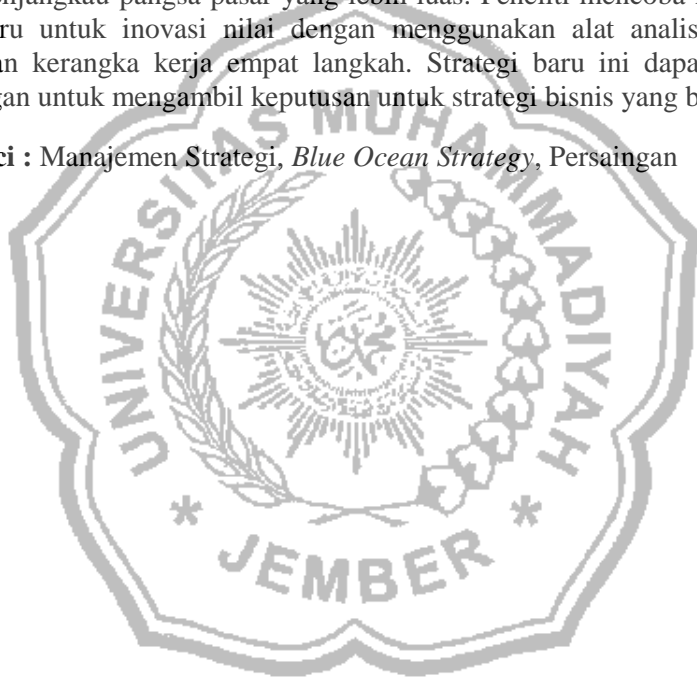


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta penerapan *Blue Ocean Strategy* (Strategi Samudra Biru) dalam menghadapi persaingan pada *coffee shop* Tapis Tapis. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan jenis penelitian dan tujuannya, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Coffee Shop* Tapis Tapis menerapkan *Blue Ocean Strategy* dengan cara menciptakan kolaborasi dengan pesaing sejenis dan prinsip edukatif sehingga mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Peneliti mencoba menyusun strategi baru untuk inovasi nilai dengan menggunakan alat analisis kanvas strategy dan kerangka kerja empat langkah. Strategi baru ini dapat menjadi pertimbangan untuk mengambil keputusan untuk strategi bisnis yang baru.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, *Blue Ocean Strategy*, Persaingan



ABSTRACT

This study aims to describe and the application of the Blue Ocean Strategy in facing competition in thin thin coffee shops. This is done using a descriptive method with a qualitative approach. Based on the type of research and documentation, observation data, interviews, literature study and documentation. The results obtained from this study indicate that the Thin Thin Coffee Shop applies the Blue Ocean Strategy by way of collaboration between competitors and educational principles so that it is able to reach a wider market. The researcher tries to devise a new strategy for value innovation using the strategy canvas analysis tool and a four-step framework. This new strategy can be a consideration for making decisions for new business strategies.

Keywords: *Strategic Management, Blue Ocean Strategy, Competition*

