

Literature Review: Analisis Penerapan Diferensiasi Blue Ocean Strategy (BOS) Dalam Rangka Pertahanan Dan Pengembangan Usaha Di Dalam Persaingan

Qomariyah ^{1*}

¹ STEI Hamfara

*qomariyah1713@gmail.com

recieved: Juli 2022

reviewed: Juli 2022

accepted: Juli 2022

Abstrak

Kebutuhan manajemen strategi dalam hal pertahanan dan pengembangan usaha sangat diperlukan bagi setiap usaha bisnis di tengah gempuran persaingan pasar yang kompetitif. Tujuan penulisan dalam kajian literature review ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis sebuah strategi yang tepat digunakan oleh sebuah manajemen bisnis. Blue Ocean Strategy (BOS) merupakan salah satu strategi yang dapat menjadi alternatif sebuah usaha untuk bisa keluar dari persaingan pasar yang sengit dengan cara meningkatkan inovasi dan penekanan pada prinsip diferensiasi. Hasil dalam penelitian ini didapatkan bahwa Blue Ocean Strategy (BOS) mampu memberikan kesempatan dan peluang bagi sebuah usaha untuk bertahan, tumbuh serta meningkatkan performa dan hasil fisik di tengah pasar lokal maupun global.

Kata Kunci : persaingan, Blue Ocean Strategy (BOS), diferensiasi

Abstrak

The need for strategic management in terms of defense and business development is indispensable for every business venture amidst the onslaught of competitive market competition. The purpose of writing in this literature review is to find out and analyze an appropriate strategy used by a business management. Blue Ocean Strategy (BOS) is a strategy that can be an alternative for a business to get out of fierce market competition by increasing innovation and emphasizing the principle of differentiation. The results in this study found that the Blue Ocean Strategy (BOS) is able to provide opportunities and opportunities for a business to survive, grow and improve physical performance and results in the midst of local and global markets.

Keywords : competition, Blue Ocean Strategy (BOS), differentiation

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha kian meningkat seiring berjalannya waktu. Hal tersebut menyebabkan manajemen setiap perusahaan atau UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) harus berusaha untuk mempertahankan kelangsungan dan pengembangan usaha, memperoleh keuntungan serta memperkuat posisi dalam rangka menghadapi para pesaing di sekitarnya. Sehingga, sangat diperlukan sebuah strategi yang disusun dan dapat dilaksanakan secara efektif. Kegiatan-kegiatan sebagai pengembangan produk, diferensiasi produk, strategi merek, penetapan harga merupakan salah satu kegiatan utama yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa, baik dari produsen maupun sampai ke konsumen akhir (Sahetapy, 2013).

Pada kasus persaingan bisnis yang terjadi saat ini, sebuah usaha perlu melakukan diferensiasi pada berbagai aspek yang diperlukan untuk bisa bertahan dan mampu berkembang dalam situasi pasar yang kompetitif. Diferensiasi yang dilakukan suatu usaha pada dasarnya penting diterapkan guna meningkatkan inovasi dan pengembangan diri untuk bisa menarik minat konsumen di samping memberikan peluang pengembangan diri terhadap anggota perusahaan agar bisa terus menumbuhkan KSA (knowledge, skill, ability) dalam dirinya. Selain itu, penerapan strategi diferensiasi berguna bagi

perusahaan untuk pergi dari lingkaran persaingan yang ketat dan berdarah-darah.

Menurut Ningrum et al., (2019), sudah banyak perusahaan yang menerapkan langkah awal dari Blue Ocean Strategy (BOS) atau Strategi Lautan Biru. Blue Ocean Strategy (BOS) atau Strategi Lautan Biru adalah strategi yang menjadikan perusahaan untuk keluar dari samudra merah atau biasa disebut Red Ocean merupakan bisnis yang banyak persaingan dengan cara membuat inovasi baru atau menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, dengan demikian kompetisi yang sengit akan tidak ada karena kita menjadi pioner.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yang akan di bahas pada artikel literature review yang bersumber pada penelitian sebelumnya yang telah tertuang pada jurnal-jurnal adalah bagaimana peran penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) dalam membantu perusahaan atau sebuah usaha untuk bisa bertahan dan berkembang di tengah tingginya tingkat persaingan pasar lokal.

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam pemaparan literature review dari berbagai jurnal penelitian sebelumnya mengenai analisis penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) terhadap pertahanan dan pengembangan usaha bisnis adalah sebagai penjabar mengenai keuntungan dan pentingnya sebuah usaha untuk melakukan diferensiasi terhadap berbagai aspek tertentu yang diperlukan. Sehingga sebuah usaha bisnis atau perusahaan tidak terjebak

dalam persaingan pasar dengan kondisi yang stagnan hingga mengalami penurunan.

METODE PENELITIAN

Penulisan literature review ini ditempuh dengan tahapan kolektif artikel yang dilanjutkan dengan proses seleksi, perangkuman dan pemaparan. Untuk merampungkan penulisan ini, penulis mengumpulkan artikel jurnal melalui database Google Scholar. Kata kunci yang digunakan adalah penerapan Blue Ocean Strategi (BOS) dan diferensiasi. Artikel yang dikumpulkan hanya artikel yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2018 hingga 2021. Maka dari berbagai artikel yang tersedia, penulis memilih 23 artikel yang berkaitan dengan kata kunci yang digunakan. Setelah melakukan evaluasi dan proses

seleksi, penulis mengelompokkan 5 artikel yang lolos sebagai kriteria penelitian yang memiliki kaitan erat dengan tema jurusan yang ingin diteliti.

Langkah selanjutnya, artikel-artikel tersebut ditabulasi dalam tabel yang meliputi nama penulis, tahun terbit, judul penelitian dan hasil penelitian. Setelah itu, penulis melakukan review dan menganalisis artikel pada hasil penelitian yang tersaji pada bagian pembahasan serta kesimpulan. Bagian akhir penelitian, penulis menambahkan sajian paparan pada bagian pembahasan serta memberi kesimpulan dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Maktriiks Analisis Artikel yang Digunakan dalam Literature Review

Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
(Noviasari et al., 2019)	Penerapan Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS) (BOS) Dalam Menghadapi Persaingan Dalam Kasus Dira Park Ambulu).	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada Wisata Air Dira Park. Sehingga, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Wisata Air Dira Park perlu menerapkan Strategi Blue Ocean Strategy (BOS) dengan cara membuka wisata pendidikan yang diperkirakan mampu menjangkau pangsa pasar lebih luas.
(Tanjung & Widiasyih, 2021)	Blue Ocean Strategy Pada Usaha Pengolahan Kopi "UD Tyyana Coffee" Di Kabupaten Tapanuli Selatan.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Blue Ocean Strategy (BOS) di UD Tyyana Coffee. Sehingga, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa UD Tyyana Coffee dapat menerapkan beberapa strategi yang belum dimiliki oleh kompetitor sekitar, seperti (1) Memeberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk dan SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki. Menciptakan tren lokasi dengan nuansa kafe dan fasilitas seperti homestay akan meningkatkan daya tarik emosional konsumen. (2) Harga yang ditawarkan oleh UD Tyyana Coffee sangat menarik dan tidak berubah, sehingga tidak mempengaruhi penurunan daya beli konsumen. (3) Strategi dalam meningkatkan pelayanan dapat dilakukan dengan pemberian edukasi tentang kopi saat penyajian kopi bubuk kepada konsumen.
(Setiawan & Komara, 2020)	The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian adalah untuk mendiskusikan sebuah alternative strategy yang tersebut dilakukan dengan membentuk konsep baru yaitu membangun outlet treatment, coffee shop serta pembuatan produk lulur, aroma terapi dan kopi doa dengan tujuan dapat bertahan dan berekspansi di luar kancah red ocean.
(Angreini, 2020)	Perancangan Desain Tas Pendekatan Strategi Blue Ocean.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat eksploratori. Tujuan penelitian adalah untuk melihat bagaimana Blue Ocean Strategy (BOS) dapat memperkuat proses pencarian ide desain pada perancangan produk. Hasil yang diperoleh menjelaskan bahwa melalui pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS) proses desain menjadi lebih terarah, terstruktur dan nilai inovasi dari produk mampu didapatkan dengan cepat yang memberi hasil pada perancangan desain tas yang inovatif dengan sistem mekanisme yang dapat merubah tas dalam tiga bentuk, sehingga tas dapat digunakan untuk aktivitas sehari-hari juga aktivitas pada akhir pekan. Melakukan perancangan dengan pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS) dapat mengasilkan desain baru serta menciptakan pasar baru bagi perusahaan. Sebab, desain tas tersebut dapat dipakai untuk aneka aktivitas mulai dari kuliah hingga acara akhir pekan.
(Putra et al., 2020)	Analisis Pengembangan Indofishery Melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Strategy (BOS).	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan enam informan kunci untuk memperoleh data di lapangan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran Indofishery saat ini dan merancang model pengembangan bisnis Indofishery ke depan dengan konsep Business Model Canvas (BMC) melalui pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS). Sehingga, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ide perencanaan berfokus pada beberapa titik pusat inovasi yaitu pada elemen key activities dengan menciptakan kegiatan edukasi dan pembinaan kepada nelayan pemasok, elemen channels dengan memanfaatkan peran driver sebagai media promosi dan pemasaran. Selain itu, dapat pula meningkatkan intensitas dalam melakukan promosi dan pemasaran melalui akun media sosial Instagram. Elemen revenue streams dilakukan dengan menyewakan space iklan di website dan aplikasi, dan elemen customer relationship dengan menciptakan sistem return dan complain serta program voucher gratis ongkir dan diskon di hari besar nasional.

(Sumber: data diolah)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagaimana tercantum pada tabel di atas, penerapan diferensiasi strategi dengan pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS) sangat diperlukan bagi suatu usaha atau perusahaan untuk mengembangkan bisnis dan bertahan di tengah persaingan pasar. Blue Ocean Strategy (BOS) dinilai mampu memberikan kesempatan dan peluang bagi sebuah usaha untuk terus tumbuh dan meningkatkan performa serta hasil fisik di tengah pasar lokal maupun global.

Menurut Irawan & Samrin (2019), penyebutan istilah Blue Ocean merujuk kepada industri atau pasar yang belum ditemukan saat ini, sehingga belum sempat dijamah dalam persaingan. Permintaan dalam Blue Ocean diciptakan dan bukan diperebutkan, sehingga besarnya pasar dan permintaan di pasar menjadi tidak terbatas. Maka pantas jika inovasi nilai dikatakan sebagai batu pijak bagi strategi samudera biru atau Blue Ocean Strategy (BOS).

KESIMPULAN

Blue Ocean Strategy (BOS) merupakan strategi yang menjadikan perusahaan keluar dari persaingan berdarah atau biasa disebut Red Ocean. Konsep yang diterapkan pada Blue Ocean Strategy (BOS) adalah dengan cara membuat inovasi baru atau menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya. Dengan kata lain, Blue Ocean Strategy (BOS) berdasar pada inovasi nilai yang dibentuk pada sebuah usaha atau perusahaan.

Penerapan diferensiasi dalam Blue Ocean Strategy (BOS) dapat dinyatakan mampu memberikan kesempatan dan peluang bagi sebuah usaha untuk terus tumbuh dan meningkatkan performa serta hasil fisik di tengah pasar lokal maupun global. Sehingga, strategi ini direkomendasikan untuk diterapkan pada sebuah usaha atau perusahaan dalam rangka mendapatkan peluang keberuntungan di jalur yang berbeda dan menemukan pasar baru yang minim akan persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angreini, D. G. dan J. (2020). Perancangan Desain Tas Dengan Pendekatan Strategi Blue Ocean. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 19(1), 7–12.
- Irawan & Samrin. (2019). Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 217–233.
- Ningrum, R. A., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2019). Strategi Perencanaan Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis Pada CV Bang Husin. *Universitas Muhammadiyah Jember*, 1–15. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6460>
- Noviasari, E. T. L., Fatimah, F., & Hermawan, H. (2019). Penerapan Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy (BOS) Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus Dira Park Ambulu). 1–12.
- Putra, I. P., Prabawani, B., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2020). Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Blue Ocean Pendahuluan. *Jurnal*

Administrasi Bisnis, 10(1), 952–964.

Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 411–420.

Setiawan, H. C. B., & Komara, B. D. (2020). The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis? *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1165>

Tanjung, Y. W., & Widiasyih, A. S. (2021). Blue Ocean Strategy Pada Usaha Pengolahan Kopi “Ud Tyyana Coffee” Di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(2), 321–332. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.2.321-332>