

ABSTRAK

Industri kuliner merupakan industri yang menuntut pelaku yang ada di dalam industri tersebut untuk selalu melakukan inovasi, mulai dari produk hingga pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Pertumbuhan jumlah restoran di Yogyakarta dari 437 meningkat menjadi 1.163 pada tahun 2018 membuat kompetisi didalam industri semakin tinggi. Strategi samudera biru merupakan strategi yang dapat membuat persaingan industri tidak relevan. Restoran Jejamuran resto merupakan restoran yang menyajikan makanan berbahan dasar jamur yang terindikasi melakukan lompatan nilai dan melakukan strategi samudera biru. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis inovasi nilai dari strategi samudera biru yang dilakukan oleh restoran Jejamuran resto di dalam industri kuliner restoran, khususnya di wilayah Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara. Data yang diperoleh tersebut diolah dengan menggunakan alat analisis strategi samudera biru, yaitu kanvas strategi, *four actions framework*, *ERRC grid*, *sequence of blue ocean strategy*, dan *price corridor of the mass*.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa restoran Jejamuran Resto melakukan inovasi nilai dengan berfokus meningkatkan jenis variasi menu jamur dan bahan dasar jamur, serta menciptakan agrowisata jamur sebagai wahana edukasi kepada konsumen, dengan secara bersamaan menurunkan biaya dengan menghilangkan beberapa atribut yang selama ini diberikan oleh industri namun tidak berdampak secara signifikan. Keterlibatan mitra yang tepat merupakan salah satu kunci rendahnya biaya yang dicapai oleh restoran Jejamuran resto. Restoran Jejamuran Resto memiliki keunggulan dari segi harga jika dibandingkan dengan kompetitor baik yang di dalam industri maupun dengan yang tidak di dalam industri namun tidak memiliki tingkat perlindungan sumber daya, sehingga sangat mudah untuk diimitasi. Berdasarkan hasil penelitian restoran Jejamuran resto perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan nilai kepada konsumen dan perlu memikirkan strategi lanjutan mengenai pengembangan edukasi jamur melalui agrowisata jamur sehingga dapat memberikan nilai yang maksimal dan efisien. Selain itu restoran Jejamuran resto perlu memikirkan perlindungan terhadap sumber daya yang dimiliki sehingga tidak dengan mudah untuk diimitasi oleh kompetitor. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat melakukan pembahasan lebih dalam mengenai topik ini sehingga dapat memberikan perkembangan sudut pandang baru di dalam industri tersebut.

Kata kunci: Industri kuliner, Jejamuran Resto, strategi samudera biru, kanvas strategi, inovasi nilai, *four action frameworks*, *ERRC Grid*, *sequence of blue ocean strategy*, *the price corridor of the mass*.

ABSTRACT

The culinary industry is an industry that requires actors in the industry to always innovate, ranging from products to services provided to consumers. The growth in the number of restaurants in Yogyakarta from 437 increased to 1,163 in 2018 making competition is getting higher as well Blue ocean strategy is a strategy that can make competition irrelevant. Jejamuran, a restaurant serving mushroom-based cuisine, has been indicated having a leap of value and using Blue Ocean Strategy. This research aimed to analyze the innovation of value of the Blue Ocean Strategy practiced by Jejamuran among the culinary industry in Yogyakarta area. This research used descriptive qualitative and quantitative method. Data were obtained by questionnaire survey, observation, and interview. The collected data were processed by using Blue Ocean Strategy analysis tool, namely strategy canvas, four action frameworks, ERRC grid, sequence of blue ocean strategy and price corridor of the mass.

The results show that Jejamuran gains the value of innovation by focusing on increasing the variety of mushroom menus and mushrooms as their basic ingredient, also by creating mushroom agritourism as an educational playground for consumers, while at the same time decreasing the cost by eliminating attributes given by the industry, which does not give significant impact for business. Proper partnership involvement is the key for low production cost. Consequently, compared to its competitors both inside and outside the industry, Jejamuran can offer more excellent price. However, Jejamuran does not have sufficient resource protection, so it is prone to imitation. Based on the results, Jejamuran needs to upgrade the quality of products and service for consumers to gain more value of consumer. Besides, Jejamuran also needs to think about continuous strategy for mushroom educational playground development through mushroom agritourism to gain more efficient and maximum value. Furthermore, Jejamuran also needs to think about protection of its resources, so that they are not easily imitated by competitors. The researcher hopes the next research can dig deeper on this topic so as to give more elaboration with new perspectives about the industry.

Keywords: Culinary Industri, Jejamuran Resto, Blue Ocean Strategy, Strategy Canvas, Value Innovation, four action frameworks, ERRC Grid, sequence of blue ocean strategy, the price corridor of the mass.