

ABSTRAK

ANALISIS PENERAPAN BISNIS MELALUI PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN PADA UMKM KULINER MAMIKEKI DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

DELIMA NURUL NISRINA

Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang sektor manufaktur dan ekonomi nasional. Sama halnya dengan Kota Bandar Lampung, potensi ekonomi yang dimiliki Bandar Lampung salah satunya terletak pada para pelaku UMKM. Perkembangan UMKM di kota Bandar Lampung terjadi cukup pesat. Terutama bisnis kuliner di Kota Bandar Lampung yang saat ini sedang digiatkan oleh banyak orang karena bisnis kuliner merupakan salah satu potensi bisnis dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah *Blue Ocean Strategy* telah diterapkan pada UMKM Pisang *Nugget* Mamikeki untuk dapat menghadapi persaingan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan Objek Penelitian UMKM Pisang *Nugget* Mamikeki di Bandar Lampung. Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, kanvas strategi, skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, dan urutan strategi atau indeks strategi Samudra Biru. Dari hasil penelitian diketahui bahwasanya UMKM Mamikeki diketahui telah menerapkan strategi samudra biru karena telah berhasil menawarkan nilai yang berbeda dari pesaingnya. Hal ini diketahui dari pada hasil penskoran pada *Blue Ocean Idea Index*. Namun masih terdapat dimensi yang dikategorikan masih di dalam *red ocean* yaitu pada dimensi harga. Beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan yaitu mengevaluasi harga atau memberikan *tagline* pada bisnis agar pembeli dapat memahami bahwasannya harga yang diberikan oleh Mamikeki sesuai dengan kualitas premium dari bahan baku yang diberikan.

Kata Kunci: UMKM, Strategi Bisnis, *Blue Ocean Strategy*

ABSTRACT

ANALYSIS OF BUSINESS IMPLEMENTATION THROUGH THE BLUE OCEAN STRATEGY APPROACH IN AN EFFORT TO FACE COMPETITION IN MAMIKEKI CULINARY SMES IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

DELIMA NURUL NISRINA

The food and beverage industry is projected to remain one of the mainstay sectors supporting the manufacturing sector and the national economy. Similar to Bandar Lampung City, one of the economic potentials owned by Bandar Lampung lies in MSME players. The development of MSME's in the city of Bandar Lampung is happening quite rapidly. Especially the culinary business in Bandar Lampung City which is currently being favored by many people because the culinary business is one of the business potentials with a high growth rate. This study aims to determine whether Blue Ocean Strategy has been applied to Mamikeki Banana Nugget MSMEs to face competition. The research method used is a qualitative research method with a descriptive approach with the Research Object of Mamikeki Banana Nugget MSMEs in Bandar Lampung. The data analysis technique was carried out by means of data reduction, strategy canvas, eliminate-reduce-increase-create scheme, and strategy sequence or Blue Ocean strategy index. From the research results, it is known that Mamikeki MSMEs are known to have implemented the blue ocean strategy because they have succeeded in offering different values from their competitors. This is known from the scoring results on the Blue Ocean Idea Index. However, there are still dimensions that are categorized as still in the red ocean, namely the price dimension. Some strategies that companies can do are evaluating prices or providing taglines on businesses so that buyers can understand the price dimension.

Keywords: *SME's, Business Strategic, Blue Ocean Strategy*