

## ABSTRAK

Persaingan yang ada pada industri kuliner di Kabupaten Wonogiri saat ini termasuk ke dalam kategori *Red Ocean* yang artinya terjadi persaingan yang sangat ketat dan sangat sengit dikarenakan Wonogiri yang termasuk dalam kawasan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Untuk itu perusahaan yaitu Rumah Makan Ikan Bakar Sari Raras harus melakukan strategi bisnis yang tepat untuk dapat bersaing dengan pesaing lain dalam industri kuliner. Metode *Blue Ocean Strategy* ini bertujuan agar Rumah Makan Ikan Bakar Sari Raras dapat keluar dari persaingan bisnis yang terjadi dengan menciptakan pasar baru dengan menggunakan Kerangka Kerja Empat Langkah yang. Pendekatan *Blue Ocean Strategy* ini dikombinasikan dengan *SWOT* untuk dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami oleh Rumah Makan Ikan Bakar Sari Raras. Dalam penentuan strategi dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy* diketahui bahwa perusahaan berada pada posisi kuadran III dalam diagram *SWOT* yang berarti perlu dilakukan perubahan strategi demi mengoptimalkan peluang yang besar. Pada Kerangka Kerja Empat Langkah tidak terdapat faktor yang dihapus. Faktor yang dikurangi yaitu harga. Faktor yang ditingkatkan yaitu kualitas produk, ciri khas, branding, ketersediaan kapasitas, keramahan, kenyamanan tempat, promosi, kemudahan transaksi dan proses pembayaran. Sedangkan terdapat lima faktor yang diciptakan yaitu membuka cabang baru di pusat kota, *wifi*, *meeting room*, aplikasi *android* untuk transaksi dan endorsement kepada artis/*public figure*. Yang menjadi fokus strategi adalah kualitas produk dan branding dengan berdasar hasil data keduanya yang tidak terpaut jauh dari pesaing dengan tujuan meningkatkan kepercayaan dan membuat masyarakat dapat lebih mengetahui Rumah Makan Ikan Bakar Sari Raras dan menjadikan Rumah Makan Ikan Bakar Sari Raras sebagai pilihan utama sesuai dengan motto perusahaan yaitu “teko seneng mulih kangen”.

Kata kunci : *Blue Ocean*, *SWOT*, Kerangka Kerja Empat Langkah.