesaian tesis ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 22 Agustus 2023

Felicia Devina Arum Andita

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Blue Ocean Strategy.....	9
2.1.1 Pengertian <i>Blue Ocean Strategy</i>	9
2.1.2 Ciri-ciri <i>Blue Ocean Strategy</i>	9
2.2 Perumusan <i>Blue Ocean Strategy</i>	10
2.3 Analisis Kerangka Kerja <i>Blue Ocean Strategy</i>	12
2.3.1 Kerangka Kerja Enam Langkah.....	12
2.3.2 Kerangka Kerja Empat Langkah	13
2.3.3 Kanvas Strategi dan Kurva Nilai	14
2.4 Strategi Pemasaran atas Produk Baru.....	16
2.4.1 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	16

2.5 Bauran Pemasaran	17
2.6 Analisis SWOT	20
2.7 SCAMPER	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Objek Penelitian	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.1 Wawancara	24
3.4.2 Observasi	25
3.5 Sumber Data.....	25
3.5.1 Data Primer	25
3.5.2 Data Sekunder.....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Analisis SWOT	26
3.6.2 SCAMPER.....	26
3.6.3 <i>Blue Ocean Strategy</i>	27
3.6.4 Triangulasi Data.....	27
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Objek Penelitian	29
4.1.1 Profil Perusahaan	29
4.1.2 Logo Perusahaan.....	30
4.1.3 Produk Just Juicy Juice	30
4.2 Hasil Observasi dan Wawancara.....	31
4.3 Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i>	33

4.3.1 Merekonstruksi Batasan-Batasan Pasar	33
4.3.2 Pemetaan Kanvas Strategi	41
4.3.3 Fokus Pada Gambaran Besar, Bukan Pada Angka	46
4.4 Menjangkau Melampaui Permintaan Pasar	50
4.5 Melakukan Rangkaian Strategis Dengan Tepat	53
4.5.1 Perumusan Kerangka Kerja Empat Langkah.....	55
4.5.2 Analisa Skema Hapuskan, Kurangi, Tingkatkan	58
4.6 MIRA Framework	62
4.7 Implementasi Strategi.....	65
4.7.1 Kekuatan dan Kelemahan Implementasi Strategi.....	69
4.8 Analisis SWOT	75
4.9 Analisis SCAMPER	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85

BAB I

PENDAHULUAN

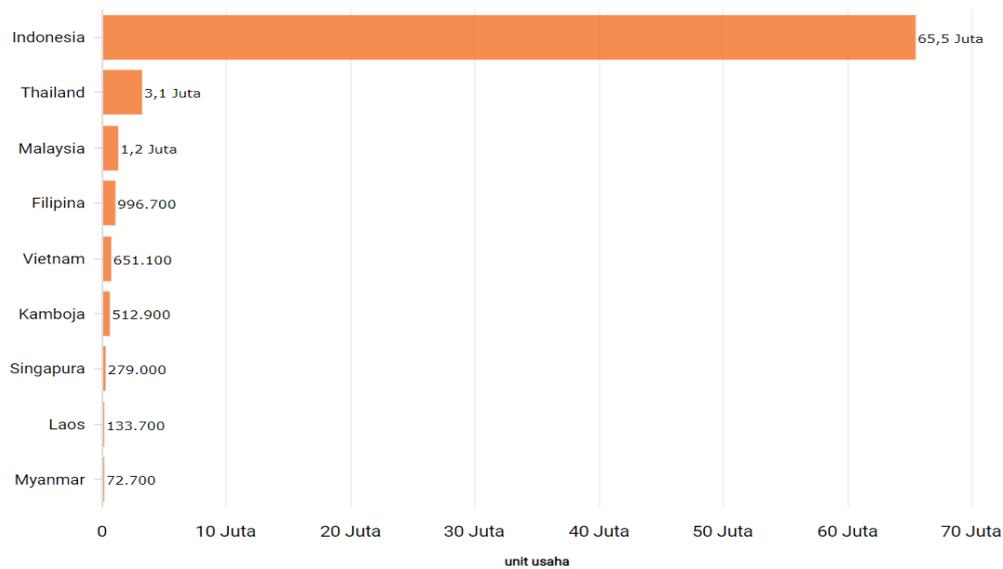
1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan adanya pandemi Covid-19 yang mulai memasuki Indonesia pada tahun 2020 yang lalu tentu saja akan memengaruhi aktivitas perekonomian masyarakat Indonesia, karena hal tersebut mematikan jalannya proses bisnis hampir di seluruh sektor (Pradana, 2022). Banyak sekali usaha yang terdampak langsung oleh pandemi, tak terkecuali Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Namun, dengan adanya kontraksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 tersebut dilakukanlah sebuah cara dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang berupaya untuk keluar dari permasalahan perekonomian yang diakibatkan oleh pandemi. Kebijakan tersebut ada karena pandemi yang berdampak pengurangan jumlah konsumsi rumah tangga yang memengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia (Pratiwi, 2022).

Permasalahan tersebut membuat pemerintah Indonesia mengalokasikan anggarannya ke bidang kesehatan untuk memberantas pandemi, sehingga diharapkan dengan teratasinya pandemi Covid-19 akan memulihkan perekonomian Indonesia. Dalam hal ini, seluruh komponen dan lapisan masyarakat diperlukan untuk menyukseskan pemberantasan permasalahan perekonomian pada saat pandemi, seperti masyarakat dan juga pelaku usaha. Mereka ini memiliki peran yang sangat strategis dalam pergerakan pemulihan ekonomi Indonesia. Sehingga, saat ini tahun 2022 perekonomian Indonesia sudah mulai cukup pulih dan mulai bertumbuh dari usaha yang kecil maupun yang besar.

Sebagai pelaku perekonomian yang memiliki pengaruh untuk perubahan perekonomian Indonesia pasca pandemi Covid-19 ini, UMKM merupakan sektor yang paling terpuak oleh adanya pandemi Covid-19. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% yang menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 37,8% (Sasongko, 2020). Sehingga, Indonesia memiliki potensi yang sangat tinggi pada basis ekonomi nasional karena jumlah UMKM yang banyak dan memiliki daya serap tenaga kerja sangat besar. Usaha mikro ini diangkat derajatnya oleh pemerintah dan pelaku usaha untuk menjadi usaha menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini memiliki kekuatan dalam menghadapi krisis ekonomi karena adanya perputaran transaksi yang cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat.

Dengan kekuatan tersebut Indonesia sangat terbantu untuk memulihkan perekonomian mereka, terlebih di Indonesia banyak sekali Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Menurut *ASEAN Investment Report* yang diinformasikan pada September 2022, Indonesia memiliki UMKM terbanyak di kawasan ASEAN. Hal tersebut merupakan data yang tercatat dalam laporan mereka, namun masih banyak UMKM yang belum tercatat dalam pertumbuhan dan perkembangannya. Laporan ASEAN tersebut mencatat jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 65,46 juta unit, seperti pada grafik di bawah ini.



Gambar 1.1 Grafik UMKM di ASEAN

Dengan banyaknya UMKM tersebut, pemerintah Indonesia berupaya semaksimal mungkin untuk mendorong peningkatan kinerja UMKM dengan menggunakan banyak strategi, khususnya saat ini adalah strategi digitalisasi. Sehingga diharapkan UMKM dapat semakin maju dalam turut membangun negara Indonesia pada aspek perekonomian.

Dengan banyaknya kontribusi terhadap negara Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki keinginan untuk terus berupaya mengembangkan segala potensi dengan menggunakan inovasi dan kreativitas yang mereka miliki agar terus menyumbangkan Produk Domestik Bruto (PDB) yang besar bagi Indonesia. UMKM menciptakan produk dan juga sistem yang sangat baik dalam lingkungannya dengan ide-ide dari masing-masing pelaku usaha demi menarik konsumen untuk membeli produk mereka, mulai dari nilai kemasan dan produk yang tidak biasa bagi mereka.

Disamping hal tersebut, saat ini UMKM juga sudah masuk dalam digitalisasi dengan aktivitas sederhananya yaitu memasarkan secara *online* serta menjualnya secara *online* melalui berbagai *platform*. Hal ini mendukung kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk semakin mengalami pertumbuhan dan perkembangan sesuai dengan kemajuan zaman, yaitu teknologi. Kemajuan tersebut akan mendorong pemulihan ekonomi yang sangat kuat bagi Indonesia. Oleh karena itu, UMKM harus bisa senantiasa bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang besar dengan melakukan sebuah inovasi serta kreativitas pada produknya sehingga diminati oleh konsumen.

Seperti halnya UMKM yang menjual jus disekitar kampus Universitas Katolik Parahyangan, yaitu Just Juicy Juice mereka ingin melakukan sebuah pengembangan dan perubahan yang sangat luar biasa dalam rangka untuk keluar dari persaingan dengan bisnis jus lainnya. Just Juicy Juice terletak di lokasi yang cukup strategis karena berada di kawasan kampus, sehingga target pasar mereka adalah mahasiswa yang berkuliah di kampus tersebut dan juga warga sekitar. Lokasinya berada di salah satu *foodcourt* di Jalan Bukit Jarian No. 48 yang bernama Eat&Drink dan dikelilingi UMKM yang lainnya pula yang menjual berbagai makanan serta minuman, sehingga target pasar mereka adalah mahasiswa yang berkuliah di kampus tersebut dan juga warga sekitar. Namun, persaingan tersebut dirasa sangat jenuh dengan menawarkan produk yang sama hanya memiliki ciri-ciri produk yang tidak berbeda jauh. Kebanyakan hanya menawarkan jus buah saja, tidak ada modifikasi di dalamnya. Di dalam *foodcourt* tersebut ada beberapa tenant yang menjual minuman, seperti kopi, teh, dan minuman berasa lainnya. Persaingan

di kawasan Eat & Drink dan *foodcourt* lain sekitar kampus ini cukup banyak hingga terdapat beberapa tenant yang memiliki produk yang sama. Hal tersebut juga menjadi konsentrasi bagi pemilik *foodcourt* untuk melakukan seleksi jika antara tenant satu dengan lainnya memiliki kesamaan produk. Dalam hal ini pesaingnya adalah Jus Jadoel dan Juice For You. Walaupun memiliki lokasi yang berbeda, mereka ada dikawasan yang sama hanya memiliki jarak sekitar satu kilometer. Dibandingkan dengan pesaingnya, Just Juicy Juice memiliki nilai yang lebih dalam kualitas bahan baku serta manfaat dari minuman tersebut, yaitu sebagai minuman sehat. Selain memiliki tempat yang strategis didekat wilayah pusat pendidikan dan pemukiman, Just Juicy Juice ini memiliki suasana yang sangat baik dan minuman tersebut dikemas sesederhana mungkin untuk mahasiswa.

Dengan adanya permintaan atas produk jus di kawasan Universitas Katolik Parahyangan tersebut membuat Just Juicy Juice ingin memberikan yang terbaik untuk konsumennya dengan menyediakan produk baru yang akan mereka tawarkan kepada konsumen. Saat ini mereka hanya menawarkan jus-jus yang sudah sangat familiar dikalangan masyarakat, seperti jus alpukat, jus stroberi, jus melon, jus jeruk, jus jambu, dan jus manga. Dan menurut pengamatan, Just Juicy Juice ini sedang mengalami penurunan daya jual belinya yang dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti bosan dan rasanya berubah-ubah. Sehingga, mereka perlu untuk melakukan sebuah perubahan sebagai terobosan baru agar konsumen yang khususnya mahasiswa tidak bosan, selain itu mereka memiliki konsumen dari masyarakat sekitar pemukiman dekat dengan Jalan Bukit Jarian. Namun, dalam melakukan pengembangan tersebut terdapat beberapa tantangan untuk melakukan

strategi pengembangan, seperti permasalahan harga, karyawan, dan juga cara kerjanya. Mengingat lokasi Just Juicy Juice ini berada di wilayah kampus dan juga pemukiman, mereka tidak bisa memberikan kisaran harga terlalu jauh jaraknya, antara bagi pasar mahasiswa maupun pasar masyarakat. Sehingga, mereka perlu memikirkan pengembangan yang sesuai dengan target pasar mereka, yaitu mahasiswa dan masyarakat sekitar.

Just Juicy Juice perlu menyiapkan segala hal yang berhubungan dengan pengembangan tersebut. Dengan mengalami sebuah perubahan mereka perlu beradaptasi dengan segala hal, misalnya seperti pada saat melakukan belanja dan juga cara kerja produksi serta penyajian terhadap konsumen. Karyawan yang berada di lapangan perlu untuk dilatih mengenai cara kerja dan penyimpanan bahan baku yang segar. Selain itu saat ini, produk minuman sangat menjamur dimana-mana, khususnya seperti kopi dan teh dengan berbagai varian rasa, sehingga produk minuman ini menjadi *lifestyle* bagi kalangan anak muda. Dengan adanya hal tersebut, penelitian ini ingin mengetahui mengenai sejauh mana jus dapat masuk dalam industri yang menjual minuman tersebut, apakah dapat menciptakan pasarnya atau tidak, terlebih Just Juicy Juice ini merupakan minuman sehat.

Maka dari itu, Just Juicy Juice memerlukan sebuah rancangan bagi strategi dalam mengembangkan sebuah produk, baik dalam menambah jumlah menu maupun meningkatkan *value* dari menu-menu tersebut agar dapat menarik konsumen dan dapat menjadi pilihan yang terbaik bagi konsumen. Rancangan tersebut diperlukan agar Just Juicy Juice dapat meningkatkan penjualannya mereka dan tetap bertahan ditengah persaingan dengan *tenant-tenant* yang ada di

Eat&Drink. Oleh karena itu, penulis hendak melakukan penelitian dengan judul “RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN BAGI JUST JUICY JUICE BERDASARKAN BLUE OCEAN STRATEGY.”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari permasalahan yang terjadi atas Just Juicy Juice di atas, yaitu untuk dapat meningkatkan penjualan dan tetap bertahan di tengah persaingan di wilayah kampus. Penulis ingin mengetahui permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimanakah rancangan strategi yang cocok dalam pengembangan di Just Juicy Juice berdasarkan *Blue Ocean Strategy*?

Oleh karena itu, mereka perlu mengetahui faktor dari dalam dan luar dari Just Juicy Juice, agar dalam rencana pengembangan tersebut akan berhasil. Penulis menggunakan SWOT, SCAMPER, dan *Blue Ocean Strategy* dalam melakukan penelitian dari Just Juicy Juice. SWOT digunakan untuk mengetahui hal-hal yang ada pada faktor internal dan eksternal dari Just Juicy Juice yaitu dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan SCAMPER digunakan sebagai alat bantu untuk *brainstorming* dalam rangka membuat produk baru yang inovatif dan kreatif. Dan yang terakhir menggunakan *blue ocean strategy* yang berguna sebagai alat analisis mengenai suatu industri dengan suatu ruang pasar. Ketiga analisis ini membantu Just Juicy Juice untuk merancang strategi yang cocok dalam pengembangan bisnis mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan ini dapat dilakukan oleh Just Juicy Juice dengan menggunakan analisis dari *Blue Ocean Strategy*?

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah dilakukan untuk menghindari terjadinya pelebaran masalah dengan tujuan agar penelitian tersebut tepat sasaran dan fokus. Sehingga, penulis mengalami kemudahan dalam pembahasan dan tujuan penelitian ini dapat tercapai. Batasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- Luas lingkup hanya meliputi strategi pengembangan di Just Juicy Juice berdasarkan *Blue Ocean Strategy*.
- Cara kerja lapangan, baik itu pengadaan bahan baku dan produksi.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi beberapa hal sebagai berikut.

1. Memberikan usulan rancangan strategi pengembangan untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy*.