

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Agung, Yuliana. 2004. *101 Konsultasi Praktis Pemasaran 1*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Agung, Anak Agung Putu. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Chrisnathaniel, Hendy Carol. 2017. Analisis Bisnis dengan pendekatan blue ocean *strategy* dalam menciptakan ruang pasar berskala internasional (Studi Kasus pada PT Kebon Agung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1): 50-59.
- David, Fred R. dan Forest R. David. 2016. *Manajemen Stratejik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ebert, Ronald J. dan Ricky W. Griffin. 2015. *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Fau, Teodora Nirmala, dan Fin Harini. 2017. "Kiblat Fashion Muslim Dunia, Potensial Atau Sekadar Khayal?", diakses pada 23 Juni 2024 dari <http://validnews.co/Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia--Potensial-Atau-Sekadar->

Khayal--eVb

- Gumelar, Galih. 2017. “*Lima Tahun, Sandiaga Sebut Jumlah UMKM Bisa Tembus 60 Juta*”, diakses pada 14 Maret 2024 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170724113610-92-229887/lima-tahun-sandiaga-sebut-jumlah-umkm-bisa-tembus-60-juta/>
- Hasibuan, Lynda. 2018. “*Bekraf: Indonesia Jadi Pusat Mode Busana Muslim Dunia di 2020*”, diakses pada 22 Maret 2024 dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180227122606-33-5582/bekraf-indonesia-jadi-pusat-mode-busana-muslim-dunia-di-2020>
- Hitt, Michael A, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. 2009. *Strategic Management Concepts, Competitiveness and Globalization, 8th Edition*. Canada: Cengage Learning.
- Hollensen, Svend. 2013. The Blue Ocean that disappeared – the case of Nintendo Wii. *Journal of Business Strategy*, 34(5): 25 35.
- Hunger, J. David, dan Thomas L. Wheelen. 2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Ilham, Muhamad Nur. 2016. Implementasi *blue ocean strategy* pada Amstirdam Coffee (Studi Kasus pada CV. Pemenang Sejati Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1): 72 81.
- Imam, Nurul. 2016. “*UMKM Outlook 2017*”, diakses pada 7 Mei 2024 dari <http://fokus-umkm.com/umkm-outlook-2017/>
- Jackson, Stuart E. 2010. Channel Innovation for the Rest of Us. *Emerald Group Publishing Limited*, 31(5): 65 66.

- Kasiram, H. Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. 2005. *Blue Ocean Strategy*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. 2005. Value Innovation: A Leap into the Blue Ocean. *Emerald Group Publishing Limited*, 26(4): 22-28.
- Kim, W. Chan, dan Renee Mauborgne. 2016. *Blue Ocean Strategy Expanded Edition*. Jakarta: Penerbit Naura.
- Luthans, Fred, dan Jonathan P. Doh. 2014. *Manajemen Internasional: Budaya, Strategi, dan Perilaku. Edisi 8-Buku2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marta, Muhammad Fajar. 2016. "UMKM dan Ketidakberdayaannya", diakses pada 10 April 2024 dari <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/09/084045026/umkm.dan.ketidakberdayaannya>
- Prawirosentono, Suyadi, dan Dewi Primasari. 2014. *Manajemen Strategik & Pengambilan Keputusan Korporasi (Strategic Management & Corporate Decision Making)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Porter, Michael E. 1994. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanto, Iwan. 2012. *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.

- Rahmaddin, MY, et al. 2015. Social Engineering Strategy of Waste Management in River Banks of Martapura. *Scientific & Academic Publishing*, 5(3): 97-105.
- Randall, Robert M. 2015. W. Chan Kim and Renée Mauborgne Dispel Blue Ocean Myths. *Emerald Group Publishing Limited*, 43(2): 11-14.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Abdul, dan Darsono Prawironegoro. 2015. *Manajemen Strategis: Kajian Manajemen Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Santana, Septiawan. 2007. *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryanto, dkk. 2012. "Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean", diakses pada 27 April 2024 dari <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/strategi%20pemberdayaan%20umkm.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:: Alfabeta, CV.

Susanto, AB. 2014. *Manajemen Strategik Komprehensif: Untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Jakarta: Erlangga.

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata**BIODATA**

Identitas Diri

Nama : Dzalsabyla Firdauziah Azzachrah Ardiansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 24 November 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Jl. Batua Raya VII No. 8 Makassar
Telepon Rumah dan HP : +6282276840750
Alamat *E-mail* : ilazzachrah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- a. TK Amaliyah BLKI Makassar : 2003-2005
- b. SD Inpres Batua I Makassar : 2005-2011
- c. SMP Negeri 8 Makassar : 2011-2014
- d. SMA Negeri 5 Makassar : 2014-2017

Pengalaman

Magang

- a. Operational Risk Analyst Intern – PELINDO IV Makassar (2020-2021)
- b. Sales and Marketing Intern – PLN Icon Plus Jakarta (2021-2022)
- c. Research and Development Project Intern – Philip Morris Internasional Singapore (2022-2023)

Demikian data ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar,

Dzalsabyla Firdauziah Azzachrah Ardiansyah

DZALSABYLA FIRDAUZIAH AZZACHRAH ARDIANSYAH



ABOUT ME

Highly organized and detail-oriented person who producing quality outcomes through leadership and team motivation. Addresses challenges with pragmatic and resourceful solutions and also consistently commended for strong prioritisation and time-management skills.

EXPERIENCE

Research and Development Project Intern 2022 – 2023

Phillip Morris International - Singapore

- Brainstormed with team to provide creative ideas regarding products.
- Conducted testing stimulations of products to gauge performance and providing feedback for improvement.
- Used problem solving skills to investigate complex data and detailings findings.
- Assisted in development process of product to evaluate features and benefits.

Sales and Marketing Intern 2021-2022

PLN Icon Plus - Jakarta

- Performed regular market research, analysing market trends, threats and actions needed to stay competitive.
- Organised and coordinated marketing events, from sourcing supplies to event setup and participating in the event itself.
- Supported staff to facilitate smooth planning, communication and marketing of events and campaigns.

Operational Risk Analyst Intern 2020-2021

PELINDO IV - Makassar

- Worked with traders to calculate risk associated with specific transactions.
- Collaborated with risk managers on reporting and evaluating techniques to support ongoing collection and interpretation of risk management data.
- Supported operations risk team with management of operational and workplace health and safety risks.
- Facilitated and acted as primary point of contact for all tenders pertaining to risk management, review and reporting.

- ☎ 082276840750
- ✉ ilazzachrah@gmail.com
- 📍 Batua Raya 7 No. 8 - Makassar

EDUCATION

Hasanuddin Univeristy

Bachelor of Economics
2024

SMA Negeri 5 Makassar

2017

SMP Negeri 8 Makassar

2014

SD Inpres Batua I Makassar

2011

SKILLS

- Management Skills
- Digital Marketing
- Negotiation
- Critical Thinking
- Leadership
- Planning and Strategy
- Operating Microsoft Office

LANGUAGES

- Indonesian (First Language)
- English (C1 - Advanced)
- Chinese Mandarin (A1 - Beginner)
- Japanese (A1 - Beginner)

Lampiran 2: Lembar Wawancara**LEMBAR WAWANCARA**

Assalamualaikum wr, wb.

Sehubungan dengan kegiatan penyusunan skripsi, saya melakukan penelitian yang berjudul:

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN *SWOT* DAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA USAHA HIJAB YUMNA BUTIK”.

Berdasarkan hal tersebut, maka saya mohon kesediaan saudara untuk mengisi dan menjawab pertanyaan wawancara yang terlampir. Adapun tujuan wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan di Yumna Butik saat ini. Informasi yang anda berikan akan sangat membantu dalam penelitian ini. Oleh karena itu, besar harapan saya untuk kesediaan anda memberikan informasi yang sebenar-benarnya untuk penelitian ini.

Atas kerja sama dan waktu anda untuk mengisi dan menjawab wawancara ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Dzalsabyla Firdauziah Azzachrah Ardiansyah
(Mahasiswa Universitas Hasanuddin)

DRAFT WAWANCARA

1. Mengapa Yumna Butik memilih menerapkan ~~Blue Ocean Strategy~~?
2. Apa saja kendala dalam memasarkan produk Yumna Butik?
3. Apa saja peluang yang dimiliki Yumna Butik dalam menguasai pasar?
4. ~~Bagaiman~~ cara Yumna Butik melawan persaingan dalam pasar?

Narasumber 1 : NH

Usia : 35 Tahun

Jabatan : Owner Yumna Butik

Narasumber 2 : RA

Usia : 33 Tahun

Jabatan : Manajer Pemasaran

Peneliti : Mengapa Yumna Butik memilih menerapkan Blue Ocean Strategy?

Narasumber : *Blue ocean strategy bisa membantu menjawab permintaan konsumen kalau R&D nya tidak disiapkan. Kami, sejauh yang saya tau belum ada UKM atau penggerak bisnis fashion, yang masih belum besar, yang concern di situ. Kami concern di R&D produk, R&D marketing, dan marketing itu sendiri, belum lagi saat ini bisnis online menjamur jadi konsumen grade C atau menengah bawah semakin besar akan semakin besar pula oleh karena itu Yumna Butik memfokuskan menggarap pasar menengah ke bawah dengan bantuan analisis strategi samudra biru.*

Peneliti : Apa saja kendala dalam memasarkan produk Yumna Butik?

Narasumber : *Masalah Marketing, kami kekurangan di marketing karena kita full di offline jadi mencari spesialis di online, yang benar-benar spesialis, bukan sekedar menjual di sosial media, itu caranya lumayan sulit. Adapun hambatan lainnya adalah kualitas sumber dayanya karena sebagai upaya perusahaan dalam mengurangi biaya tetap maka tenaga kerja perusahaan kebanyakan adalah pekerja lepas seperti mahasiswa atau siswa magang dari sekolah maupun universitas.*

Peneliti : Apa saja peluang yang dimiliki Yumna Butik dalam menguasai pasar?

Narasumber : *Sekarang Yumna Butik lagi tumbuh. Pada segmen pasar tujuan kita, kita sedang dibicarakan. Agen-agen sedang mengantri untuk bisa daftar masuk Yumna Butik. Tersedianya peluang berkaitan dengan teknologi membuat hampir 85% agen kita online semua. Mereka dapat orderan dari marketplace, sosial media.*

Peneliti : Bagaimana cara Yumna Butik melawan persaingan dalam pasar?

Narasumber : *Kita ada riset kompetitor, ada bagian yang khusus untuk mengidentifikasi kompetitor-kompetitor yang ada di lapangan. Misalnya mereka ingin launching produk apa kita tahu, bahan apa yang mereka gunakan, range harga mereka, segmen market, cara komunikasi, sampai pilihan kata, konten yang digunakan dalam menjual produk di sosial media, itu kami identifikasi. Jadi ada skema riset apa yang mereka punya, yang tidak kita punya. Apa yang mereka lemah, kita tidak.*