

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the implementation of Business Model Canvas and Blue Ocean Strategy at PT Pendekar Bodoh (D'Cost) during their last 10 years operations. The subject of the research is how the management strategy implemented to company vision and mission also how to counter their customer needs in every branch of D'Cost restaurant, and could be consistent to their tagline "Cheapest Price, High Quality".

The research is categorized as qualitative research with case study model, data was set by natural conditions. Data collection was done by observation, interview and documentary study. The results of data collection and analysis are presented descriptively. Phenomenology approach for analyzing the data is used to describe the company strategy such as Business Model Canvas and Blue Ocean Strategy. The research also use SWOT analysis to know the management implemented to their interesting and innovating business strategy.

Finding this research indicates that in general, D'Cost already implements Cost Leadership and Differential method which is part of Blue Ocean Strategy. The interviews determined that D'Cost also used Business Model Canvas to indicate their outgoing and incoming cash flow.

Key words: Qualitative, Phenomenology, Blue Ocean Strategy, Business Model Canvas, SWOT analysis.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kemungkinan pelaksanaan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy* pada PT Pendekar Bodoh (D'Cost) dalam kurun waktu kurang lebih 10 tahun terakhir. Peneliti juga ingin melihat perkembangan strategi manajemen yang terus disesuaikan dengan visi misi perusahaan maupun kebutuhan layanan dan mutu setiap restoran D'Cost agar terus dapat konsisten dengan *tagline* "Kualitas Bintang Lima, Harga Kaki Lima". Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan model studi kasus, yang didapatkan dengan setting alamiah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil pengumpulan data dan analisa disajikan secara deskriptif. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk melakukan analisa yang mendalam apakah PT Pendekar Bodoh (D'Cost) menggunakan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy* atau tidak. Peneliti juga menggunakan analisa SWOT untuk mengetahui bagaimana perusahaan ini membuat strategi bisnis menjadi menarik dan terus berinovasi dalam dunia bisnis. Temuan dari penelitian ini adalah bahwa PT Pendekar Bodoh sudah melakukan metode *Cost Leadership* dan Diferensiasi yang merupakan bagian dari *Blue Ocean Strategy*. Hasil pengamatan juga memperlihatkan bahwa *Business Model Canvas* dalam mengindikasikan *outgoing* dan *incoming cash flow* perusahaan mereka.

Kata Kunci: Kualitatif, Fenomonologi, *Blue Ocean Strategy*, *Business Model Canvas*, Analisa SWOT.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA