



Sinopsis

JUDUL : BLUE OCEAN STRATEGY

PENGARANG : W. CHAN KIM DAN RENÉE MAUBORGNE

Blue Ocean Strategy karya W. Chan Kim dan Renée Mauborgne menawarkan pendekatan baru dalam strategi bisnis dengan menantang paradigma lama yang fokus pada persaingan sengit. Dalam buku ini, penulis memperkenalkan konsep "Samudra Biru," yaitu ruang pasar baru yang tidak diperebutkan, di mana perusahaan dapat berinovasi tanpa menghadapi kompetisi langsung. Penulis mengajarkan bahwa strategi tradisional, yang disebut "Samudra Merah," hanya berfokus pada persaingan yang intens dan tidak memberikan ruang bagi inovasi.

Melalui berbagai contoh kasus dari industri yang berbeda, penulis menunjukkan bagaimana perusahaan dapat menciptakan nilai baru dengan merancang produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi oleh pesaing. Hal ini menciptakan pasar baru yang tidak ada sebelumnya, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memimpin pasar tanpa harus bersaing dengan perusahaan sirkus tradisional.

Kim dan Mauborgne juga membahas pentingnya mengidentifikasi batasan-batasan industri saat ini dan melampauinya untuk menciptakan permintaan baru. Dengan menggunakan alat analisis seperti **The Strategy Canvas**, perusahaan dapat mengevaluasi di mana mereka berdiri dalam persaingan dan area mana yang bisa dioptimalkan untuk menciptakan inovasi. Strategi ini membantu perusahaan untuk menghindari persaingan langsung dan fokus pada menciptakan permintaan yang belum ada.

Secara keseluruhan, **Blue Ocean Strategy** adalah panduan praktis bagi para manajer dan pemimpin bisnis yang ingin keluar dari pola pikir kompetitif tradisional dan mencari cara untuk menciptakan nilai baru di pasar yang jenuh. Buku ini memberikan langkah-langkah konkret tentang bagaimana mengidentifikasi peluang inovasi dan membuat ruang pasar baru yang menguntungkan.

SETIAWAN WIDIYANTO, S.T., M.Si., M.Kom.

NO SERDIK : 202409002038

POKJAR : VI