

## ABSTRAK

*Ketatnya persaingan menyebabkan setiap industri harus mampu bersaing sehingga industri tersebut bisa berkembang. Persaingan penjualan produk hasil kerajinan tangan dan furniture saat ini tidak hanya terjadi di tingkat nasional seperti di tingkat antar pedagang, melainkan juga telah merambah pasar internasional. Hal ini karena sejak satu dekade terakhir beberapa negara mulai menyadari tingginya nilai ekonomis yang bisa diperoleh melalui berbagai improvisasi dan pengembangan produk pada berbagai hasil kerajinan dan furniture. Pada pasar domestik, produsen-produsen Indonesia masih tetap menguasai pangsa pasar dan mampu memenuhi kebutuhan dalam negeri. Pesaing yang perlu diwaspadai adalah impor yang berasal dari China dan Negara-negara Asia lainnya. Pemerintah harus memberikan kebijakan proteksi bagi produsen luar negeri dalam menjaga kestabilan produktivitas produsen dalam negeri, Sehingga produktivitas produsen dalam negeri tetap meningkat dan mampu meminimalisir tingkat impor di Indonesia. Permasalahan lain yang dialami oleh produsen dalam negeri adalah permasalahan internal perusahaan. Permasalahan yang timbul akibat dari internal perusahaan-perusahaan dalam industri mebel begitu beragam. Permasalahan tersebut antara lain seperti kurangnya permodalan baik dalam memproduksi maupun mendistribusikan komoditas mebel dan hasil olahan kayu, sumber daya manusia yang kurang kreatif, teknologi dalam memproduksi furniture, serta manajemen usaha yang tidak mendukung perubahan lingkungan bisnis didalam industri mebel/furniture. Penelitian bertujuan merancang strategi samudra biru (Blue Ocean Strategy) sebagai strategi bisnis baru yang dikombinasikan dengan analisis SWOT pada UKM Puri Perabot. Hasil penelitian menunjukkan perlu ada peningkatan pada variabel diantaranya fasilitas penunjang, promosi, dan kualitas pelayanan, serta menciptakan variable baru yaitu website, garansi, paket khusus, dan inovasi produk. Dan peningkatan faktor-faktor yang bernilai rendah yaitu variasi produk, fasilitas penunjang, promosi, penawaran khusus, kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, kemudahan transaksi*

Kata kunci: Strategi bisnis, *Blue Ocean Strategy*, SWOT