

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan bisnis memasuki era persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan sejenis. Hal tersebut memaksa para pelaku usaha berlomba mencari strategi pemasaran yang lebih efektif. Strategi yang digunakan tidak lagi sebatas strategi yang bersifat umum, namun harus mampu berpikir kreatif dan inovatif, memanfaatkan peluang bisnis semaksimal mungkin dan keluar dari zona nyaman agar dapat membuat inovasi yang tidak pernah terpikirkan oleh pesaing. Selain itu, ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan harus mampu membuat produk yang lebih spesifik agar memiliki positioning yang baik di pasar. Dua strategi utama yang sering digunakan bank dalam menghadapi persaingan ini adalah *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy*.

*Red Ocean Strategy* biasanya digunakan dalam lingkungan persaingan yang keras dan padat. Dimana semua peserta dalam industri saling berkompetisi untuk memenangkan pangsa pasar yang lebih besar. Proses ini sering kali melibatkan pengeksploitasi permintaan yang sudah ada dan memilih antara diferensiasi produk atau biaya rendah untuk memenangkan persaingan. Namun, ruang pasar yang sudah padat ini menyebabkan prospek laba dan pertumbuhan menjadi kurang optimal karena semakin sulitnya menemukan celah-celah baru dalam persaingan yang ketat (Riasari, 2020)

Berbeda dengan *Red Ocean Strategy*, *Blue Ocean Strategy* menciptakan ruang pasar baru yang belum terjelajahi. Strategi ini melihat kedepan dan menciptakan permintaan baru dengan memanfaatkan area pasar yang belum atau bahkan tidak dilirik oleh pesaing lain. Dengan demikian, perusahaan dapat menimbulkan inovasi yang bernilai menguntungkan bagi perusahaan maupun pelanggan. *Blue Ocean Strategy* juga membantu perusahaan mejadi pemimpin pasar dan penentu harga pasar dari produk yang dihasilkan (Cahyo, 2020).

Produk perbankan sangatlah beragam, namun yang menjadi permasalahan saat ini yaitu produk tersebut memiliki kesamaan jenis antara satu

bank dengan bank lainnya, sehingga persaingan semakin ketat. Berikut adalah grafik yang menunjukkan persaingan pada kinerja industri perbankan di Indonesia, yang tercermin dari persaingan empat besar bank di Indonesia.



**Gambar.1 Kinerja 4 Bank Terbesar di Indonesia**

(Sumber : saratian et al., 2019)

Gambar 1 menunjukkan kinerja empat bank terbesar di Indonesia saling mengungguli antara bank satu dengan bank lainnya, baik pada indikator *Loan*,

*Deposit, Net Profit maupun Non Performing Loan (NPL)*. Uniknya tidak ada satupun bank yang dominan mengungguli seluruh indikator. Hal tersebut mengindikasikan adanya persaingan yang ketat pada industri perbankan di Indonesia.

Kim dan Maubourgne tidak menafikan Red Ocean sebagai fakta dominan dalam dunia bisnis. Hanya saja, untuk lebih bisa meraih laba dan kesempatan pertumbuhan yang baru, sebuah bisnis atau perusahaan perlu pula membuat Blue Ocean, yang diartikan sebagai medan bisnis baru yang bisa diciptakan sebuah perusahaan melalui apa yang disebut value innovation. Strategi Blue Ocean adalah strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat dengan membentuk suatu produk inovatif sehingga mampu memasuki pasar yang dilupakan oleh pesaing. Berbeda dengan strategi Red Ocean dimana semua kompetitor menawarkan produk yang seragam hingga sering menghasilkan pertarungan yang berdarah-darah (Maulani & Hamdani, 2023)

Hasil analisa dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Saratian et al., 2019) mengenai kajian penerapan Blue Ocean Strategy pada pembiayaan sindikasi skim musyarakah mutanaqishah, yang menyatakan bahwa penerapan strategi Blue Ocean ini sangat cocok untuk perusahaan yang memiliki kesamaan ciri-ciri dan karakteristik agar dapat memenangkan persaingan. Topik Blue Ocean Strategi dan Red Ocean Strategi ini penting untuk diteliti karena keduanya menawarkan pendekatan berbeda dalam kompetisi di pasar. Red Ocean Strategy berfokus pada bersaing dalam pasar yang sudah ada dengan cara berusaha memenangkan persaingan yang ketat. Pendekatan ini sering mengarah pada perang harga dan margin keuntungan yang menyusut karena banyak perusahaan berusaha mendapatkan bagian dari pasar yang sama. Sedangkan Blue Ocean Strategy berusaha untuk menciptakan pasar baru yang belum terjamah dimana pesaingannya masih minim, ini melibatkan inovasi yang dapat menciptakan permintaan baru dan mengubah aturan permainan, memungkinkan perusahaan untuk menghindari persaingan dan meraih keuntungan yang lebih besar.

Bank-bank di Indonesia telah mulai menerapkan *Blue Ocean Strategy* untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Misalnya, Bank Mandiri telah sepenuhnya beralih dari *Red Ocean Strategy* ke *Blue Ocean Strategy*. Mereka fokus pada kolaborasi dengan mitra industri, teknologi digital, dan budaya kinerja milenial untuk meningkatkan laba bersih dan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen akibat pandemi COVID-19.

Bank Central Asia (BCA) juga telah menerapkan *Blue Ocean Strategy* dengan memberikan manfaat bagi nasabah melalui produk dan jasa yang dibutuhkan. Mereka menetapkan biaya administrasi yang lebih tinggi namun meningkatkan laba perbankan. Penyusunan strategi empat tahap BCA meliputi memberi manfaat pembeli, menyesuaikan harga administrasi ATM bulanan, mengoptimalkan biaya operasional, serta mengadopsi produk/jasa yang efektif.

PT Sofyan Hotels juga telah menerapkan *Blue Ocean Strategy* dengan sukses, menciptakan ruang pasar baru tanpa pesaing dan meningkatkan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Mereka melakukan analisis kondisi industri secara mendalam sebelum membuat strategi yang tepat untuk menciptakan Big Value (Riasari, 2020). Dengan demikian, penerapan Strategi biru dapat membantu bank-bank di Indonesia untuk meningkatkan efektivitas bisnis mereka, menciptakan ruang pasar baru, dan meningkatkan laba bersih. Oleh karena itu, analisis penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* sangat relevan dalam menghadapi persaingan pada bank.

Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan Bank besar syariah di Indonesia juga telah menerapkan *Blue Ocean* dan *Red Ocean Strategy* dengan sukses, akan tetapi berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu, penulis menemukan fakta bahwa didalam penerapan kedua strategy tersebut, Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu hanya berfokus pada *Red Ocean Strategy* dan sering kali kesulitan dalam menciptakan produk atau layanan yang benar-benar inovatif dan berbeda dari yang sudah ada dipasar, mencerminkan tantangan signifikan yang dihadapi oleh industri perbankan. Meskipun teknologi digital menawarkan peluang inovasi,

banyak bank yang terjebak dalam menawarkan layanan konvensional yang tidak jauh berbeda dari pesaingnya. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti regulasi yang ketat, kebutuhan untuk menjaga keamanan data, dan persaingan dari fintech yang lebih cepat. Akibatnya bank syariah mengalami kesulitan untuk memenuhi ekspektasi nasabah yang terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Dalam penerapan Blue Ocean Strategy, memerlukan transformasi signifikan dalam cara bank beroperasi. Perubahan ini mencakup revisi proses internal, sistem manajemen, dan budaya organisasi. Bank harus memiliki kapasitas dan sumber daya yang cukup untuk mengelola perubahan ini agar dapat beradaptasi dengan strategi baru dan menghindari gangguan operasional yang dapat mempengaruhi layanan nasabah (Alhasni, 2021).

Terdapat beberapa tantangan strategis yang harus menjadi prioritas bagi seluruh stakeholder dalam rangka pengembangan bank syariah agar menjadi pemain utama di perbankan Indonesia. yaitu inovasi produk perbankan syariah yang merupakan pilar utama. Perbankan syariah harus memiliki produk inovatif yang menjadi pembeda agar dapat bersaing dengan kompetitif. Upaya-upaya tersebut wajib dilakukan karena perbankan syariah belakangan ini mengalami pelambatan pertumbuhan. Menurut data Booklet Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2017, asset share perbankan syariah terhadap aset perbankan nasional hanya sebesar 5,78%, sedangkan market share sebesar 5,74% (Saratian et al., 2019). Tantangan yang dihadapi bank syariah dalam menciptakan proposisi nilai unik yang dapat menarik perhatian nasabah ditengah persaingan yang ketat, terutama dengan munculnya bank digital dan fintech yang menawarkan layanan inovatif. Banyak bank salah satunya Bank BSI KCP Indramayu, yang belum berhasil memenuhi ekspektasi nasabah, yang terus berkembang seiring dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam produk dan layanan serta ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap umpan balik pelanggan. Oleh karena itu Bank harus menggunakan elemen-elemen 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi kebutuhan nasabah. Elemen-elemen 7P merupakan strategi

pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Elemen-elemen ini merupakan bagian dari campuran pemasaran atau marketing mix, yang merupakan taktik perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas mengenai persaingan yang ketat dalam industri perbankan, Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu mengalami inovasi yang kurang dibandingkan dengan perbankan konvensional. Dengan memahami dan menganalisis kedua strategi tersebut, Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu dapat merumuskan pendekatan yang lebih efektif untuk menghadapi tantangan persaingan. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu karena didalam Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu telah menerapkan kedua strategy tersebut, akan tetapi Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu hanya berfokus pada *Red Ocean Strategy*. Sehingga peneliti memilih Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu sebagai tempat untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam menghadapi Persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan peneliti dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut :

1. Perbankan sering kali kesulitan dalam menciptakan produk atau layanan yang benar-benar inovatif dan berbeda dari yang sudah ada di pasar.
2. Mengimplementasikan *Blue Ocean Strategy* dapat menambah kompleksitas operasional karena memerlukan perubahan besar dalam proses dan sistem yang ada.
3. Bank mungkin mengalami kesulitan dalam membedakan diri dari pesaing dalam pasar. Kurangnya diferensiasi dapat menyebabkan kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

4. Kesulitan dalam mencapai kepuasan pelanggan.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan yang akan dipaparkan oleh penulis sesuai dengan latar belakang masalah, maka penulis membatasi permasalahan hanya dalam menghadapi persaingan pada Bank.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam menghadapi persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* pada Bank BSI KCP Indramayu?
3. Strategi mana yang lebih efektif antara *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam menghadapi Persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* pada Bank BSI KCP Indramayu dalam menghadapi persaingan.
2. Untuk mengetahui tantangan apa saja yang dihadapi dalam penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* pada Bank BSI KCP Indramayu.
3. Untuk mengetahui Strategi mana yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam Penelitian ini adalah:

1. Menambah pengetahuan akademis tentang aplikasi *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam konteks perbankan, serta memperluas literatur yang ada.
2. memberikan wawasan praktis tentang bagaimana bank dapat menggunakan *Blue Ocean Strategy* untuk menciptakan peluang baru dan menghindari persaingan langsung, serta bagaimana *Red Ocean Strategy* dapat dioptimalkan untuk bersaing secara efektif di pasar yang jenuh.

3. Dapat memberikan wacana strategis yang lebih luas bagi bank untuk menghadapi persaingan dimasa depan dan meningkatkan kesuksesan operasionalnya.
4. Memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana bank dapat menghadapi persaingan dengan strategi yang tepat, sehingga dapat meningkatkan posisi dan reputasi bank dalam industri perbankan.

### G. Penelitian Terdahulu


Setelah melakukan penelitian dari berbagai sumber, akhirnya penulis menemukan beberapa penelitian yang menjadi pembanding dan acuan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan penulis tidak sama atau menghindari anggapan adanya tindakan plagiarisme. Adapun judul yang dianggap mempunyai keterkaitan yang akan diteliti oleh penulis, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun	Ringkasan
1.	Samrin&Irawa “Analisis Blue Ocean Strategy bagi industri kerajinan di kota Tanjung Balai” Tahun 2019	Tujuan penelitiannya yaitu mengetahui dan menganalisis pendekatan metode Blue Oceans Strategy untuk meningkatkan pengembangan strategi bagi Industri Kecil Menengah kerajinan kulit kerang. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan melalui pendekatan postpositivisme research yaitu penelitian bersifat kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis perbandingan dalam penerapan red ocean strategy dan blue ocean strategy dilihat dengan menggunakan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-



		<p>ciptakan, kanvas strategi dan indeks samudera biru. Persamaanya yaitu penelitian ini sama sama membahas tentang Strategi Blue Ocean. Perbedaanya yaitu penelitian ini lebih fokus meneliti industri kerajinan tidak berfokus pada perbankan.</p>
2.	<p>Nelly, Inestasya Br Sembiring, Alfisyah Valentino, Sonja Andarini, Indah Respati Kusumasari. <b>“literature review: analisis penerapan Blue Ocean Strategy dan Red Ocean Strategy dalam persaingan Bisnis”</b> Tahun 2024</p>	<p>Tujuan penelitiannya yaitu untuk menganalisis penerapan Blue Ocean Strategy dan Red Ocean Strategy dalam persaingan Bisnis. Penulisan karya ini menggunakan metode penulisan Literature Review. Hasil penelitian ini adalah potensi strategi ini untuk meningkatkan daya saing bisnis dan posisi pasar. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang Strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam Persaingan. Perbedaannya yaitu pada metode penelitiannya, peneliti ini menggunakan metode penulisan Literature Review.</p>
3.	<p>Kadek Linda Kusnita <b>“Blue Ocean Strategy di Industri Perhotelan”</b> Tahun 2019</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Harper Kuta untuk keluar dari Red Ocean. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelebihan yang dimiliki Hotel Harper Kuta, sehingga dapat memilih strategi yang sesuai dan memiliki inovasi.</p>

		<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan four framework blue ocean yang menjelaskan dari strategi yang sudah ada yang harus di kurangi dan di perbaiki. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dari masing masing narasumber. Hasil penelitian ini adalah Inovasi nilai dengan meningkatkan nilai manfaat ditempuh dengan cara memaksimalkan potensi yang sudah ada dan membangun suatu hal yang baru. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang Strategi Blue Ocean dan sama-sama meggunakan metode kualitatif. Perbedaannya yaitu peneliti ini fokus pada perhotelan bukan pada Perbankan.</p>
4.	<p>Dwi Narullia, Sheila Febriani Putri, Fitri Purnama Sari, Dhika Maha Putri, Yana Respati Dewi dan Nila Cahayati. <b>“Sosialisasi Blue Ocean Strategy dan Red Ocean Strategy Sebagai upaya meningkatkan daya saing UKM Mahasiswa di kota Malang ”</b> Tahun 2021</p>	<p>Tujuan penelitiannya adalah memberikan sosialisasi Red Ocean Strategy (ROC) dan Blue Ocean Strategy (BOC) sebagai upaya meningkatkan daya saing UKM bagi mahasiswa pelaku bisnis dan pecinta bisnis.jenis penelitian ini deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan analisis akan inovasi strategi mahasiswa pelaku bisnis yang</p>

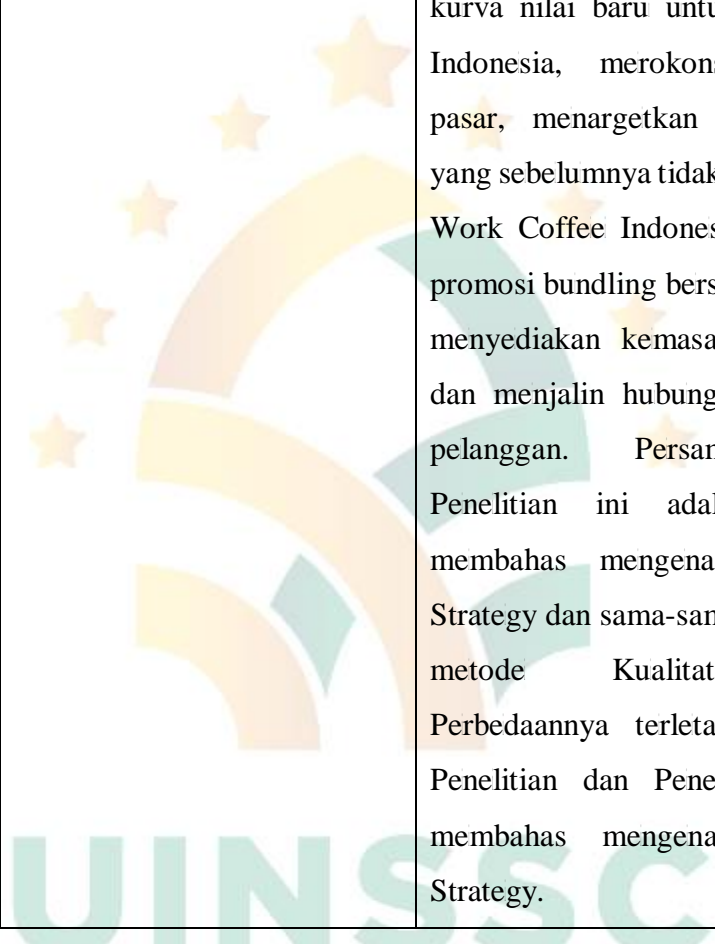
		<p>diwujudkan dalam pembuatan analisis Business Model Canvas (BMC).</p> <p>Persamaanya yaitu sama-sama membahas mengenai Blue ocean strategy dan red ocean strategy, adapun perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian dan tujuan penelitiannya.</p>
5.	<p>Imam F. Arief. <b>“Perumusan Strategi dengan pendekatan Blue Ocean Strategy pada PT Alpha Beta (ABC)”</b> Tahun 2021</p>	<p>Tujuan penelitian adalah merancang dan merumuskan strategi alternatif dengan menggunakan pendekatan Blue Ocean Strategy untuk PT Alpha Beta Charlie untuk menjaga kestabilan kegiatan operasional guna mencapai visi dan misi perusahaan. jenis penelitian deskriptif berupa rancangan strategik dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini bahwa seluruh item pada Proposed Strategy berhasil memenuhi kriteria untuk dikatakan sebagai Blue Ocean Strategy. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang Strategi Blue Ocean. Perbedaanya yaitu Pada lokasi Penelitiannya dan pada tujuan penelitiannya.</p>
6.	<p>Rina Kurniawati. <b>“Strategi Pengembangan Objek Wisata Karacak Valley</b></p>	<p>Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa yang menjadi suatu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman objek wisata karacak valley</p>

	<p><b>Berbasis Blue Ocean Strategy” Tahun 2022</b></p>	<p>dan merekomendasikan strategi pengembangan yang harus dilakukan untuk meningkatkan keberhasilan objek wisata karacak valley. Penelitian ini menerapkan Analisis SWOT dan Blue Ocean Strategy, untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats), untuk diidentifikasi potensial dari dalam dan luar yang dimiliki objek wisata. Hasil dari penelitian ini mendapatkan strategi pengembangan Blue Ocean Strategy, dimana Karacak Valley dapat mengembangkan objek wisata agar keluar dari Red Ocean Strategy, yaitu dengan meningkatkan sajian kualitas objek wisata, meningkatkan kebersihan lingkungan, meningkatkan pelayanan, keamanan, dan meningkatkan akses agar mudah dijangkau. Peirsamaanya yaitu sama-sama meimbahas teintang Strateigi Bluiei Oceian. Peirbeidaannya yaitu pada Lokasi peineilitiannya dan Peineilitian ini tidak meimbahas teintang Reid Oceian Strateigy.</p>
7.	<p>Adista Bella Nur Rohmah, Renda Aprilia Putri, Ratih Pratiwi, Bima Hermastho.</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan metode blue ocean strategy</p>

<p><b>“Pendekatan Blue Ocean Strategi Dalam Persaingan Bisnis di Kota Semarang ( Studi Empiris : Soto Sawah Mbak Tutik )” Tahun 2024</b></p>	<p>dengan menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran di soto sawah mbak tutik kecamatan mijen, semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana data-data dan informasi ini diperoleh dari wawancara (interview), observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa soto sawah mbak tutik ini menciptakan pasar baru dengan memanfaatkan lahan yang ada, mengembangkan produktifitas warga sekitar, menjadikan media sosial sebagai platform promosi yang menarik untuk menjangkau masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan penjualan, menciptakan tempat yang tidak hanya menyediakan soto tetapi juga view yang indah dan lahan bermain seperti ayunan, taman mini, dan kereta andong. Persamaanya yaitu sama-sama membahas tentang strategi Blue Ocean dalam menghadapi persaingan dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Adapun Perbedaannya yaitu penelitian tersebut tidak membahas tentang Strategi Blue Ocean dan Lokasi penelitiannya pun berbeda.</p>
--	--

8.	<p>Dharma Indra Asmara. <b>“Rancangan Penerapan Strategi Bisnis dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy (Study Kasus Siomay Kang Indra)”</b> Tahun 2021</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan strategi bisnis dengan pendekatan Blue Ocean Strategy menggunakan diagram analisis SWOT. Metode yang digunakan yaitu dengan cara Penelitian Lapangan, Metode Wawancara, Kuesioner, Studi Pustaka. Hasil dari Penelitian ini adalah Pada usaha Siomay Kang Indra kekuatan yang paling menonjol adalah dari variasi produk, kualitas produk, keramahan pelayanan dan juga kenyamanan tempat. Sedangkan untuk kelemahan usaha Siomay Kang Indra terletak pada harga, ciri khas produk, branding perusahaan, ketersediaan kapasitas, kebersihan, kecepatan respon, promosi yang diberikan, kemudahan transaksi. Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang Analisis penerapan Blue Ocean Strategy. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut tidak meneliti tentang Red Ocean, adapun perbedaan yang lain itu pada lokasi Penelitiannya.</p>
9.	<p>Adiguna Sasama Wahyu Utama, Ika Rachmawati, Hindra Kurniawan. <b>“Blue Ocean Strategy untuk Pemasaran Produk Nasi Goreng Warung Al karim di</b></p>	<p>Penelitian menggunakan data primer yang bersifat kuantitatif dari 50 orang responden yang berdomisili di wilayah Kota maupun Kabupaten Blitar. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar survei kepada</p>

	<p><b>Blitar Menggunakan Pendekatan Bauran Pemasaran 4P” Tahun 2023</b></p>	<p>responden. Preferensi konsumen diukur berdasarkan elemen – elemen yang ada dalam bauran pemasaran. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu statistik deskriptif. hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa blue ocean strategy dapat dilakukan dengan memberikan variasi menu nasi goreng yang sesuai dengan preferensi konsumen. Preferensi konsumen di wilayah Blitar adalah produk nasi goreng yang variatif, berkualitas, dan mereka bersedia membayar dengan harga yang lebih mahal daripada harga yang ada di pasar saat ini. Persamaan dengan Penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai Blue Ocean Strategy. Adapun Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya.</p>
10.	<p>Yaziz dan Tuffahati Idlal. <b>“Rancangan Blue Ocean Strategy terhadap Work Coffe Indonesia-Bandung” Tahun 2021</b></p>	<p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi secara langsung di Work Coffee Indonesia. Analisis data menggunakan PESTEL, Five Forces, SWOT Matrix dan Blue Ocean Strategy. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan alat</p>

		<p>analisis Blue Ocean Strategy dengan kerangka kerja enam jalan, kanvas strategi, kerangka kerja empat langkah, merkonstruksi batasan pasar, dan tiga tingkatan non konsumen menghasilkan kurva nilai baru untuk Work Coffee Indonesia, merokonstruksi batasan pasar, menargetkan non konsumen yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh Work Coffee Indonesia, menciptakan promosi bundling bersama para tenant, menyediakan kemasan bawa pulang dan menjalin hubungan dengan para pelanggan. Persamaan dengan Penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai Blue Ocean Strategy dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif. Adapun Perbedaannya terletak pada Lokasi Penelitian dan Penelitian ini tidak membahas mengenai Red Ocean Strategy.</p>
--	---	---

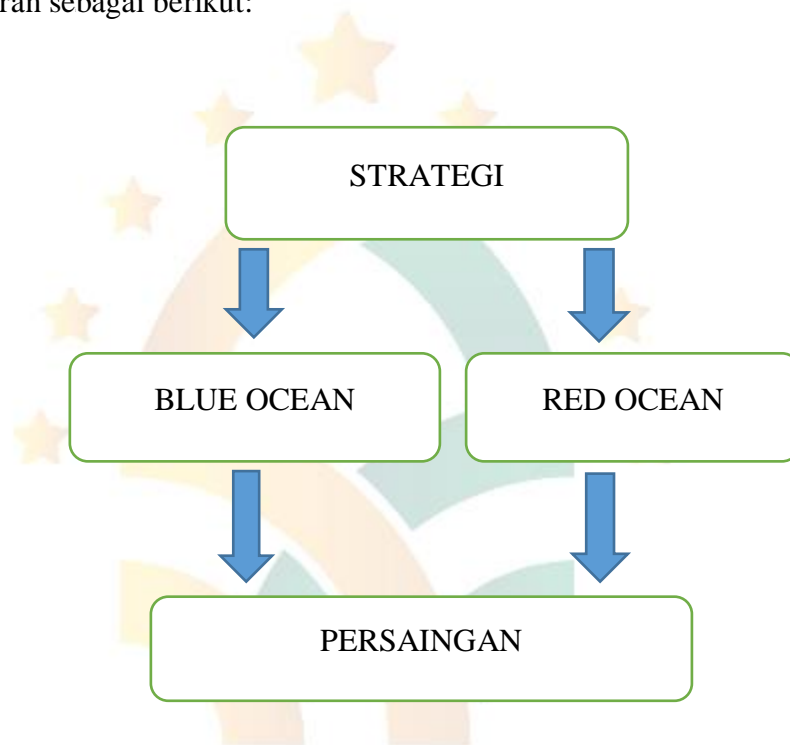
#### H. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Penelitian Terdahulu yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti mengidentifikasi bahwa pada dasarnya persaingan dalam sektor Perbankan Syariah membutuhkan Strategi Blue Ocean dan Red Ocean agar memperoleh keseimbangan yang optimal dalam pertumbuhan dan keberlangsungan. Bank yang mampu menggabungkan elemen strategi Blue Ocean, seperti inovasi layanan yang memikat segmen pasar baru, dengan elemen strategi Red Ocean, seperti peningkatan layanan pelanggan dan efisiensi biaya



dalam pasar yang kompetitif, akan menemukan keseimbangan yang optimal antara pertumbuhan yang berkelanjutan dan manajemen risiko. Strategi gabungan ini memungkinkan bank untuk memanfaatkan peluang baru sambil tetap mempertahankan daya saing di pasar yang sudah ada.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat mengambil suatu kerangka Pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.1 Skema Kerangka Berfikir

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara

holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah(Kusumastuti & Khoiron, 2019).

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu. Tujuannya untuk menganalisis atau mempelajari penerapan Strategi Blue ocean dan Red ocean dalam menghadapi persaingan, yang dilakukan secara langsung sesuai seperti yang dilakukan di lapangan.

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat, penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan menyajikan tentang gambaran yang lengkap terkait setting sosial atau penelitian yang dilakukan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena atau kejadian sosial, yaitu dengan cara melakukan gambaran terhadap variabel yang berkaitan dengan masalah atau unit yang diteliti terhadap fenomena yang diuji(Roosinda et al., 2021).

Maka dengan demikian penelitian yang peneliti laksanakan merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu untuk mengeksplorasi suatu fenomena dimana fenomena tersebut mengenai penerapan strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam menghadapi persaingan.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek di mana data diperoleh. Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder(Riasari, 2020)

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data-data utama yang didapatkan dari subjek penelitian secara langsung atau dari tangan pertama. Data primer ini berupa data-data yang otentik, objektif, reliabel, karena data tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk memecahkan suatu

permasalahan. Data primer ini biasanya berupa hasil wawancara dengan subjek, hasil angket, hasil tes dan sebagainya (Nasution, 2023)

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara langsung dengan beberapa pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu.

b. Sumber Data Sekunder

Data penelitian sekunder merupakan data-data yang bukan didapatkan atau diperoleh dari subjek penelitian atau sumber pertama yang digunakan untuk penelitian. Data sekunder ini bersifat pelengkap dan penguat dari data primer (Nasution, 2023)

Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan-laporan dari penelitian terdahulu yang membicarakan mengenai topik penelitian yang dilakukan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif merujuk pada teknik atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode ini dirancang untuk memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam serta memperkaya wawasan dan pengalaman. Adapun teknik pengumpulan data yang umum digunakan yaitu wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi (Nartin et al., 2024).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

a. Wawancara

Wawancara melibatkan interaksi langsung anatar peneliti dengan partisipan penelitian, wawancara dapat bersifat terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur, tergantung pada tingkat kebebasan yang diberikan kepada responden untuk menjawab pertanyaan. Wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan wawasan mendalam tentang pandangan, pengalaman dan persepsi partisipan (Nartin et al., 2024)

Wawancara terstruktur/terpimpin artinya pewawancara telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sekaligus alternatif jawaban telah disediakan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur/bebas

artinya pewawancara bebas untuk menanyakan apa saja kepada narasumber, tetapi tetap mengingat data apa yang akan dikumpulkan. Dalam hal ini narasumber berhak untuk menjawab sesuai dengan pikiran dan pendapatnya. Wawancara semi terstruktur/bebas terpimpin artinya kombinasi antara wawancara terstruktur/terpimpin dengan wawancara tidak terstruktur/bebas(Sarwono, 2006).

Pada penelitian ini jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur yang dimana wawancara ini akan ada beberapa pertanyaan yang sudah ditentukan sebelumnya, sedangkan pertanyaan lainnya belum direncanakan. Adapun subjek dari wawancara yang dilakukan ini adalah beberapa pegawai Bank Syariah KCP Indramayu yang memiliki kategori untuk mewakili.

b. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan langsung oleh peneliti terhadap perilaku, interaksi atau situasi tertentu yang relevan dalam penelitian. Observasi dapat dilakukan dalam lingkungan alami subjek (observasi lapangan) atau dalam konteks yang telah dirancang secara khusus (observasi eksperimental). observasi memungkinkan peneliti memahami konteks sosial dan budaya dimana fenomena terjadi(Nartin et al., 2024)

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengamati secara langsung dengan sumber informasi terkait tentang objek penelitian, perihal bagaimana penerapan Strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam menghadapi persaingan.

c. Analisis Dokumen

Melibatkan analisis dokumen dan materi tertulis lainnya seperti catatan, laporan, memo, dan arsip. Dokumen yang dianalisis bisa dari berbagai sumber, termasuk media cetak, online, atau arsip organisasi. Analisis dokumen dapat membantu peneliti memahami isu-isu, tren, atau pola yang muncul dari materi yang ada(Nartin et al., 2024)

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah peneliti kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai materi-materi yang ada dan untuk memungkinkan peneliti menyajikan apa yang sudah peneliti temukan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Dimulai dari pengumpulan data hingga tahap penulisan laporan (Khilmiyah, 2016).

Adapun teknik analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Peneliti mencatat semua data secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan.

b. Reduksi data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan penransformasian "data mentah" yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Data kualitatif dapat direduksi dan ditransformasikan dalam banyak cara, yaitu; melalui seleksi halus, melalui rangkuman atau parafase, melalui menjadikannya bagian dalam suatu pola yang besar, dan seterusnya (Subadi, 2006)

c. Penyajian data

Langkah selanjutnya setelah melakukan reduksi data yaitu penyajian data, teknik penyajian data dalam berbagai bentuk seperti tabel, grafik dan sejenisnya. Lebih dari itu, penyajian data dapat juga berupa uraian dan pemaparan singkat, hubungan antara kategori dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif, biasanya penyajian data menggunakan teks yang berupa naratif. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. (Rukhmana et al., 2022)

d. Pengambilan kesimpulan dan verifikasi

Langkah selanjutnya yaitu penarikan dan verifikasi kesimpulan. Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir dalam rangkaian

analisis data kualitatif. Kesimpulan menjurus pada jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Data penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai suatu penelitian ilmiah perlu adanya pengujian keabsahan data (Sidiq & choiri, 2019). Analisis keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), *confirmability* (obyektivitas) (Aryanti et al., 2023). Untuk memeriksa keabsahan data mengenai “Analisis Penerapan Strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam menghadapi persaingan pada Bank Syariah Indonesia” oleh karena itu peneliti menggunakan beberapa teknik analisis data. Adapun teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Uji Kredibilitas (*credibility*)

Dalam penelitian kualitatif, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, Triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check (Hasan et al., 2023). Namun, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara yang dilakukan untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian sebagai berikut;

#### 1) Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

##### a) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh

melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data tentang “Analisis Penerapan *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* dalam menghadapi Persaingan Pada Bank BSI KCP Indramayu” maka pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada karyawan BSI KCP Indramayu sebagai informan. Data dari sumber tersebut akan dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data tersebut.

b) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumen pendukung terhadap informan.

2) Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Untuk itu dalam penyusunan skripsi, peneliti menyertakan foto atau dokumen autentik sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya.

3) Mengadakan *member check*

*Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data itu pertanda data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Pelaksanaan *member check* dapat dilakukan setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan. Dalam penelitian ini *member check* dilakukan dengan forum diskusi kelompok. Dalam diskusi kelompok peneliti menyampaikan temuan kepada sekelompok pemberi data. Dalam diskusi kelompok tersebut mungkin terjadi pengurangan, penambahan dan kesepakatan data.

b. Uji *Dependability*

Dalam penelitian kuantitatif, *Dependability* disebut sebagai reliabilitas. Suatu penelitian yang reliabel adalah apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dalam penelitian ini *dependability* dilakukan oleh auditor yang independen atau dosen pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.

c. Uji *Konfirmability*

Konfirmabilitas merupakan proses dari kriteria pemeriksaan, yaitu langkah apa saja yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan konfirmasi hasil temuannya (Nasution, 2023). Dalam penelitian ini, dalam menguji konfirmabilitas yang dilakukan peneliti, peneliti melakukan konfirmasi ulang kepada pihak tempat penelitian dilakukan untuk memastikan apakah penelitian ini sudah sesuai atau belum.

## J. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi laporan penelitian dari awal sampai akhir, maka penulis membuat sistematika penulisannya sebagaimana uraian berikut ini :

### **BAB I Pendahuluan:**

Pada bab ini meguraikan penjelasan mengenai Pendahuluan mencakup bahasan Latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematis penulisan.

### **BAB II Kajian Teori:**

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai teori dasar yang mendasari analisis penerapan Strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam menghadapi persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu.

### **BAB III Deskripsi Objek Penelitian:**



Pada bab ini membahas mengenai Profile Bank Syariah Indonesia, Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia, Struktur Organisasi, Produk-produk Bank Syariah Indonesia.

#### **BAB IV Hasil dan Pembahasan:**

Pada bab ini Mengkaji tentang hasil analisis penerapan strategi Blue Ocean dan Red Ocean dalam menghadapi persaingan pada Bank BSI KCP Indramayu.

#### **BAB V KESIMPULAN:**

Pada bab ini akan dibahas mengenai penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Kesimpulan adalah rangkuman jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Di sisi lain, bagian pemberian saran berisi rekomendasi dari penulis mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang telah diperoleh. Saran ditunjukkan pada lembaga terkait, pembaca, atau peneliti selanjutnya.



**UINSSC**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON