

# PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI BLUE OCEAN BERBASIS SWOT PADA UMKM USAHA BAKSO PRASMANAN QUEEN DI KUDUS

Lisa Ardiana<sup>a</sup>, Muadzah<sup>a,\*</sup>, Hanin Fitria<sup>a</sup>, Rifqi Azwar Annas<sup>a</sup>, Nuur Sya'id<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Kudus

Jl. Ganesha Raya No.I, Purwosari, Kudus, Indonesia

\*Corresponding author: [muadzah@umkudus.ac.id](mailto:muadzah@umkudus.ac.id)

| Info Artikel  | Abstrak  |
|---|--|
| <b>DOI :</b><br><a href="https://doi.org/10.26751/jatmi.v6i1.2835">https://doi.org/10.26751/jatmi.v6i1.2835</a> | <p>Perkembangan UMKM di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi tantangan dalam mengembangkan strategi bisnis yang tepat. Penelitian ini mengkaji penerapan strategi Blue Ocean berbasis analisis SWOT pada UMKM Bakso Prasmanan Queen di Kudus, sebuah usaha kuliner yang baru berdiri sejak tahun 2023 dengan konsep prasmanan yang unik. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui tiga metode: wawancara mendalam dengan Karyawan, observasi langsung terhadap operasional usaha, dan studi pustaka dari berbagai literatur terkait. Analisis data mengombinasikan matriks SWOT dengan kerangka kerja Blue Ocean Strategy untuk merumuskan strategi yang optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bakso Queen memiliki potensi diferensiasi melalui sistem prasmanan yang memberikan kebebasan kepada pelanggan dalam memilih menu, didukung dengan layanan pemesanan online melalui platform digital. Penerapan strategi Blue Ocean menghasilkan rekomendasi untuk meredefinisi batas pasar dengan mengoptimalkan kekuatan internal dan peluang eksternal. Kesimpulannya, integrasi analisis SWOT dengan strategi Blue Ocean memberikan kerangka kerja yang efektif untuk pengembangan bisnis UMKM kuliner. Penelitian merekomendasikan implementasi strategi bertahap dengan fokus pada diferensiasi layanan dan perluasan pasar digital</p> |
| <b>Article history:</b><br>Received February 26, 2025<br>Revised March 06, 2025<br>Accepted March 10, 2025      |  |
| <b>Kata kunci:</b><br>Blue Ocean Strategy,<br>Manajemen Strategi, Strategi pemasaran, UMKM, SWOT                |  |

## Abstract

*The development of UMKM in Indonesia continues to show significant growth, but many business actors still face challenges in developing the right business strategy. This research examines the application of the Blue Ocean strategy based on SWOT analysis in the Bakso Prasmanan Queen UMKM in Kudus, a culinary business that has only been established since 2023 with a unique buffet concept. The research used a descriptive qualitative method with data collection through three methods: in-depth interviews with employees, direct observation of business operations, and literature studies from various related literature. Data analysis combined the SWOT matrix with the Blue Ocean Strategy framework to formulate an optimal strategy. The results showed that Bakso Queen has the potential for differentiation through a buffet system that gives customers the freedom to choose menus, supported by online ordering services through digital platforms. The application of the Blue Ocean strategy resulted in recommendations to redefine market boundaries by optimising internal strengths and external*

*opportunities. In conclusion, the integration of SWOT analysis with Blue Ocean strategy provides an effective framework for business development of culinary UMKM. The research recommends a phased strategy implementation with a focus on service differentiation and digital market expansion.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan kinerja berkembang pesat, Ekonomi Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan kinerja yang cukup solid. Pertumbuhan ekonomi yang tercatat pada triwulan II-2024 mencapai 5,05%, didorong oleh kuatnya permintaan domestik. (Kementerian Keuangan, 2024). Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan kedua tahun 2024 tercatat sebesar 5,05%, didukung oleh inflasi yang terkendali sekitar 2,13%. Pertumbuhan ini didorong oleh konsumsi rumah tangga, pembentukan modal tetap bruto (PMTB), serta surplus dari sektor perdagangan berkat tingginya harga komoditas ekspor utama Indonesia. Peningkatan belanja pemerintah selama periode pemilihan umum diharapkan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi domestik, sementara kebijakan moneter yang longgar dari Bank Indonesia juga memberikan stabilitas di tengah fluktuasi pasar internasional. Namun, proyeksi pertumbuhan yang konservatif dari *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) memperkirakan tingkat pertumbuhan sekitar 4,8%, sedikit di bawah target APBN yang dipatok di angka 5,2% (Yuniarti et al., 2020).

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kata yang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Namun masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum benar-benar memahami apa itu UMKM, yang diketahui masyarakat umum ketika mendengar kata UMKM hanya sebatas unit usaha kecil (Ariyanto et al., 2021). Manajemen strategi berfungsi untuk memberikan arah dan tujuan yang jelas, yang dapat dianalisis melalui berbagai variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi target pasar, positioning, elemen pasar, dan bauran pemasaran. Secara umum,

manajemen strategis melibatkan proses formulasi, implementasi, dan evaluasi keputusan fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya dengan efektif (David, 2006).

Kegagalan suatu strategi biasanya disebabkan oleh buruknya implementasi atau kesalahan dalam merumuskan strategi itu sendiri. Oleh karena itu, pemilihan strategi sering kali disesuaikan dengan kondisi yang ada di sekitar lingkungan usaha. (Arifin & Sarah, 2018). Strategi Samudra Biru, atau yang lebih dikenal dengan istilah *Blue Ocean Strategy*, adalah pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan untuk menciptakan inovasi nilai. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan nilai baru bagi pelanggan dan menciptakan ruang pasar yang bebas dari pesaing. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari kompetisi langsung dan mengembangkan permintaan baru di pasar yang belum terjamah.

Konsep utama dari strategi ini adalah inovasi nilai, yang berfokus pada pengurangan biaya sekaligus peningkatan nilai bagi konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara menghilangkan atau mengurangi elemen-elemen yang menjadi titik persaingan dalam industri, serta menambah elemen-elemen baru yang belum ditawarkan oleh pesaing. Dengan menciptakan ruang pasar yang tidak terbantahkan, perusahaan dapat menjadikan persaingan tidak relevan dan menikmati keuntungan yang lebih besar.

Secara keseluruhan, strategi Samudra Biru bertujuan untuk merumuskan cara-cara baru dalam berbisnis, sehingga perusahaan tidak hanya bersaing dalam pasar yang sudah ada, tetapi juga menciptakan peluang baru yang dapat meningkatkan posisi mereka di industri.

Kebhasilan suatu strategi sangat bergantung pada analisis yang dilakukan melalui metode SWOT (Iman et al., 2024).

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi organisasi, termasuk kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Pertama, kekuatan (strength) merujuk pada sumber daya berharga atau unik yang dimiliki organisasi dan dikelola dengan baik. Kekuatan ini merupakan karakteristik positif yang dapat membantu manajer mencapai tujuan strategis mereka. Kedua, kelemahan (weakness) mencakup kekurangan dalam sumber daya atau kemampuan yang diperlukan oleh organisasi. Kelemahan ini adalah faktor yang dapat menghambat pencapaian tujuan strategis. Ketiga, peluang (opportunity) adalah kondisi di lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu manajer memenuhi atau bahkan melampaui tujuan organisasi. Keempat, ancaman (threat) adalah kondisi eksternal yang dapat menyulitkan manajer dalam mencapai tujuan organisasi (Novianty Haninda et al., 2022).

Dengan kata lain, analisis SWOT memberikan kerangka kerja untuk mengevaluasi posisi suatu organisasi dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu usaha melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, manajer dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan organisasi mereka (Iman et al., 2024).

Menurut Permadi (Permadi, 2015), untuk memahami situasi yang ada dalam suatu perusahaan, penting untuk menyelidiki kondisi internal saat menjalankan aktivitas bisnis. Selain itu, analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksternal yang mungkin dihadapi perusahaan di masa depan dan memaksimalkan keunggulan faktor internal dalam menghadapi tantangan eksternal yang muncul. Penerapan analisis SWOT juga diperlukan untuk usaha Bakso Prasmanan Queen di Kudus. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang ada. Dengan demikian, strategi yang

tepat dapat dirumuskan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Dr. Ratih D. Situmorang, psikolog sosial dan budaya Menurutnya, prasmanan adalah bentuk pelayanan makanan yang mengedepankan unsur kebebasan dan kontrol pribadi. Pengunjung diberi kesempatan untuk memilih makanan sesuai selera dan kebutuhan porsi masing-masing. Hal ini sejalan dengan konsep individualitas dalam budaya modern, di mana setiap orang dapat menikmati hidangan sesuai preferensi masing-masing. Prasmanan adalah sistem pelayanan jual beli makanan dengan cara pembeli mengambil sendiri makanan yang sudah tersusun rapi di atas meja prasmanan. Pembeli bebas mengambil menu apa saja yang sesuai dengan selera masing-masing, dan dibayarkan ketika pembeli telah selesai makan. Dalam prakteknya sistem prasmanan ini belum jelas pada takaran porsi yang seharusnya diambil, sehingga pengambilan porsi atau takaran nya menggunakan cara penaksiran atau perkiraan dan hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak pasti (Thaha, 2023).

Bakso queen berasal dari bahasa inggris yang berarti ratu bakso yang bermakna sebagai kekuasaan di kerajaan atau seseorang yang sangat dihormati atau dihargai dalam usaha makanan bakso. Karena dalam usahanya pemilik memiliki visi dan misi usaha untuk meratukan atau menomer satukan pembeli sehingga pembeli dapat memilih dengan sepuasnya dengan sistem prasmanan. Bakso queen dirintis dari tahun 2023 lamanya 1 tahun hingga saat ini, tetapi bakso prasmanan queen sudah marak di masyarakat kota Kudus dan saat ini memiliki 2 cara pembelian melalui online melalui aplikasi grab maupun shope food maupun offline dengan datang langsung ke outline. Karena bakso ini baru dirintis dan masih memulai tahap pengembangan.

Munculnya persaingan baru di dunia kuliner, khususnya bakso dengan konsep prasmanan, mendorong penulis untuk merencanakan strategi menggunakan SWOT dan *Blue Ocean Strategy* agar bakso Queen tidak mudah tersaingi dengan adanya pendatang baru.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan di Bakso Queen Kudus selama tiga bulan, sejak Bulan Oktober sampai Desember 2024.

Pengambilan data menggunakan tiga instrumen yaitu: Pertama metode wawancara, peneliti mengumpulkan data dengan cara bertanya kepada Karayawan secara langsung. Kedua adalah observasi atau pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, dengan cara melakukan pencatatan secara langsung terhadap kejadian-kejadian yang sedang di teliti. Terakhir adalah studi pustaka yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku referensi, Artikel Ilmiah, Artikel di internet, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan.

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan kombinasi antara analisis SWOT dan strategi *blue ocean*. Analisis SWOT berfungsi sebagai alat untuk merumuskan berbagai strategi, termasuk strategi *blue ocean*. Dengan memanfaatkan analisis SWOT, perusahaan dapat lebih memahami kondisi eksternal yang diperlukan oleh strategi *blue ocean* untuk meredefinisi batas pasar, serta mengevaluasi kondisi internal untuk menentukan aspek yang perlu dikurangi, dihapus, ditingkatkan, atau diciptakan guna meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, matriks

SWOT digunakan sebagai alat untuk membantu dalam merumuskan strategi *blue ocean*. Matriks ini mampu menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada, sehingga menghasilkan empat sel alternatif strategi yang mungkin (Saffana Putri Arifa & Nurfahmiyati, 2024).

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan menggunakan metode SWOT dan *Blue Ocean Strategy*, untuk menggambarkan fenomena yang telah terjadi atau fakta di lapangan dan mengetahui apakah penerapan strategi yang selama ini dilakukan masih relevan atau tidak. Untuk membangun atau mempertahankan usaha dalam skenario apapun, memiliki sebuah rencana sangatlah penting. Analisis SWOT dapat digunakan dalam mengolah data yang diperoleh.

Peneliti melakukan wawancara dan pengamatan secara langsung untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantang usaha. Selanjutnya dilakukan analisa strategi berdasarkan faktor SWOT tersebut. Strategi yang sudah dilakukan sebelumnya oleh usaha juga ditinjau apakah masih relevan untuk dilakukan atau perlu dihilangkan, dikurang, dikembangkan atau diciptakan menggunakan analisa kerangka kerja empat langkah pada metode *Blue Ocean Strategy*.

Berdasarkan hasil pengamatan pada umkm usaha bakso prasmanan queen di Kota Kudus analisa sebagai berikut:

**Tabel 1.** Matriks Strategi SWOT

| IFAS<br>EFAS |   |  |
|--------------|---|--|
|              | <b>Strengths (S):</b>   | <b>Weakness (W):</b>   |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mementingkan kualitas produk</li> <li>• Memanfaatkan pemasaran digital dan aktif berkonten</li> <li>• Konsep penyajian yang berbeda (prasmanan)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan SDM</li> <li>• Manajemen Inventori yang belum stabil</li> </ul>  |
|              | <b>Opportunity (O):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasar kuliner yang terus berkembang</li> <li>• Persepsi pelanggan atas</li> </ul>  | Memanfaatkan kekuatan dalam kualitas produk dan media sosial untuk mengejar peluang pertumbuhan pasar<br>Meningkatkan manajemen persediaan dan efektifitas kerja |



|   |  |
|---|--|
| inovasi produk yang berbeda                             | kuliner dengan melakukan kampanye pemasaran yang lebih agresif |
| • Mudah akses jual beli secara daring (Ojek Online)     |  |
| <b>Threats (T):</b>                                     | Konsisten dalam kualitas                                       |
| • Munculnya pesaing (bisnis bakso dengan konsep serupa) | Konsisten dalam kualitas dan inovasi produk                    |

Berdasarkan analisa SWOT, maka dapat dilanjutkan dengan strategi *Blue Ocean* menggunakan kerangka kerja empat langkah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Kerangka Kerja Empat Langkah

|                   |   |
|-------------------|---|
| <b>Hilangkan:</b> | <b>Kembangkan:</b>  |
| -                 | - Pengenalan "Prasmanan Tematik" mingguan                   |
|                   | - Implementasi sistem membership digital dengan poin reward |
| <b>Kurangi:</b>   | <b>Ciptakan:</b>  |
| -                 | - Peluncuran lini "Healthy Bakso" dengan opsi rendah kalori |
|                   | - Layanan konsultasi menu sehat                             |

Pada tabel 2. Tidak ada strategi yang dihilangkan maupun dikurangi, karena strategi yang sudah berjalan dianggap masih relevan untuk dijalankan oleh usaha. Pada kerangka kembangkan ada dua strategi yang sudah dijalankan namun perlu dilakukan pengembangan, yaitu: pengembangan konsep prasmanan dengan prasmanan tematik dan penerapan poin reward yang dimana kedua strategi tersebut diharapkan dapat menarik konsumen. Sedangkan ada 2 usulan strategi yang diciptakan, yaitu: Peluncuran lini "Healthy Bakso" dengan opsi rendah kalori dan Layanan konsultasi menu sehat. Dimana strategi ini menasar pasar baru, yaitu masyarakat yang mulai aware dengan kesehatan yang saat ini sedang mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

#### IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian penerapan manajemen strategi Blue Ocean berbasis SWOT pada UMKM Bakso Prasmanan Queen di Kudus menunjukkan bahwa kombinasi analisis sistematis dengan inovasi strategis menghasilkan model bisnis yang adaptif dan berdaya saing. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian mengidentifikasi tiga pilar keberhasilan usaha: digitalisasi

pemasaran yang efektif melalui media sosial (Facebook, Twitter, Instagram), diferensiasi layanan melalui konsep prasmanan yang inovatif, dan konsistensi kualitas produk yang terjaga sejak 2023.

Pengembangan strategi Blue Ocean menghasilkan terobosan strategis dalam empat dimensi:

1. Transformasi digital yang mengintegrasikan sistem prasmanan dengan platform digital
2. Inovasi konsep prasmanan yang menciptakan pengalaman kuliner unik
3. Diversifikasi produk yang menjawab tren kesehatan
4. Pembangunan komunitas pelanggan yang mendorong loyalitas berkelanjutan

Implementasi strategi ini menghasilkan penciptaan ruang pasar baru tanpa menimbulkan kompetisi langsung atau pesaing yang tidak terlalu banyak, meningkatkan nilai bagi pelanggan dengan biaya operasional yang terkelola, dan membentuk basis pelanggan loyal yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Model pengembangan ini dapat menjadi referensi bagi UMKM kuliner dalam

menciptakan diferensiasi dan keunggulan kompetitif di pasar yang dinamis.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pemilik, karyawan dan beberapa pelanggan Bakso Queen Kudus. Terima kasih kepada Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Kudus yang mendorong untuk melakukan penelitian ini melalui Mata Kuliah Manajemen strategi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, & Sarah, M. (2018). Penerapan Blue Ocean (BOS) Dalam Usaha Memasuki Pasar Internasional (Study Kasus Pada UMKM Pricilian Jilbab Bolak Balik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1, 61.
- Ariyanto, A., Andi, D., Abid, M., Oktavianti, N., Amelia, R. W., Wiguna, M., Safih, A. R., Purwanti, Wijaya, H., & Devi, W. S. G. R. (2021). *ENTREPRENEURIAL MINDSETS & SKILL* (H. Wijoyo & A. Ariyanto, Eds.; 1st ed.). INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Chan, K. W., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy (Strategi Samudra Biru). Jakarta. PT. Serambi Ilmu Semesta.
- David, F. R. (2006). Manajemen strategis. In *Edisi Sepuluh*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Iman, N., Hadi, A. S., Rozaq, S. U., Thomas, M. H., & Muadzah. (2024). PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI MENGGUNAKAN ANALISA SWOT PADA USAHA SEBLAK ABC DI KUDUS. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 5(1), 36–42.
- Novianty Haninda, R., Dwi Indriyani, N., & Mufidah Qurratu, I. (2022). *ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KEDAI WARUNG KOPI 777 SURABAYA*. 4(1). <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server>
- Permadi, A. (2015). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL CARICA. *JEJAK*, 8(1). <https://doi.org/10.15294/jejak.v8i1.3853>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (n.d.). *Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran ( studi McDonald's Ring Road )*.
- Saffana Putri Arifa, & Nurfahmiyati. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Rengginang Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 65–72. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v4i1.3702>
- Thaha, M. M. (2023). Penetapan Harga dengan Sistem Prasmanan Di Saung Kopi Hawwu Kuningan dalam Pandangan Hukum Islam. *Al Barakat-Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 48–57.
- Yuniarti, P., Wianti, W., & Nurgaheni, N. E. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(3), 169–176. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i3.207>