ABSTRAK

Nama : Firman Febri Pitliando

Program Studi : Teknik Industri

Judul : **Perancangan Strategi Marketing Dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Dalam Upaya Memenangkan Persaingan (Studi Kasus PT Bhakti Agung Propertindo Tbk)**

ABSTRAK

PT Bhakti Agung Propertindo Tbk merupakan satu perusahaan yang bergerak di bidang pengembang properti. Tingkat persaingan yang tinggi karena semakin banyak usaha yang sama bermunculan maka PT Bhakti Agung Propertindo Tbk dituntut untuk membuat sebuah rancangan strategi yang memberikan nilai lebih kepada *customer* agar tidak mudah beralih kepada pesaing. Maka penelitian ini dilakukan guna mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan di PT Bhakti Agung Propertindo Tbk. *Blue Ocean Strategi* digunakan sebagai metode untuk merancang sebuah strategi yang berfokus menciptakan ruang pasar baru melalui proses inovasi nilai. Dimana proses inovasi nilai dilakukan dengan alat analisis kanvas strategi dan kerangka empat langkah. Kanvas strategi digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap pesaing didalam ruang pasar. Sedangkan kerangka kerja empat langkah berfungsi untuk merekontruksi atribut – atribut nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru. Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan strategi yang perlu di terapkan PT Bhakti Agung Propertindo Tbk adalah Membuat Program *Buyer Get Buyer* dan *Endorsment* yang selama ini belum pernah di tawarkan. Selain itu juga perlu mengurangi atribut nilai pembeli yang ternyata selama ini menjadi ajang persaingan yaitu, harga sedangkat atribut yang perlu ditingkatkan yaitu adalah, Kualitas Sales, Kecepatan respon, Suasana Marketing Gallery, Promosi yang diguakan, Branding, Kualitas Pelayanan.

Kata *kunci: Blue Ocean Strategi (BOS), Inovasi Nilai, Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah*

ABSTRACT

Name : Firman Febri Pitliando

Study Program : Industrial Engineering

Title : **Designing a Marketing Strategy with the Blue Ocean Strategy Approach in an Effort to Win Competition (Case Study of PT Bhakti Agung Propertindo Tbk)**

ABSTRACT

PT Bhakti Agung Propertindo Tbk is a company engaged in property development. High level of competition because more and more of the same businesses are popping up, PT Bhakti Agung Propertindo Tbk is required to make a draft strategy that provides more value to customers so it is not easy to switch to competitors. So this research was conducted to find out what strategies are right to be applied at PT Bhakti Agung Propertindo Tbk. Blue Ocean Strategy is used as a method for designing a strategy that focuses on creating new market space through a process of value innovation. Where the value innovation process is carried out by means of a strategy canvas analysis and a four-step framework. The strategy canvas is used to determine the company's position against competitors in the market space. Whereas the four-step framework functions to reconstruct the buyer's value attributes in creating a new value curve. From the results of the discussion that has been carried out a strategy that needs to be implemented by PT Bhakti Agung Propertindo Tbk is Creating a Buyer Buyer and Endorsment Program that has never been offered. It also needs to reduce the buyer's value attributes which turned out to be a competitive place, namely, the price of a set of attributes that need to be improved namely, Quality of Sales, Speed of Response, Atmosphere of the Marketing Gallery, Promotions used, Branding, Quality of Service.

Keywords: Blue Ocean Strategy (BOS), Value Innovation, Strategy Canvas, Four-Step Framework