



SINOPSIS

JUDUL BUKU : "*Blue Ocean Strategy*"
PENULIS : W. Chan Kim & Renée Mauborgne (Edisi Indonesia)

Blue Ocean Strategy karya W. Chan Kim dan Renée Mauborgne adalah buku revolusioner dalam bidang manajemen dan strategi bisnis yang menawarkan pendekatan inovatif untuk menciptakan ruang pasar baru dan menjauh dari persaingan sengit di pasar yang sudah jenuh. Buku ini memperkenalkan konsep "Lautan Biru" (Blue Ocean) sebagai metafora untuk menggambarkan pasar yang belum tersentuh dan penuh dengan peluang, berlawanan dengan "Lautan Merah" (Red Ocean), di mana perusahaan bersaing sengit untuk pangsa pasar yang terbatas.

Buku ini mengajak para pemimpin bisnis untuk meninggalkan pola pikir tradisional tentang persaingan langsung dan biaya rendah, dan sebaliknya menciptakan inovasi yang memungkinkan perusahaan untuk berkembang di ruang pasar yang belum dieksplorasi. Dengan menggunakan studi kasus dari berbagai industri, Kim dan Mauborgne menunjukkan bagaimana perusahaan dapat menciptakan nilai bagi pelanggan, sekaligus mengurangi biaya dengan cara yang inovatif.

Berikut adalah konsep-konsep utama yang diuraikan dalam buku ini:

1. **Lautan Biru vs. Lautan Merah**

Buku ini mengilustrasikan dua jenis pasar: Lautan Merah, di mana perusahaan bersaing dalam pasar yang sudah ada, sering kali dengan strategi harga rendah, dan Lautan Biru, di mana perusahaan menciptakan permintaan baru di ruang yang belum tersentuh oleh pesaing. Lautan Biru adalah tempat di mana perusahaan bisa berkembang tanpa harus terlibat dalam persaingan yang merugikan.

2. **Strategi Inovasi Nilai (Value Innovation)**

Inti dari *Blue Ocean Strategy* adalah konsep inovasi nilai. Inovasi nilai terjadi ketika perusahaan berhasil menggabungkan diferensiasi dengan pengurangan biaya. Alih-alih bersaing secara langsung di pasar yang sudah ada, perusahaan menciptakan produk atau layanan baru yang menarik bagi konsumen dan efisien secara biaya.

3. **Kerangka Empat Aksi (Four Actions Framework)**

Penulis memperkenalkan kerangka kerja untuk menciptakan Lautan Biru, yaitu: Mengurangi (Reduce), Meningkatkan (Raise), Menghilangkan (Eliminate), dan Menciptakan (Create). Kerangka ini membantu perusahaan untuk meninjau kembali elemen-elemen industri yang ada dan mengidentifikasi peluang untuk inovasi.

4. **Kanvas Strategi (Strategy Canvas)**

Buku ini memperkenalkan alat visual yang disebut "Strategy Canvas" untuk membantu

perusahaan memetakan posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi ruang baru untuk inovasi. Kanvas strategi ini memungkinkan perusahaan melihat faktor-faktor kunci yang berpengaruh di industri dan menemukan cara untuk memposisikan diri dengan berbeda dari pesaing.

5. **Enam Jalur Kerangka (Six Paths Framework)**

Penulis menawarkan enam jalur untuk membantu perusahaan berpikir di luar batas-batas tradisional industri mereka dan menemukan peluang Lautan Biru. Kerangka ini mencakup cara untuk memikirkan kembali produk, pelanggan, dan pasar secara kreatif.

6. **Menerapkan Strategi Lautan Biru**

Buku ini juga memberikan panduan praktis tentang bagaimana menerapkan strategi Lautan Biru di organisasi. Penulis membahas tantangan dalam perubahan organisasi dan bagaimana perusahaan dapat mengatasi hambatan yang mungkin muncul selama proses inovasi dan penerapan strategi baru.

7. **Contoh Kasus Nyata**

Kim dan Mauborgne mendukung teori mereka dengan studi kasus nyata dari berbagai industri, seperti Cirque du Soleil, perusahaan perkapalan, dan produk konsumen. Kasus-kasus ini menunjukkan bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut berhasil menciptakan ruang pasar baru dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Buku ini cocok untuk pemimpin bisnis, eksekutif, wirausahawan, dan mahasiswa manajemen yang ingin memahami cara menciptakan keunggulan kompetitif di pasar tanpa terjebak dalam persaingan langsung. Edisi Indonesia dari *Blue Ocean Strategy* memberikan pembaca lokal panduan berharga dalam menciptakan peluang pasar baru di Indonesia yang semakin kompetitif.

Blue Ocean Strategy menawarkan perspektif baru dan praktis untuk mengatasi tantangan bisnis modern dan menginspirasi organisasi untuk berpikir di luar batas-batas konvensional. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang dijelaskan dalam buku ini, perusahaan dapat membuka peluang inovasi, menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan, dan menjauh dari persaingan sengit di Lautan Merah.

ARI PALOPO, S.H.

No. Serdik : 202409002009