

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan. Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam. Pengertian strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum tersebut.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Salahsatu strategi pemasaran yang dapat diterapkan di dunia industri saat ini adalah *Blue Ocean Strategy* atau strategi samudera biru. *Blue Ocean Strategy* (BOS) merupakan strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan tersebut dianalogikan sebagai *Blue Ocean* (Samudra Biru) dimana suatu organisasi bermain sendirian tanpa ada pesaing.

Sebaliknya, kondisi dimana ruang pasar saling diperebutkan oleh berbagai pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah, maka kondisi ini akan dianalogikan sebagai *Red Ocean* atau samudra merah. Oleh karena itu penulis membuat penelitian dalam memenangkan persaingan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy*.

Dalam dunia industri tentunya sangat memerlukan penerapan Blue Ocean Strategy. Selain itu Blue Ocean Strategy memerlukan adanya Digital Start Up yakni sekumpulan individu yang membentuk industri rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi. Blue Ocean Strategy sangat diperlukan untuk mendapatkan target pasar dalam dunia industri nya. Karena di dalam dunia industri memiliki pesaing industri lain yang memiliki jenis-jenis barang yang sama namun kualitas yang berbeda-beda dalam dunia industrinya.

Blue Ocean Strategy dapat diterapkan pada semua lini industri, baik industri dengan skala kecil atau rumahan, maupun skala besar. Salahsatu industri skala kecil adalah produksi genteng. Di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu terdapat banyak sekali industri genteng, namun hampir semua produk yang dihasilkan memiliki jenis dan kualitas yang sama. Selain itu, model pemasaran yang digunakan relatif sama, yakni masih konvensional, atau dipasarkan secara langsung. Begitupun dengan industri Genteng Bapak Sudiman, yang selama ini memasarkan produknya secara langsung.

Industri Genteng Bapak Sudiman merupakan salah satu industri yang memproduksi sebagai jenis Genteng andalan. Industri ini berdiri pada tahun 1976. Bapak Sudiman adalah salah satu pendiri industri Genteng dan sekaligus sebagai pemimpin industri. Proses produksi dari industri Genteng Bapak Sudiman yaitu dengan membeli bahan baku dari supplier kemudian diproduksi selanjutnya dipasarkan. Banyaknya pesaing bisnis yang ada di daerah Ambarawa semakin membuat persaingan semakin ketat. Oleh karena itu industri Genteng Bapak Sudiman ingin memberikan inovasi agar produk yang di pasarkan unik dan menarik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana penerapan Blue Ocean Strategy Pada Industri Genteng Bapak Sudiman Di Kecamatan Ambarawa Tahun 2021?

Berdasarkan rumusan masalah di atas penulis menentukan judul:

“PENERAPAN BLUE OCEAN STRATEGY PADA INDUSTRI GENTENG BAPAK SUDIMAN DI KECAMATAN AMBARAWA TAHUN 2021”

C. Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek penelitian adalah Blue Ocean Strategy
2. Subjek penelitian adalah Blue Ocean Strategy
3. Waktu penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada Tahun 2021

4. Tempat penelitian industri Genteng Bapak Sudimandi Kecamatan Ambarawa

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan Blue Ocean Strategy pada Industry Genteng Bapak Sudiman di Kecamatan Ambarawa Tahun 2021.

2. Kegunaan penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya, yang berminat meneliti tema yang sama, kemudian peneliti diharapkan memberikan kontribusi bagi perkembangan konsep mengenai Blue Ocean Strategy pada Industry Genteng Bapak Sudiman di Kecamatan Ambarawa Tahun 2021.

- b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi peneliti

Diharapkan untuk peneliti supaya mengetahui penerapan Blue Ocean Strategy pada Industry Genteng Bapak Sudiman di Kecamatan Ambarawa Tahun 2021

- 2) Bagi industri Genteng

Sebagai bahan masukan dan acuan untuk menyajikan ruang pasar yang akurat.

3) Bagi pembaca

Sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang mengenai penerapan Blue Ocean Strategy dalam dunia industri.