

ABSTRACT

Nula Abadi is one of the business people engaged in tape production. In general, the tape is made from cassava / cassava, but Mrs. Sumiyati founder and owner of Nula Abadi did an innovation which is to make a tape based on purple yam. Therefore in order to compete and develop its business UD. Nula Abadi needs to design an appropriate competitive strategy. One strategy that can be used is the Blue Ocean Strategy. Where the strategy can create a new innovation in order to stay away from intense competition and create new market space. The purpose of this study was to determine the UD Nala Abadi's strategy in business competition in developing businesses based on the Blue Ocean Strategy. The method used is a four step framework and eliminate-reduce-raise-create scheme. The results of the study are reseller factors must be written off; the price factor must be reduced; product quality, packaging and promotion factors must be improved; the innovation factors of taste, shop, and online media must be created. The conclusion of this research is the development strategy needed for Nula Abadi, which is more focused on selling outside the city and souvenir center and always creating new innovations to meet the desires of consumers and can survive in the competitive industry.

Keywords : UD Nula Abadi, Blue Ocean Strategy

ABSTRAK

Nula Abadi salah satu pelaku bisnis yang bergerak dibidang produksi tape. Pada umumnya tape terbuat dari singkong/ubi kayu, akan tetapi Ibu Sumiyati pendiri sekaligus pemilik Nula Abadi melakukan suatu inovasi yaitu membuat tape dengan bahan dasar ubi ungu. Oleh karena itu agar dapat bersaing dan mengembangkan usahanya UD. Nula Abadi perlu merancang sebuah strategi bersaing yang tepat. Salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu Strategi Samudra Biru atau *Blue Ocean Strategy*. Dimana strategi tersebut dapat menciptakan suatu inovasi baru agar dapat menjauh dari persaingan yang ketat dan menciptakan ruang pasar baru. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi UD Nala Abadi dalam persaingan bisnis dalam mengembangkan usaha berdasarkan *Blue Ocean Strategy*. Metode yang dilakukan adalah kerangka kerja empat langkah dan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan. Hasil dari penelitian adalah faktor *reseller* harus dihapuskan; faktor harga harus dikurangi; faktor kualitas produk, kemasan, dan promosi harus ditingkatkan; faktor inovasi rasa, toko, dan media online harus diciptakan. Kesimpulan pada penelitian ini adalah strategi pengembangan yang diperlukan untuk Nula Abadi yaitu lebih memfokuskan pada penjualan diluar kota dan pusat oleh-oleh dan selalu menciptakan inovasi baru untuk memenuhi keinginan konsumen dan dapat bertahan dalam industri persaingan.

Kata kunci : *Blue Ocean Strategy*