

Syifa Aulia Febriana Putri. 2024. *Marketing Strategy of Bananania Chips with Blue Ocean Strategy at CV. Cariza Khansa Pratama Approach in Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. Supervised by Dwi Aulia Puspitaningrum.*

ABSTRACT

This research was done at CV. Cariza Khansa Pratama which produces Bananania chips. This study aimed to (1) Identify internal and external factors that become strengths, weaknesses, opportunities, and threats in Bananania Banana Chips Business (2) Identify factors of competition in Bananania Banana Chips Business (3) Analyze the right strategic for marketing Bananania Banana Chips Business with blue ocean strategy approach. The method used for determining the location was a purposive method at CV. Cariza Khansa Pratama. The type of research was a combination of quantitative supported by qualitative with descriptive analysis. The method used for determining the internal respondents was a purposive method and external respondents used nonprobability sampling. The research data collection used direct observation, interviews, questionnaires, Forum Group Discussion (FGD) and documentation and recording. Data analysis techniques that being used were the IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, and Blue Ocean Strategy. The result of this research showed that (1) business strengths had complete business legality, business weaknesses had limited human resources, business opportunities had a high market share, and threats had unstable sales. (2) The Bananania Chip had passed the competitive factors acceptability and awareness, and there was high competition in factors affordability and accessibility. (3) Formulation of Blue Ocean Strategy by eliminating cooperation with unprofitable resellers, reducing periodic changes in packaging design, increasing business location expansion, managing social media as a marketing tool expanding collaboration with hotels, and creating product innovations in the form of banana stick chips and creating purchasing access for consumers in overseas.

Keywords: *Marketing Strategy, Blue Ocean Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix*

Syifa Aulia Febriana Putri. 2024. Strategi Pemasaran Keripik Pisang Bananania dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* di CV. Cariza Khansa Pratama di Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. Di bawah arahan Dwi Aulia Puspitaningrum.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha Keripik Pisang Bananania (2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang dijadikan kompetisi pada usaha Keripik Pisang Bananania (3) Menganalisis keputusan strategi yang tepat untuk pemasaran Keripik Pisang Bananania berdasarkan pendekatan *Blue Ocean Strategy*. Jenis penelitian ini adalah kombinasi kuantitatif yang didukung dengan kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode penentuan responden internal dilakukan secara *purposive* dan responden eksternal dengan *non probability sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, kuesioner, *Forum Group Discussion* (FGD) dan dokumentasi dan pencatatan. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan *Blue Ocean Strategy*. Hasil dari penelitian menunjukkan (1) Adanya kekuatan usaha memiliki kelengkapan legalitas usaha, kelemahan usaha sumber daya manusia terbatas, peluang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan ancaman penjualan yang tidak stabil. (2) Usaha Keripik Pisang Bananania mampu melewati faktor persaingan yaitu *Acceptability* (Akseptabilitas) dan *Awareness* (Kesadaran), serta terdapat persaingan yang ketat atau tinggi pada faktor persaingan *Affordability* (Keterjangkauan) dan *Accesibility* (Aksesibilitas). (3) Perumusan *Blue Ocean Strategy* dengan menghapuskan kerjasama dengan reseller yang tidak menguntungkan, mengurangi perubahan desain kemasan secara berkala meningkatkan perluasan lokasi usaha, pengelolaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan memperluas kerjasama dengan hotel, serta menciptakan inovasi produk berupa keripik pisang *stick* dan menciptakan akses pembelian bagi konsumen di luar negeri.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Blue Ocean Strategy*, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE