

**ANALISIS PENERAPAN BLUE OCEAN STRATEGY
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA PERSAINGAN BISNIS PUPUK
(Studi Kasus PT. Inbio Tani Nusantara)**

Pedro Anggara Gandi

20612010007

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Blue Ocean Strategy* serta analisis SWOT yang diterapkan oleh perusahaan. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif. Sampel yang digunakan 100 responden yang didapat menggunakan rumus *lemeshow*. Teknik pengumpulan data yang menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif bauran pemasaran 4P, uji validitas dan reliabilitas, analisis SWOT, dan skema kerangka kerja empat langkah. Strategi 4P yang digunakan oleh perusahaan yaitu strategi produk *differentiation product*, strategi harga *competition-based pricing*, strategi promosi *advertising, personal selling, publicity, direct marketing*, strategi tempat dengan memperhatikan keamanan lingkungan. Metode uji validitas dan reliabilitas tersebut dinyatakan valid dan reliable. Metode pengujian analisis SWOT, yaitu menggunakan matriks IFAS, EFAS, diagram SWOT, dan matriks SWOT. Hasil uji matriks IFAS (2,72) dan hasil uji matriks EFAS (2,67). Berdasarkan hasil diagram SWOT perusahaan berada di kuadran 1 progresif. Dari hasil matriks SWOT strategi yang harus dipertahankan yaitu strategi SO dengan cara mempertahankan sekaligus meningkatkan mutu produk, memanfaatkan lokasi yang strategis, memaksimalkan promosi dan sosialisasi produk. Metode skema kerangka kerja empat langkah tidak ada yang perlu dihapuskan dan dikurangi, sedangkan untuk tingkatkan yaitu mengenai promosi produk, kemasan produk, dan lokasi distribusi. Sedangkan untuk ciptakan ada mengenai pupuk organik *bioinsektisida*.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, *Blue Ocean Strategy*, Meningkatkan Penjualan