

ABSTRAK

CV Fikki Yogyakarta merupakan salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman ringan. CV Fikki memproduksi berbagai jenis snack sebagai produk andalan. Produk-produk tersebut yaitu makaroni, stik balado, Kuping gajah, emping manis pedas, kacang bangkok, kacang kapri, kacang koro, dan marning. Namun untuk dapat terus bertahan dan dapat menguasai pasar diperlukan strategi yang baik dibandingkan para pesaing. Dalam penelitian ini analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan dalam strategi pemasaran dan di kombinasikan dengan analisis Blue Ocean Strategy. Blue Ocean Strategy atau Samudera biru adalah strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak di perebutkan dimana suatu organisasi bermain sendirian tanpa ada pesaing. Hasil penelitian dari kerangka kerja empat langkah yaitu tidak ada Variabel yang di hapuskan, Variabel yang harus ditingkatkan yaitu promosi, keramahan pelayanan, kecepatan respon, ciri khas, ketersediaan produk, pendistribusian produk, kemasan produk, ketahanan produk, promo produk dan garansi produk. Variabel yang harus dikurangi yaitu proses pembayaran serta varibel yang diciptakan adalah Inovasi produk, penanganan terhadap keluhan konsumen, pemberitahuan secara akurat dan pemberitahuan promo melalui media sosial.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Blue Ocean Strategy, Kerangka kerja empat langkah