



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Bersaing Pada GiggleBox Café dan Resto dari**  
**Perspektif *Blue Ocean Strategy***

Skripsi

Oleh

Shafira Silmi Azizah

2013320020

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Bersaing Pada GiggleBox Café dan Resto dari**  
**Perspektif *Blue Ocean Strategy***

Skripsi

Oleh

Shafira Silmi Azizah

2013320020

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, M.M

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Shafira Silmi Azizah  
Nomor Pokok : 2013320020  
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada GiggleBox Café dan Resto dari  
Perspektif *Blue Ocean Strategy*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 13 Januari 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Dr. Orpha Jane, M.M

:   
\_\_\_\_\_

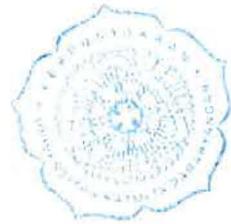
**Anggota**  
Gandhi Pawitan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Shafira Silmi Azizah  
NPM : 2013320020  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada GiggleBox Café  
dan Resto dari Perspektif *Blue Ocean Strategy*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Januari 2017



Shafira Silmi Azizah

## ABSTRAK

Nama : Shafira Silmi Azizah

NPM : 2013320020

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada GiggleBox Café dan Resto dari Perspektif *Blue Ocean Strategy*

---

Perkembangan industri di bidang kuliner dipicu oleh dampak globalisasi dan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang semakin tinggi setiap tahunnya, sehingga prospek bisnis dalam industri tersebut sangat menjanjikan. Penetapan strategi bersaing menjadi salah satu kunci untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran strategis dari GiggleBox Café dan Resto dari perspektif *Blue Ocean Strategy*, dan mengkonfirmasi apakah strategi bersaing yang diterapkan oleh GiggleBox Café dan Resto termasuk ke dalam strategi yang baik atau tidak menurut konsep *Blue Ocean Strategy* untuk menghadapi persaingan bisnis.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis deskriptif. Dengan memakai teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan pemilik dari GiggleBox Café dan Resto, yang bertujuan untuk mengetahui segala informasi secara mendalam mengenai situasi dan kondisi lingkungan baik eksternal maupun internal yang kemudian akan dipetakan ke dalam beberapa alat analisis seperti PESTEL, *five forces* dan kerangka kerja *Blue Ocean Strategy*.

Berdasarkan hasil penelitian, GiggleBox Café dan Resto terbukti mengimplementasikan *Blue Ocean Strategy* karena memiliki inovasi nilai yang unik dan berbeda dari pesaing-pesaingnya pada tahun 2010. Adapun saran yang diberikan yaitu GiggleBox Café dan Resto perlu mengevaluasi kembali strategi yang diterapkan, karena persaingan industri kuliner dewasa ini sudah dikategorikan sangat jenuh sehingga GiggleBox Café dan Resto rentan terjebak ke dalam samudra merah (*Red Ocean*).

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Inovasi Nilai, Strategi Samudra Biru

## ABSTRACT

Name : Shafira Silmi Azizah

NPM : 2013320020

Title : *Analysis of Competitive Strategy in Giggle Box Café & Resto from Blue Ocean Strategy Perspective*

---

*Industrial development in the culinary sector triggered by the impact of globalization and the rise of the middle class in Indonesia each year, these things make the business outlook in this industry is very promising. Determining a competitive strategy is one of the keys to face a fierce competition. The purpose of this research paper is to determine how the strategic picture of GiggleBox Café and Resto from the Blue Ocean Strategy perspective and to confirm whether GiggleBox Café and Resto's competitive strategy is a good or a bad strategy according to the concept of Blue Ocean Strategy to face the business competition.*

*The type of research is descriptive analysis. By using data collection techniques such as interviews with the owners of GiggleBox Café and Resto, which aims to find out any in-depth information about the situation and environmental conditions both external and internal which next step will be mapped into several analytical tools such as PESTEL, five forces and Blue Ocean Strategy frameworks.*

*Based on the results of this research, shows that GiggleBox Café and Resto proved to implement the Blue Ocean Strategy since it has a unique value innovation and different from its competitors in 2010. The advice given is GiggleBox Café and Resto need to reevaluate their current strategy, because nowadays culinary industry competition has been categorized as very saturated, so GiggleBox Café and Resto vulnerable stuck in red oceans*

*Keywords : Competitive Strategy, Value Innovation, Blue Ocean Strategy*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang memberikan kesehatan dan hikmat kepada penulis sehingga penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bersaing pada GigggleBox Café dan Resto dari Perspektif *Blue Ocean Strategy* ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai waktu yang direncanakan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, saran, semangat serta dorongan dan juga doa yang sangat berarti kepada penulis baik selama kuliah maupun selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik terutama kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang, berkah, rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar kepada penulis.
2. Orang tua tercinta, serta adik saya Naja Urfan Maulana yang selalu mendoakan tiada henti serta memberikan kasih sayang, motivasi, dan dukungan moril maupun materil yang sangat berarti selama ini.
3. Ibu Dr. Orpha Jane, M.M., selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si selaku dosen wali penulis selama perkuliahan.
5. Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

6. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
7. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan dan bapak-ibu Pekarya Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan pelayanan, bantuan dan jasanya kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
9. Terima kasih kepada Bapak Agus selaku pemilik dari GiggleBox Café dan Resto yang sudah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi kepada penulis dalam penelitian ini.
10. Teman-teman seperjuangan penulis : Adila Putri, Marcella Marlene, Marsya Zahra, Mutia Widianti, Nadya Permatasari, Monika Atin, Tri Dewanti, Josephine terima kasih untuk motivasi dan bantuannya selama ini.
11. Teman-teman terbaik : Cellie Tri, Nadhira Ghassani, Ayu Cica, Firda Ayu, Irham Hermadi, Derek, Baturay Türk terima kasih atas dukungan serta bantuannya dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini kepada penulis.
12. Atif Afridi, terima kasih atas dukungan, motivasi dan kepercayaan yang selalu diberikannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman kuliah dan teman-teman Bisnis 2013. Terima kasih atas kerjasama dan pengalaman yang berharga dengan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, yang tidak mungkin dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam hal pengalaman, sarana dan kemampuan penulis dalam meneliti. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun, sangat penulis harapkan. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi salah satu bahan informasi bagi pembaca yang memiliki topik yang sama.

Bandung, 5 Januari 2017

Penulis

Shafira Silmi Azizah

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Kegunaan Penelitian .....	5
1.5    Objek dan Lokasi Penelitian .....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1    Pengertian Strategi .....	7
2.2    Manajemen Strategi .....	8
2.2.1    Analisis Lingkungan .....	17
2.3    The Five Generic Competitive Strategies .....	27
2.4    Blue Ocean Strategy .....	32
2.4.1    Pengertian Blue Ocean Strategy .....	32
2.4.2    Prinsip Blue Ocean Strategy .....	33
2.4.3    Penerapan Blue Ocean Strategy .....	34
2.5    Penelitian Sebelumnya.....	38

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1    Jenis Penelitian .....	40
3.2    Metode Penelitian.....	41
3.3    Tahap Penelitian .....	42
3.4    Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5    Sumber Data.....	45
3.6    Protokol Studi .....	46
3.7    Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
4.1    Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.1    Filosofi Brand dan Logo .....	50
4.1.2    Visi dan Misi .....	50
4.2    Struktur Organisasi.....	51
4.2.1    Penjelasan Fungsi dan Uraian Tugas .....	52
4.3    Segmentasi dan Target Perusahaan.....	54
4.4    Aktivitas Bisnis.....	55
4.5    Tempat dan Gerai Franchise .....	57
4.6    Produk.....	58
4.6.1    Daftar Menu Makanan .....	58
4.6.2    Daftar Menu Minuman dan <i>Dessert</i> .....	59
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
5.1    Analisis Eksternal.....	62
5.1.1    Analisis PESTEL .....	62
5.1.2    Analisis Five Forces .....	72
5.2    Strategi Bersaing Giggle Box Café & Resto .....	83
5.3    Strategi Samudra Biru ( <i>Blue Ocean Strategy</i> ).....	86
5.3.1    Mengidentifikasi Samudra Biru .....	88
5.3.2    Kerangka Kerja dan Alat Analisis.....	91
5.3.3    Analisa Tiga Faktor Blue Ocean Strategy.....	103
5.3.4    Menjalankan Rangkaian Strategi Secara Benar .....	105

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>110</b>
6.1 Kesimpulan .....	110
6.2 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Istimewa dari <i>The Five Generic Competitive Strategies</i> ...	29
Tabel 2. 2 Prinsip Perumusan BOS.....	34
Tabel 5. 1 Data Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) .....	66
Tabel 5. 2 Data Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, 2010-2012.....	67
Tabel 5. 3 Daftar Restoran Pemandang Baru Potensial .....	73
Tabel 5. 4 Data Pelaku Usaha Sejenis dalam Persaingan Industri Kuliner.....	81
Tabel 5. 5 Perbedaan Antara Strategi Samudra Merah dan Strategi Samudra Biru .....	87
Tabel 5. 6 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan Giggle Box Café & Resto.....	103
Tabel 5. 7 Indeks Ide Samudra Biru ( <i>Blue Ocean Index</i> ) .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 The Strategy Making, Strategy-Executing Process.....	9
Gambar 2. 2 Hierarki Perumusan Strategi Perusahaan .....	13
Gambar 2. 3 Lingkungan Umum .....	17
Gambar 2. 4 Model Porter's 5 Forces.....	21
Gambar 2. 5 <i>The Five Generic Competitive Strategies</i> .....	27
Gambar 2. 6 Kanvas Strategi .....	35
Gambar 2. 7 Kerangka Kerja Empat Langkah .....	37
Gambar 3. 1 Tahap Penelitian.....	42
Gambar 4. 1 Logo Giggle Box.....	50
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Pusat.....	51
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Outlet.....	52
Gambar 5. 1 Desain interior Giggle Box bergaya <i>Retro</i> modern dan minimalis .	90
Gambar 5. 2 Inovasi Nilai Giggle Box Café & Resto.....	90
Gambar 5. 3 Kurva Nilai Kanvas Strategi Giggle Box Café & Resto vs Pesaing Tahun 2010 .....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pangan merupakan salah satu kebutuhan yang paling mendasar bagi setiap manusia. Karena kebutuhan dasar itulah, maka sifat pemenuhannya mutlak sehingga manusia dapat menjaga keberlangsungan hidupnya. Ketika kebutuhan dasar sudah terpenuhi, maka akan munculah kebutuhan-kebutuhan lain. Namun dewasa ini, pangan bukan lagi sekadar kebutuhan primer yang harus dipenuhi, melainkan sudah menjadi gaya hidup baru di kalangan masyarakat umum yang tidak terlepas dari status seseorang. Globalisasi menjadi faktor pendorong utama yang menjadikan gaya hidup masyarakat berubah. Tren yang terus berubah juga menciptakan selera masyarakat kian bervariasi. Dampaknya, industri kuliner yang menyediakan kebutuhan tersebut ini terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Selain menawarkan variasi menu, industri kuliner saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui layanan ruangan maupun jasa lainnya.

Perkembangan industri di bidang kuliner memicu meluasnya jaringan usaha dan juga peluang bisnis di Indonesia. Pada tahun 2014, tercatat perusahaan restoran dan rumah makan berskala menengah dan besar menurut jaringan usaha, sebagian besar (62,38 persen) merupakan perusahaan yang berstatus cabang. Sedangkan sebanyak 37,62 persen merupakan perusahaan yang berstatus tunggal (tidak mempunyai cabang di tempat lain). Pertumbuhan ini meningkat sebesar 5

persen dari tahun sebelumnya, hal tersebut mengindikasikan bahwa bisnis yang bergerak dalam industri kuliner memiliki prospek yang cukup bagus.

Meningkatnya permintaan konsumen pada industri ini didukung juga oleh pertumbuhan kelas menengah dari masyarakat Indonesia. Seperti yang dikutip dari [jppn.com](http://jppn.com), jumlah kelas menengah di Indonesia mengalami perkembangan pesat setelah krisis moneter 1997/1998. Bank Dunia mencatat, pertumbuhan kelas menengah di Indonesia tumbuh dari 45 juta pada 1999 (25% dari jumlah penduduk) menjadi 134 juta pada 2010. Dan pada 2015 kelas menengah tersebut diprediksi akan mencapai angka 170 juta atau 70% dari jumlah penduduk.

Selain itu, menurut survei terbaru MasterCard, yang bertajuk *Consumer Purchasing Priorities*, menyatakan bahwa sebanyak 22 persen orang Indonesia memilih bersantap di restoran dan kafe kelas menengah. Hal ini tentu dipicu oleh daya beli masyarakat Indonesia yang semakin membaik seiring meningkatnya jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia. Dalam survei ini juga diungkapkan bahwa secara umum di tahun 2015, responden di Indonesia masih berencana untuk tetap makan dalam frekuensi yang sama (62 persen) dalam kurun waktu enam bulan ke depan. Sementara itu, 14 persen diantara mereka berencana untuk lebih sering makan di luar dan 24 persen memilih untuk mengurangi frekuensi makan di restoran.

Mayoritas dari masyarakat Indonesia juga berencana untuk tetap menikmati santapan di restoran dengan harga yang sama (69 persen), diikuti dengan mereka yang berencana untuk makan di tempat yang lebih terjangkau (27 persen) dan 4 persen lainnya berencana untuk makan di tempat yang lebih mahal.

Gigglebox café & resto adalah salah satu restoran yang menyajikan makanan *Western* dan juga makanan Indonesia dengan harga yang lebih murah daripada restoran-restoran lainnya yang sama-sama menawarkan menu *western* sebagai daya tarik utamanya. Restoran ini menawarkan konsep yang sederhana sehingga suasana dan desain interiornya dibuat senyaman mungkin bagi pengunjungnya agar mereka merasa seperti di rumah. Seiring besarnya potensi perkembangan bisnis, Giggle Box memperluas jaringannya dengan sistem *franchise* yang merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pendiri sekaligus pemilik Giggle Box untuk menjangkau pasar lebih besar dengan sumber daya yang terbatas. Saat ini Giggle Box sudah memiliki 20 gerai yang tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia.

Berhubungan dengan perkembangan bisnis industri kuliner dewasa ini, membuat Gigglebox café & resto harus lebih cermat dalam mengidentifikasi tren permintaan masyarakat guna memberikan nilai tambah bagi konsumen untuk menarik perhatian mereka agar bisa bertahan dari persaingan bisnis yang berpotensi semakin sesak. Bila melihat perkembangan strategi, salah satu strategi yang cocok dan dapat diterapkan perusahaan untuk menantang persaingan usaha adalah *Blue Ocean Strategy*. Pada dasarnya, *Blue Ocean Strategy* adalah sebuah strategi yang menantang perusahaan untuk keluar dari *Red Ocean* (persaingan yang berdarah-darah).

Oleh karena itu, Giggle Box Café & Resto perlu mengevaluasi bisnisnya dengan pendekatan dari *Blue Ocean Strategy* yang pada dasarnya adalah sebuah strategi untuk menaklukkan pesaing melalui penawaran produk-produk inovatif,

fitur produk ini biasanya berbeda secara radikal dengan yang selama ini sudah ada dan tersedia di pasar. *Blue Ocean Strategy* ditandai oleh ruang pasar yang belum terjelajahi, penciptaan permintaan, dan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan (Kim & Mauborgne, 2005, p.21).

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, maka hal inilah yang membuat peneliti untuk membahas lebih jauh tema ini dengan memilih judul : “Analisis Strategi Bersaing Giggle Box Café & Resto dari Perspektif *Blue Ocean Strategy*”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pertumbuhan industri yang dipicu oleh meningkatnya daya beli masyarakat memengaruhi jumlah pelaku usaha yang semakin banyak masuk ke dalam industri ini untuk ikut ambil peluang dan meraup keuntungan sehingga kondisi persaingan di dalam industri yang dimasuki oleh Giggle Box tak dapat dihindarkan. Oleh karena itu, Giggle Box harus mengimbangnya dengan strategi bersaing yang tepat agar dapat bertahan dari persaingan bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi ajang kompetisi industri kuliner restoran khususnya di Kota Bandung?
2. Bagaimana rumusan strategi bersaing pada Giggle Box Café & Resto?
3. Berkaitan dengan poin nomor 2. Apakah strategi yang dipilih Giggle Box Café & Resto dapat dikategorikan salah satu strategi yang baik menurut konsep *Blue Ocean Strategy*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui karakter pasar yang dihadapi saat ini.
2. Untuk mendeskripsikan strategi bersaing, serta mengidentifikasi sekaligus memahami kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Giggle Box Café & Resto.
3. Untuk mengetahui gambaran strategis Giggle Box Café & Resto.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan dan permasalahan yang telah dirumuskan, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai aspek pembelajaran yang diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai analisis lingkungan beserta model bisnis yang sedang berjalan, sehingga dapat tercipta sebuah rumusan strategi yang berguna untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Bagi Perusahaan

Hasil akhir dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Giggle Box Café & Resto agar menjadi perusahaan yang dapat lebih berkembang sesuai dengan perkembangan jaman.

3. Bagi Peneliti lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan serta bahan informasi atau bahan rujukan (referensi) yang

berguna bagi pemahaman konsep pengembangan dan perumusan strategi *Blue Ocean* terhadap sebuah perusahaan.

### **1.5 Objek dan Lokasi Penelitian**

Giggle Box Café & Resto didirikan pada tanggal 10 Februari 2010, pemilik restoran mengusung nama *giggle* dimaksudkan agar restorannya dapat menjadi tempat bersantai bersama dengan keluarga, kerabat ataupun pasangan. Fokus Giggle Box Café & Resto adalah menyajikan makanan *Western* dan Indonesia dengan suasana yang nyaman seperti di rumah dengan harga yang terjangkau.

Pertama kali Gigglebox café & resto dibuka berlokasi di Jl. Progo No. 33A, Citarum, Bandung Wetan, Jawa Barat, Indonesia.