



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**EKSPLORASI *BLUE OCEAN STRATEGY*
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENGUNJUNG
(STUDI KASUS: MALL XYZ)**



TRIANIKA PUTRI RAHMAWATI

NIM: 2105421059

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN JURUSAN
ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

TRIANIKA PUTRI RAHMAWATI. Eksplorasi *Blue Ocean Strategy* dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung (Studi Kasus: Mall XYZ). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi penerapan strategi *Blue Ocean Strategy* (BOS) dengan menggunakan kerangka kerja ERRC (*Eliminate-Reduce-Raise-Create*) dalam meningkatkan daya tarik pengunjung di Mall XYZ. Pada persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi, strategi diferensiasi menjadi sangat penting bagi pusat perbelanjaan untuk tetap relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam kepada manajemen mall, tenan, dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BOS dapat membantu Mall XYZ menciptakan ruang pasar baru yang belum tergarap, mengurangi ketergantungan pada persaingan langsung dengan mall pesaing, dan meningkatkan daya tarik pengunjung melalui inovasi yang relevan. Elemen-elemen yang perlu dihilangkan dari Mall XYZ meliputi tenan yang tidak relevan dengan kebutuhan pengunjung serta fasilitas yang kurang menarik. Elemen yang perlu dikurangi termasuk area yang tidak nyaman dan frekuensi promosi fisik yang sudah tidak efektif. Peningkatan pelayanan, kenyamanan, dan kualitas acara adalah hal yang perlu ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Sementara itu, elemen-elemen yang perlu diciptakan adalah ruang kerja atau *co-working space*, toko buku, serta ruang interaktif yang *instagramable* yang akan menarik pengunjung dari kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Oleh karena itu, dalam menerapkan strategi ini, Mall XYZ diharapkan dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi *lifestyle* yang lebih dari sekadar pusat perbelanjaan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi bisnis pusat perbelanjaan dengan fokus pada penciptaan nilai baru dan pengalaman unik bagi pengunjung, serta dapat menjadi referensi bagi pengelola mall lainnya dalam merumuskan strategi yang lebih inovatif dan menarik.

Kata Kunci: *Blue Ocean Strategy*, Daya Tarik Pengunjung, ERRC, Inovasi, Mall



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

TRIANIKA PUTRI RAHMAWATI. *Exploration of Blue Ocean Strategy in Increasing Visitor Attraction (Case Study: Mall XYZ). Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2025.*

This research aims to identify and analyze the potential implementation of the Blue Ocean Strategy (BOS) using the ERRC (Eliminate-Reduce-Raise-Create) framework to increase the attractiveness of visitors to Mall XYZ. In facing intense competition and changing consumer behavior post-pandemic, differentiation strategies are essential for shopping malls to stay relevant. This research uses a qualitative approach with in-depth interviews with mall management, tenants, and visitors. The findings show that the implementation of BOS can help Mall XYZ create an untapped market, reduce reliance on direct competition with rival malls, and enhance visitor attraction through relevant innovations. Elements that need to be eliminated from Mall XYZ include tenants that are irrelevant to visitor needs and unattractive facilities. Elements to be reduced include uncomfortable areas and the frequency of physical promotions that have become ineffective. Improving service, comfort, and event quality are areas that need to be enhanced to create a better shopping experience. Meanwhile, elements to be created include co-working spaces, bookstores, and interactive instagramable spaces, which will attract visitors from the student and young professional segments. By applying this strategy, Mall XYZ is expected to strengthen its position as a lifestyle destination beyond just a shopping mall. This research contributes to the development of business strategies for shopping malls with a focus on creating new value and unique experiences for visitors and can serve as a reference for other mall managers in formulating more innovative and attractive strategies.

Keywords: Blue Ocean Strategy, Visitor Attraction, ERRC, Innovation, Mall



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Kerangka Teori	7
2.1.1 Strategi Bisnis	7
2.1.2 Blue Ocean Strategy	9
2.1.3 Daya Tarik Pengunjung pada Pusat Perbelanjaan	13
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	17
2.3 Deskripsi Konseptual/Kerangka Konseptual.....	23
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	23
2.3.1 Hubungan antara BOS dan Daya Tarik Pengunjung	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.2 Kerangka Penelitian.....	25
3.3 Metode Penelitian	27



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4 Fokus Penelitian	27
3.5 Informan Penelitian	28
3.6 Jenis dan Sumber Data	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	30
3.8 Instrumen Penelitian	31
3.9 Teknik Analisis Data	32
3.10 Uji Keabsahan Data	33
BAB 4 PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	34
4.2 Hasil Analisis Data	38
4.2.1 Elemen Yang Dihilangkan	39
4.2.2 Elemen Yang Dikurangi	41
4.2.3 Elemen Yang Ditingkatkan	43
4.2.4 Elemen Yang Diciptakan	47
4.3 Pembahasan	51
4.3.1 Daya Tarik Pengunjung pada Mall XYZ	51
4.3.1 <i>ERRC Grid</i> Mall XYZ	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jarak Mall di Depok dengan Stasiun Terdekat	2
Tabel 1.2 Jarak Mall di Depok dengan Institusi Perguruan Tinggi Terdekat	2
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	25
Tabel 4.1 Hasil Rekapitulasi Data Wawancara Pengunjung.....	34
Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Data Wawancara Tenan.....	36
Tabel 4.3 Hasil Rekapitulasi Data Wawancara Pihak Mal	37
Tabel 4.4 <i>ERRC Grid Mall XYZ</i>	58

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google Trends Mall XYZ, Mall A, Mall B, Mall C, dan Mall D Tahun 2015-2025.....	1
Gambar 1.2 Google Trends Mall XYZ Tahun 2015-2025.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 2.2 Hubungan antara BOS dan Daya Tarik Pengunjung.....	24
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4.1 Triangulasi Sumber	38
Gambar 4.2 <i>Summary Word Frequency</i> Elemen Dihilangkan.....	39
Gambar 4.3 Hasil <i>Word Cloud</i> Nvivo Untuk Elemen Yang Dihilangkan	40
Gambar 4.4 <i>Summary Word Frequency</i> Elemen Dikurangi	41
Gambar 4.5 Hasil <i>Word Cloud</i> Nvivo Untuk Elemen Yang Dikurangi.....	42
Gambar 4.6 <i>Summary Word Frequency</i> Elemen Ditingkatkan.....	44
Gambar 4.7 Hasil <i>Word Cloud</i> Nvivo Untuk Elemen Yang Ditingkatkan	44
Gambar 4.8 <i>Summary Word Frequency</i> Elemen Diciptakan	48
Gambar 4.9 Hasil <i>Word Cloud</i> Nvivo Untuk Elemen Yang Diciptakan	49
Gambar 4.10 Promosi Mall XYZ untuk Tenan.....	55

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Manajemen Mall XYZ.....	65
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Tenan Mall.....	67
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Pengunjung Mall.....	69
Lampiran 4 Pedoman Studi Dokumentasi.....	71
Lampiran 5 CV Penulis.....	72



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

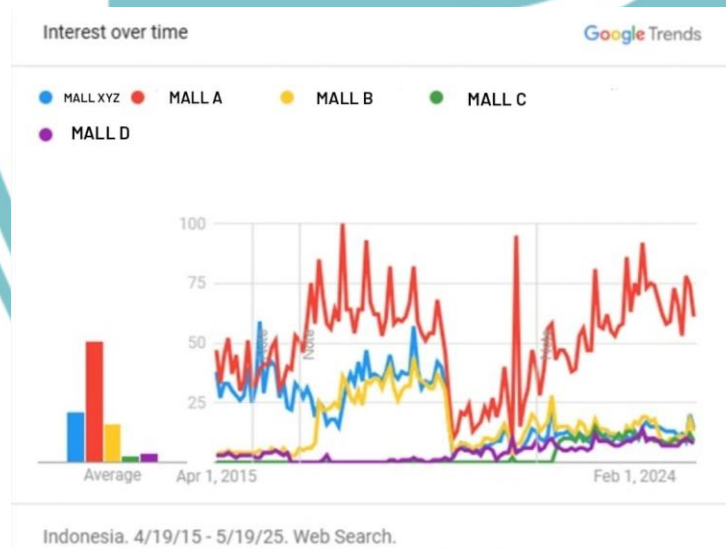
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada satu dekade terakhir, pusat perbelanjaan atau mall di Kota Depok mengalami berbagai tantangan seiring perubahan pola konsumsi masyarakat. Gaya belanja konsumen saat ini tidak lagi berorientasi hanya pada kebutuhan fungsional atau transaksi jual-beli, namun juga semakin menuntut pengalaman yang menyenangkan, kenyamanan, serta konsep ruang yang atraktif. Hal ini membuat banyak mall perlu bertransformasi dari sekadar pusat perbelanjaan menjadi *lifestyle hub* yang dapat menggabungkan fungsi komersial, hiburan, dan sosial.

Akan tetapi, laju transformasi tersebut tidak semua pusat perbelanjaan mampu mengikutinya. Pandemi COVID-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 memperparah kondisi ini. Mobilitas masyarakat yang dibatasi serta meningkatnya adaptasi terhadap *e-commerce* membuat banyak mall mengalami penurunan jumlah pengunjung secara drastis termasuk di Kota Depok.



Gambar 1.1 Google Trends Mall XYZ, Mall A, Mall B, Mall C, dan Mall D Tahun 2015-2025

Sumber: <https://trends.google.com/> , 2025

Berdasarkan gambar 1.1 terkait dengan Google Trends yang menunjukkan pencarian masyarakat di Google dari tahun 2015 hingga 2025 bahwa adanya tren

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penurunan minat yang signifikan terhadap lima mall utama di Kota Depok, yaitu di Mall XYZ, Mall A, Mall B, Mall C, dan Mall D. Penurunan ini menjadi menunjukkan pusat perbelanjaan menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya tariknya di tengah perubahan preferensi, perilaku konsumen, dan pemulihan pasca pandemi.

Kelima mall utama di Kota Depok, yaitu di XYZ, Mall A, Mall B, Mall C, dan Mall D memiliki keunggulan dari sisi aksesibilitas terhadap stasiun kereta api sebagai jalur transportasi bagi masyarakat umum. Berikut ini adalah tabel perbandingan jarak mall terhadap stasiun kereta terdekat dengan berjalan kaki berdasarkan data dari Google Maps.

Tabel 1.1 Jarak Mall di Depok dengan Stasiun Terdekat

Nama Mall	Stasiun Terdekat	Jarak ke Stasiun
Mall XYZ	Stasiun Pondok Cina	±850 m
Mall A	Stasiun Pondok Cina	±850 m
Mall B	Stasiun Depok Baru	±850 m
Mall C	Stasiun Depok Baru	±3.4 km
Mall D	Stasiun Depok Baru	±400 m

Sumber: Google Maps, 2025

Selain mempertimbangkan aksesibilitasnya, keberadaan institusi pendidikan tinggi di sekitar mall juga menjadi faktor yang memengaruhi potensi pasar pusat perbelanjaan. Keberadaan mahasiswa dalam jumlah besar dapat menjadi pasar yang potensial apabila dikelola secara tepat. Berikut ini adalah tabel jarak tempuh dengan berjalan kaki dari lima mall utama di Depok ke empat institusi pendidikan tinggi terdekat berdasarkan data dari Google Maps.

Tabel 1.2 Jarak Mall di Depok dengan Institusi Perguruan Tinggi Terdekat

Mall	Universitas Indonesia (UI)	Universitas Gunadarma	Politeknik Negeri Jakarta (PNJ)	Universitas Bina Sarana Informatika (BSI)
Mall XYZ	±1.5 km	±3.1 km	±2.3 km	±1.9 km
Mall A	±1.5 km	±3 km	±2.4 km	±1.9 km
Mall B	±3 km	±4.6 km	±2.9 km	±3.5 km
Mall C	±3.1 km	±4.1 km	±3.2 km	±3.6 km
Mall D	±3.8 km	±5.5 km	±3.7 km	±4.3 km

Sumber: Google Maps, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 terkait aksesibilitas dari stasiun dan jarak dari empat institusi pendidikan tinggi terdekat terhadap lima pusat perbelanjaan utama di Kota Depok memiliki kombinasi keunggulan aksesibilitas dan potensi pasar yang paling menjanjikan. Pada sisi aksesibilitas, Mall XYZ berada dalam

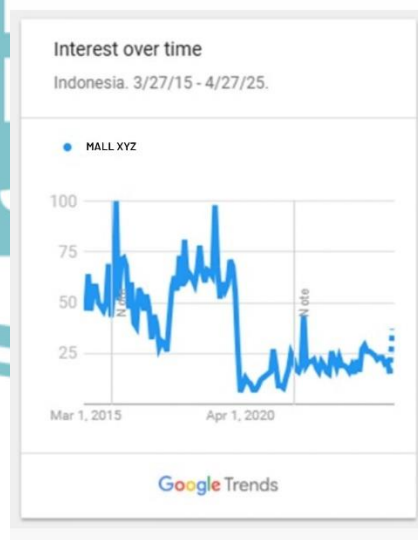


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

jarak yang dekat dengan Stasiun Pondok Cina, yaitu sekitar ± 850 meter yang menjadikannya mudah dijangkau oleh pengguna transportasi publik, khususnya mahasiswa dan masyarakat umum. Selain itu, Mall XYZ juga berlokasi cukup dekat dengan Universitas Indonesia (1,5 km) dan cukup dekat dengan kampus-kampus lainnya seperti Universitas Gunadarma (3,1 km), Politeknik Negeri Jakarta (2,3 km), dan Universitas Bina Sarana Informatika (1,9 km) berdasarkan data Google Maps. Keberadaan empat institusi pendidikan tinggi tersebut mengindikasikan adanya potensi pasar mahasiswa yang besar.

Walaupun Mall A juga unggul secara jarak terhadap kampus dan aksesibilitas, namun mall tersebut telah memiliki *positioning* pasar yang relatif stabil dan trafik pengunjung yang tinggi. Sementara itu, jarak dengan stasiun untuk aksesibilitas mall seperti Mall B, Mall D, dan Mall XYZ memiliki jarak yang hampir sama. Namun, Mall XYZ pada segi jarak dengan kampus terdekat di daerah Depok masih mempunyai keunggulan dengan mall yang setaranya. Meskipun begitu, kondisi Mall XYZ belum meningkat signifikan dibandingkan dengan sebelum pandemi terjadi. Hal ini dibuktikan dari data Google Trends pada gambar 1.2 untuk kata kunci "Mall XYZ".



Gambar 1.2 Google Trends Mall XYZ Tahun 2015-2025

Sumber: <https://trends.google.com/> , 2025

Gambar 1.2 menggambarkan tren minat terhadap Mall XYZ atau yang dikenal sebagai kata kunci "Mall XYZ", berlokasi di Indonesia dari Maret 2015

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

hingga April 2025 berdasarkan data yang diambil dari Google Trends. Terdapat penurunan signifikan yang terjadi pada sekitar tahun 2020 karena terjadi pandemi Covid. Namun, setelah pandemi, terlihat adanya upaya untuk pemulihan yang tercermin dalam sedikit peningkatan minat pada tahun 2023 dan seterusnya.

Upaya untuk menghadapi tekanan persaingan yang semakin ketat serta perubahan perilaku konsumen pascapandemi, strategi diferensiasi menjadi sangat penting bagi keberlangsungan Mall XYZ. Salah satu pendekatan strategis yang relevan adalah *Blue Ocean Strategy* (BOS) yang dikembangkan oleh W. Chan Kim dan Renée Mauborgne. BOS menekankan pada penciptaan ruang pasar baru (*uncontested market space*) yang memungkinkan bisnis keluar dari persaingan langsung dan menciptakan nilai inovatif yang belum ditawarkan pesaing.

Penelitian ini dibatasi pada analisis strategi pengembangan bisnis Mall XYZ dengan menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* (BOS) dalam penciptaan nilai baru yang belum tergarap untuk meningkatkan daya saing Mall XYZ di tengah perubahan perilaku konsumen dan ketatnya persaingan dengan pusat perbelanjaan lain. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis operasional manajemen Mall XYZ secara mendalam, seperti keuangan internal, struktur organisasi, atau kebijakan investasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Four Action Framework* yang digunakan untuk mendukung perumusan strategi berbasis BOS. Penelitian dilakukan berdasarkan kondisi mal terkini di wilayah Depok. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas Penulis menuangkan ide topik penelitian yang berjudul *Eksplorasi Blue Ocean Strategy dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung (Studi Kasus: Mall XYZ)*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas dapat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Pola konsumsi masyarakat bergeser ke arah pengalaman belanja yang menyenangkan dan menuntut mall menjadi *lifestyle hub*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Sejak pandemi COVID-19 dan maraknya *e-commerce* menyebabkan penurunan drastis pengunjung Mall XYZ.
- c. Tidak adanya konsep bisnis yang berbeda dan menarik membuat Mall XYZ sulit bersaing dengan pusat perbelanjaan lain.
- d. Potensi pasar mahasiswa di sekitar Mall XYZ belum dimanfaatkan secara maksimal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu Bagaimana potensi strategi *Blue Ocean Strategy* dengan kerangka kerja ERRC (*Eliminate-Reduce-Raise-Create*) dapat meningkatkan daya tarik pengunjung di Mall XYZ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu mengidentifikasi dan menganalisis potensi strategi *Blue Ocean Strategy* dengan kerangka kerja ERRC (*Eliminate-Reduce-Raise-Create*) dapat meningkatkan daya tarik pengunjung di Mall XYZ.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai proses perumusan strategi bisnis berdasarkan teori yang ada, khususnya dalam konteks pusat perbelanjaan seperti Mall XYZ. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam pengembangan strategi bisnis khususnya *Blue Ocean Strategy* sehingga menambah khasanah keilmuan dalam bidang manajemen ritel dan strategi bisnis.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Manfaat Praktis

Strategi yang dianalisis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi Mall XYZ dalam menghadapi tantangan bisnisnya, khususnya dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing di tengah persaingan industri ritel. Rekomendasi strategi ini diharapkan dapat membantu Mall XYZ menciptakan pasar baru yang lebih unik dan menarik guna menarik kembali pengunjung.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penerapan *Blue Ocean Strategy* (BOS) dengan pendekatan ERRC guna meningkatkan daya tarik pengunjung di Mall XYZ. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini dapat membantu Mall XYZ keluar dari persaingan ketat dengan mall lain dan *e-commerce*, melalui penciptaan nilai baru yang lebih relevan bagi pengunjung.

- a. Pada aspek *eliminate*, pengunjung mengungkapkan bahwa beberapa elemen perlu dihilangkan, seperti tenant yang tidak menarik, area yang tidak aktif, serta *food court* yang tidak lagi sesuai dengan tren. Langkah ini bertujuan menciptakan ruang yang lebih efisien dan menarik.
- b. Pada aspek *reduce*, hal-hal seperti suasana gelap dan sepi, serta media promosi fisik yang sudah kurang efektif, perlu dikurangi. Pengurangan juga mencakup jumlah tenant yang menjual produk serupa agar tidak menimbulkan kesan monoton.
- c. Pada aspek *raise*, aspek pelayanan, kenyamanan, dan fasilitas seperti pencahayaan dan pendingin ruangan harus ditingkatkan. Pengunjung juga menginginkan *event* yang lebih variatif dan relevan dengan minat mereka, serta adanya peningkatan keterlibatan komunitas melalui acara interaktif.
- d. Pada aspek *create*, Mall XYZ dapat menciptakan pengalaman baru dengan menghadirkan *co-working space*, toko buku, ruang santai, dan area *instagramable*. Event tematik seperti *cosplay* atau kegiatan komunitas juga dinilai mampu menarik segmen anak muda dan mahasiswa.

Pada eksplorasi strategi BOS ini, Mall XYZ berpotensi menciptakan pasar baru yang belum tergarap, memperkuat daya saing, dan membangun citra sebagai pusat *lifestyle* yang lebih dari sekadar tempat belanja. Penelitian ini memberi kontribusi strategis bagi pengelola mall, dan dapat dijadikan dasar pengembangan lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau *mixed-method* untuk mengukur dampak BOS terhadap loyalitas dan jumlah kunjungan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak pengelola Mall XYZ, pelaku usaha (tenan), serta peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

- a. Bagi pihak manajemen Mall XYZ
 - 1) Evaluasi berkala kebutuhan pengunjung dengan melakukan survei atau analisis data untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengunjung sebagai dasar perencanaan program dan layanan.
 - 2) Berkolaborasi dengan komunitas dan pihak eksternal melalui kerja sama dengan komunitas lokal, institusi pendidikan, atau pelaku industri kreatif untuk menghadirkan program yang relevan.
 - 3) Pembentukan tim inovasi internal yang fokus pada pengembangan konsep kreatif dan strategi adaptif agar mall tetap kompetitif di tengah perubahan tren.
 - 4) Pemanfaatan teknologi digital dengan media sosial dan platform digital dapat dimaksimalkan untuk promosi, manajemen tenant, serta membangun keterlibatan dengan pengunjung.
- b. Bagi tenant mall
 - 1) Tenant perlu berinovasi dalam penyajian produk dan layanan, menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah, serta mendukung program strategis mall seperti *event* komunitas, festival tematik, dan kolaborasi lintas tenant.
 - 2) Melakukan penguatan pemasaran digital untuk menarik konsumen muda yang semakin aktif menggunakan media sosial dalam memilih tempat berkunjung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya
 - 1) Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau *mixed-method* agar dapat mengukur secara lebih luas pengaruh strategi BOS terhadap peningkatan *traffic* pengunjung atau loyalitas pelanggan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 2) Perluasan objek penelitian ke mall-mall lain di kota berbeda dapat dilakukan untuk perbandingan strategi BOS antar wilayah, serta menguji efektivitas strategi BOS dalam konteks regional yang berbeda.
- 3) Menambahkan variabel lain seperti pengaruh *digital marketing*, *environmental design*, atau *community engagement* terhadap penciptaan *Blue Ocean Strategy* pada pusat perbelanjaan.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Bayhaqi, A., Silviani, A., Silviana, A., Siswanto, U., & Kartika, N. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen McDonald 's Di Surabaya*. 2(2), 315–323.
- Elvira Luthan, Muhammad Irfan, A. B. (2025). Pengaruh Strategi Bisnis dan Kinerja ESG terhadap Potensi Financial Distress pada Perusahaan di. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9, 85–99.
- Febrianti, V., & Komarudin, P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Traffic Pengunjung Pada Shopping Centre Citimall Kuala Kapuas. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(1), 59–76.
- Firdaus, I., Hidayati, R., Hamidah, R. S., Rianti, R., Cahyuni, R., & Khotimah, K. (2023). Model-Model Pengumpulan Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, Vol.1 No.2(2), 107.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Harris, F., & de Chernatony, L. (2015). *Strategic Management and Business Policy* (Vol. 35, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/03090560110382101>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Jam'an, E. R. & A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (I)*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Juliana, D., Yunita, I., Susanto, B. F., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Indragiri, U. I. (2025). Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Industri 4 . 0. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis JMEB*, 2(1).
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy*. Jakarta: Noura Books.
- Kurniadi, A. L., & Gamal, A. (2024). Revolutionizing Retail: The Exquisite Architectural Marvel of Outdoor Shopping Malls. *International Journal of Built Environment and Scientific Research*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.24853/ijbesr.8.1.35-44>
- Muliana, M., & Said, A. I. (2020). *Combine Business Model Canvas, Blue Ocean*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Strategy, and Analytical Hierarchy Process to Develop Business Model of Malkita Mall Jakarta. 149(Apmrc 2019), 284–290. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200812.050>

Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>

Novilia, M. (2023). *Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Bandeng Presto (Studi Kasus Bandeng Presto UD Putri Laut Di Kelurahan Tambakrejo, Kecamatan Gayamsari, Semarang* [Universitas Semarang]. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2019/B.131.19.0260/B.131.19.0260-15-File-Komplit-20230222111011.pdf>

Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). (2014). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.

Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis

Pratiwi, I. C. (2018). *Formulasi Strategi Pelayanan Pada Klinik Holistik Nbc Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008><http://dx.doi.org/10.1007/s00412-015-0543-8><http://dx.doi.org/10.1038/nature08473><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2009.01.007><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2012.10.008><http://dx.doi.org/10.1038/s4159>

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeshka (ed.); I). Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Syaputra, A., Ananda, M. D., Tovarel, M. J. R., Apriyanto, Y., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Studi, P., & Syariah, M. B. (2024). *Strategi inovasi dalam meningkatkan competitive advantage di era digital*. 3(2), 121–132.

Tan, J., Ardi, Juliana, S., Pramesthi, A. I., Saragih, R., & Widodo, M. (2023). *Strategi Bisnis Hypermart Di Indonesia Dalam Masa Perubahan Perilaku Konsumen Ke Online*. Business Analytics and Artificial Intelligence for Supporting Business Sustainability.

Walean, R. H., Laoh, J., & Kawuwung, L. J. (2023). Faktor-faktor Penentu Keputusan Pemilihan Shopping Malls Generasi Milenial. *SEIKO : Journal of*

Management & Business, 6(1), 356–368.

Wardhana. (2024). Pengertian Strategi dan Kebijakan dalam bisnis. In *Https://Www.Researchgate.Net/Publication/382064818* (Issue August). https://www.researchgate.net/publication/382064818_Pengertian_Strategi_Dan_Kebijakan_Dalam_Bisnis



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

