

ABSTRAK

Blue Ocean Strategy adalah sebuah strategi yang menawarkan suatu konsep baru dimana sebuah perusahaan mencari daerah baru yang belum dimasuki oleh competitor sama sekali, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan cara yang baik karena daerah yang dimasuki oleh perusahaan adalah daerah yang bebas pesaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan lingkungan eksternal dan internal melalui analisis SWOT, bagaimana penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam meningkatkan penjualan dan unggul dalam bersaing, sehingga dapat diterapkan untuk kelancaran bisnis di masa yang akan datang. Dari hasil penelitian ini berdasarkan kerangka kinerja empat langkah yaitu, variabel yang harus dihapus yaitu promosi di media sosial, variabel yang harus ditingkatkan yaitu dekorasi toko, variabel yang harus dikurangi yaitu harga yang ditawarkan, serta variabel yang diciptakan yaitu penambahan varian, promosi menarik pelanggan, dan layanan pesan antar. Perusahaan berada di kuadran I yang berarti perusahaan berada di situasi yang menguntungkan. Perusahaann tersebut memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Adapun gerakan menjauh yang dilakukan yaitu penambahan varian, dimaksudkan agar konsumen tidak bosan dan dapat mencoba berbagai macam varian baru di Toko Roti Namira. Selain itu juga terdapat promosi menarik bagi pelanggan, hal ini tentunya akan memikat banyak konsumen untuk membeli produk dari Toko Roti Namira. Sedangkan variabel terakhir yaitu terdapat layanan pesan antar yang memudahkan konsumen untuk tetap dapat menikmati produk dari Toko Roti Namira dengan berbagai kesibukan yang dialami.

Kata Kunci: SWOT, divergensi, *Blue Ocean Strategy*, dan Namira's cake and bakery