

ABSTRAK

Greenhouse Airin Flower merupakan suatu usaha pembudidayaan bunga potong yang berfokus pada pembudidayaan krisan yang akan di jual belikan pada vendor dekorasi dan toko bunga. Adanya tingkat persaingan yang tinggi karena semakin banyak usaha yang sama bermunculan maka Greenhouse Airin Flower dituntut untuk membuat sebuah rancangan strategi yang memberikan nilai lebih kepada customer dengan biaya yang minimal. Maka dari itu penelitian ini diperlukan guna mengetahui strategi apa yang tepat untuk diterapkan. Dalam penelitian ini, *Blue Ocean Strategy* digunakan sebagai metode untuk merancang sebuah strategi yang berfokus menciptakan ruang pasar baru melalui proses dengan alat analisis kanvas strategi dan kerangka kerja empat langkah. Kanvas strategi digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap pesaing didalam ruang pasar. Sedangkan kerangka kerja empat langkah berfungsi untuk merekonstruksikan atribut-atribut nilai pembeli dalam membuat kurva nilai baru. Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan maka strategi yang perlu diterapkan Airin Flower. Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan maka strategi yang perlu diterapkan Airin Flower adalah strategi membuat inovasi produk baru bunga dalam pot, menambah fasilitas dengan pesan antar dan juga pembuatan kartu member yang selama ini belum pernah ditawarkan. Selain itu juga perlu mengurangi atribut nilai pembeli yang ternyata selama ini menjadi ajang persaingan yaitu harga produk, sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan adalah kualitas produk, inovasi produk, kenyamanan tempat dan juga pengemasan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis di Airin Flower dapat bertahan dan memenangkan persaingan yang semakin hari semakin ketat.

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