

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah industri rumah makan di Indonesia ini disebabkan karena daya jual dan daya permintaan yang tinggi dari konsumen sehingga industri rumah makan ini berpengaruh besar terhadap karakteristik konsumen dalam memilih rumah makan. Bisnis rumah makan selalu berupaya mempertahankan pelayanan yang memadai ataupun meningkatkan pelayanan walau harus tidak mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Namun, keluhan dari konsumen tetap ada seperti ketidakpuasan terhadap pelayanan, kecepatan dalam penyajian, kebersihan ruangan, kenyamanan tata letak, keramahan para karyawan atau pramusaji, dan fasilitas yang tersedia di suatu rumah makan. Hal-hal demikian mampu memicu ketidakpercayaan dan ketidakpuasan terhadap suatu produk/jasa sehingga konsumen menurun. Penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) pada salah satu rumah makan di Cilacap yaitu Rumah Makan Andalas diharapkan mampu menghadirkan strategi alternatif dalam pengelolaan bisnis yang baik dalam meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan memenuhi kebutuhan konsumen. BOS digunakan untuk memenangkan pasar yang ada, dimana data dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner Berdasarkan metode Blue ocean dihasilkan 2 alternatif strategi bisnis yang dapat digunakan oleh Rumah Makan Andalas dalam memenangkan persaingan bisnis. Usulan pertama yaitu dengan membuat inovasi produk baru Rendang dalam kemasan kaleng dan usulan kedua yaitu pengadaan meeting room beserta wifi dan segala kelengkapan untuk memenuhi kebutuhan rapat.

Kata Kunci: Rumah Makan, *Blue Ocean Strategy*, Strategi Alternatif, Persaingan Bisnis.