

## ABSTRAK

*Blue Ocean Strategy* adalah sebuah strategi yang menawarkan sebuah konsep baru dimana perusahaan mencari daerah baru yang belum dimasuki oleh competitor sama sekali, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan cara yang lebih baik karena daerah yang dimasuki oleh perusahaan merupakan daerah yang bebas dari pesaing. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menjelaskan lingkungan eksternal dan internal melalui analisis SWOT, penerapan *Blue Ocean Strategy*, dan bagaimana penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam meningkatkan keunggulan bersaing dari persaingan Warung Bakso dan Mie Ayam Semangat, sehingga dapat diterapkan untuk kelancaran bisnis di masa yang akan datang. Dari hasil penelitian ini berdasarkan kerangka kerja empat langkah yaitu, variabel yang harus dihapus yaitu citarasa yang disajikan enak, variabel yang harus ditingkatkan yaitu lahan parkir yang luas, variabel yang dikurangi yaitu harga yang ditawarkan terjangkau, serta variabel yang diciptakan yaitu penambahan menu, layanan pesan antar, dan promosi menarik pelanggan. Perusahaan berada di kuadran I yang artinya perusahaan pada situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Adapun gerakan menjauh yang dilakukan atau yang mengalami disvergensi yaitu penambahan menu, dimaksudkan di sini supaya konsumen lebih betah untuk lebih lama mengobrol di warung Mie Ayam dan Bakso Semangat. Selain itu juga terdapat layanan pesan antar yang memudahkan orang-orang dengan kesibukannya untuk tetap dapat menikmati Mie Ayam dan Bakso Semangat. Sedangkan variabel terakhir yaitu promosi menarik bagi pelanggan, hal ini tentunya akan memikat hati konsumen untuk membeli Mie Ayam dan Bakso Semangat dengan adanya promosi tersebut.

**Kata Kunci :** *Blue Ocean Strategy*, SWOT, disvergensi, dan Mie Ayam dan Bakso Semangat.