

Varka Mada Zahra. 2025. Strategi Pengembangan Pemasaran Bubur Sereal pada PT Serelia Prima Nutrisia Kabupaten Bantul. Dibimbing Oleh: Nanik Dara Senjawati

ABSTRAK

PT Serelia Prima Nutrisia merupakan sebuah usaha penyedia produk pangan sehat dengan keunikan bahan baku lokal umbi garut, namun perusahaan dihadapkan pada permasalahan sulitnya penguasaan pasar yang disebabkan oleh adanya kompetitor produk serupa. Penelitian bertujuan untuk 1)mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada PT Serelia Prima Nutrisia, 2)menganalisis alternatif strategi pemasaran bubur sereal pada PT Serelia Prima Nutrisia, 3)menganalisis dan mengambil keputusan strategi terbaik yang dapat diterapkan untuk pemasaran bubur sereal pada PT Serelia Prima Nutrisia berdasarkan pendekatan *Blue Ocean Strategy* (BOS). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data menggunakan observasi, *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara, kuisioner, studi literatur, dan dokumentasi. Metode analisis menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *External Factor Evaluation* (EFE), matriks *Internal-Eksternal* (IE), dan *Blue Ocean Strategy* (BOS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan tertinggi pada suasana kerja yang bersifat kekeluargaan yang dapat menciptakan moral tinggi. Kelemahan tertinggi pengurangan kuantitas *sales marketing* yang tidak memberikan hasil optimal. Peluang tertinggi kuatnya jaringan perusahaan dengan perguruan tinggi dan dinas pemerintahan. Ancaman tertinggi potensi kehadiran produk substitusi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Rumusan strategi dengan pendekatan *Blue Ocean Strategy* yang tepat untuk strategi pemasaran yaitu pengurangan kapasitas produksi produk selain Serelia Oriflakes, peningkatan kualitas produk dengan kemasan rapat, peningkatan frekuensi penawaran diskon, optimalisasi kampanye digital, peningkatan frekuensi *live marketing*, peningkatan promosi dengan kemasan khusus, penciptaan penyediaan produk di berbagai fasilitas kesehatan dan penyediaan fasilitas konsultasi kesehatan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, IE, *Blue Ocean Strategy*

Varka Mada Zahra.2025. *Marketing Development Strategy of Cereal Porridge at PT Serelia Prima Nutrisia, Bantul Regency. Supervised by: Nanik Dara Senjawati.*

ABSTRACT

PT Serelia Prima Nutrisia is a business that provided healthy food products made from local raw materials, specifically arrowroot. However, the company faced challenges in market dominance due to competition from similar products. This research aimed to: 1) identify internal and external factors to formulate strategies suitable for PT Serelia Prima Nutrisia's position in Bantul, (2) analyze alternative marketing strategies for its cereal porridge product and 3) analyze and determine the best strategic decisions for marketing of cereal porridge using the Blue Ocean Strategy (BOS) approach. The study used a quantitative approach with a case study method. Data collection methods included observation, Focus Group Discussions (FGD), interviews, questionnaires, literature review, and documentation. The analysis methods involved the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix, External Factor Evaluation (EFE) matrix, Internal-External (IE) matrix, and Blue Ocean Strategy (BOS). The findings showed that PT Serelia Prima Nutrisia's strength lay in its familial work environment, fostering high morale. The greatest weakness was the reduced effectiveness of sales marketing. The most significant opportunity was the company's strong network with universities and government agencies, while the main threat came from potential substitute products affecting market competition. The company's position is classified as growing and building. The Blue Ocean Strategy recommended for marketing includes reducing production capacity for non-Oriflakes cereal products, improving product quality with sealed packaging, increasing the frequency of discount offers, optimizing digital campaigns, enhancing live marketing efforts, promoting special packaging, expanding distribution to healthcare facilities, and offering health consultation services.

Keywords: Marketing Strategy, IE, Blue Ocean Strategy