

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA BANANA LUMER BY IRAWANCHIP & KERIPIK PISANG CI'MOTDI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

Andra Iqbal Mashuri

Strategi bisnis adalah rencana perusahaan untuk mencapai tujuan, mencakup identifikasi peluang dan tantangan pasar serta pengembangan taktik untuk menghadapinya. Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah penghasil pisang terbesar, memiliki banyak perusahaan keripik pisang, sehingga persaingan industri ini semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan strategi *Blue ocean* oleh Banana Lumer by Irawanchips dan Keripik Pisang Ci'mot. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi, serta analisis menggunakan teknik reduksi data, kanvas strategi, dan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Banana Lumer by Irawanchips telah menawarkan nilai unik dibanding pesaing, tercermin dari penskoran pada *Blue ocean idea index*. Data menunjukkan respons positif terhadap kepuasan pelanggan, harga, dan biaya, meskipun ada keraguan pada dimensi pengadopsian strategi, sehingga banana lumer by irawanchip masih memerlukan peningkatan dalam pengadopsian strategi untuk mempertahankan penerapan *blue ocean strategy*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Banana Lumer telah menerapkan strategi *Blue ocean*. Sebaliknya, Keripik Pisang Ci'mot masih menawarkan nilai yang sama dengan pesaing. Responden memberikan jawaban positif hanya pada dimensi harga dan biaya, sementara untuk kepuasan pelanggan dan pengadopsian strategi terdapat respon negatif dan keraguan, Yang menunjukkan bahwa mereka masih menerapkan *Red ocean Strategy*. Oleh karena itu, Keripik Pisang Ci'mot perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dan pengadopsian strategi agar dapat bertransisi dari *Red ocean Strategy* menjadi *Blue ocean Strategy*.

Kata Kunci : Strategi Samudera Biru, Strategi Bisnis, Keripik Pisang.

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY ANALYSIS USING THE *BLUE OCEAN STRATEGY* APPROACH ON LUMER BANANA BY IRAWANCHIP & CI'MOT BANANA CHIPS IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

Andra Iqbal Mashuri

Business strategy is a company's plan to achieve goals, including identifying market opportunities and challenges and developing tactics to deal with them. Lampung Province is one of the largest banana producing areas, has many banana chip companies, so competition in this industry is getting tighter. This research aims to evaluate the implementation of the strategy *Blue ocean* by Banana Lumer by Irawanchips and Ci'mot Banana Chips. The method used is qualitative research with a descriptive approach, collecting data through interviews, observation, literature study, and documentation, as well as analysis using data reduction techniques, strategy canvas, and the eliminate-reduce-improve-create scheme. The research results show that Banana Lumer by Irawanchips has offered unique value compared to competitors, reflected in the scoring on *Blue ocean idea index*. Data shows a positive response to customer satisfaction, price and costs, although there are doubts on the dimensions of strategy adoption, so that banana melt by irawanchip still requires an increase in strategy adoption to maintain implementation *blue ocean strategy*. Thus, it can be concluded that Banana Lumer has implemented a strategy *Blue ocean*. In contrast, Ci'mot Banana Chips still offer the same value as competitors. Respondents gave positive answers only to the price and cost dimensions, while for customer satisfaction and strategy adoption there were negative responses and doubts, which shows that they are still implementing *Red ocean Strategy*. Therefore, Ci'mot Banana Chips need to increase customer satisfaction and strategy adoption in order to transition from *Red ocean Strategy* become *Blue ocean Strategy*

Keywords : *Blue ocean strategy*, Business Strategy, Banana Chips.