

Alifiya Ainun Nisya NPM 16.03.3.1.1.00017. Strategi Pengembangan Usaha Abon Jamur CV. Ailani Food dengan Metode *Blue Ocean Strategy*. Dibawah bimbingan Dr. Moh. Fuad Fauzul M, S.TP., M.Si dan Khoirul Hidayat, ST., MT

ABSTRAK

Abon jamur adalah jenis makanan yang berbentuk serpihan dan kering, terbuat dari jamur tiram yang telah dicampur dengan bumbu dan telah melalui proses penggorengan, CV. Ailani Food merupakan salah satu usaha rumah tangga dengan produk utama yakni abon. Pendekatan strategi untuk meningkatkan daya saing industri adalah pendekatan dengan metode Blue Ocean Strategy. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di CV. Ailani Food kondisi CV. Ailani Food berdasarkan tingkat persaingan antara industri abon jamur yang ada di Kota Malang menunjukkan posisi perusahaan abon jamur CV. Ailani Food berada pada posisi kuadran III yang artinya perlu dilakukan perubahan strategi. Hasil fokus strategi yaitu meningkatkan atribut-atribut yang masih berada di bawah pesaing sehingga dapat menjauh dari zona persaingan, yaitu pada atribut kemasan produk, variasi produk, promosi dan garansi produk serta factor-faktor yang baru diciptakan yaitu pembukaan cabang penjualan di luar daerah Malang dan pemasaran melalui E-Commerce. Sedangkan berdasarkan hasil kerangka kerja empat langkah didapatkan beberapa atribut yang harus dikurangi, ditingkatkan dan diciptakan, yaitu faktor yang dihapuskan : tidak terdapat faktor yang dihapuskan, faktor yang dikurangi : harga produk, faktor yang ditingkatkan : kemasan produk, variasi produk, promosi dan garansi produk, dan faktor yang diciptakan : Pembukaan cabang penjualan di luar daerah Malang dan pemasaran produk abon jamur melalui E-Commerce.

Kata Kunci: Abon jamur, Blue ocean Strategy, SWOT

Alifiya Ainun Nisya NPM 16.03.3.1.1.00017. Mushroom Shredded Business Development Strategy CV. Ailani Food with Method *Blue Ocean Strategy*. Under the guidance of Dr. Moh. Fuad Fauzul M, S.TP., M.Si and Khoirul Hidayat, ST., MT

ABSTRACT

Shredded mushrooms are a type of food that is flaky and dry, made from oyster mushrooms mixed with spices and has gone through a frying process, CV. Ailani Food is a household business with the main product, shredded. The strategic approach to increasing industrial competitiveness is the approach with the Blue Ocean Strategy method. Based on the results of research that has been done at CV. Ailani Food condition CV. Ailani Food, based on the level of competition between the shredded mushroom industry in Malang, shows the position of the shredded mushroom company, CV. Ailani Food is in quadrant III, which means a change in strategy is necessary. The results of the strategic focus are increasing the attributes that are still below competitors so that they can move away from the competition zone, namely the attributes of product packaging, product variations, promotions and product warranties as well as the newly created factors, namely the opening of sales branches outside Malang and marketing through E-Commerce. Meanwhile, based on the results of the four-step framework, there are several attributes that must be reduced, improved and created, namely the eliminated factors: no eliminated factors, reduced factors: product prices, improved factors: product packaging, product variations, promotions and product warranties. , and the factors created: Opening sales branches outside Malang and marketing of shredded mushroom products through E-Commerce.

Keywords: *Shredded mushrooms, Blue ocean Strategy, SWOT*