



Dengan tingkat persaingan industri saat ini yang semakin tinggi, inovasi dan pengembangan produk memegang peranan strategis dalam kesuksesan perusahaan. *Blue Ocean Strategy* mengetengahkan suatu strategi baru yang menuntut perusahaan untuk menciptakan suatu inovasi nilai dalam produknya, sehingga tercipta ruang pasar baru tanpa pesaing dan menjadikan persaingan tidak lagi relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan cara teknis penciptaan inovasi nilai dilihat dari karakter variabel-variabel pengembangan produk dalam Kerangka Kerja Empat Langkah dengan membangun model yang sesuai untuk pengembangan produk sukses berdasarkan *Blue Ocean Strategy*. Model dikembangkan berdasarkan 17 kanvas strategi berbagai jenis industri. Variabel indikator yang diperoleh dari kanvas strategi diorganisasi dan dikelompokkan mengikuti Kerangka Kerja Empat Langkah *Blue Ocean Strategy*. Untuk membangun hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan kesuksesan produk digunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Dari riset ini diperoleh tiga jenis model pengembangan produk sukses berdasarkan *Blue Ocean Strategy* dengan model pengembangan produk sukses untuk produk secara umum yang mempunyai kemampuan prediksi yang paling baik yaitu sebesar 83%. Baik pada model pengembangan produk secara umum maupun pada model yang menggunakan pendekatan Kano menghasilkan karakteristik variabel pengembangan produk yang hampir sama. Faktor dalam produk yang bisa diciptakan adalah desain dan faktor yang mendukung meningkatnya *performance* dari produk. Faktor-faktor dalam produk yang bisa ditingkatkan hingga diatas tingkat penawaran industri pada umumnya adalah *delivery time*, *emotional experience*, kemudahan penggunaan dan *ordering ease*. Faktor-faktor dalam produk yang bisa dikemas dengan cara berbeda sehingga dapat diminimalisir tingkat investasinya adalah *advertising* dan *packaging*. Sedangkan *price* merupakan faktor dalam produk dimana ketika utilitas bagi pembeli tinggi, maka *price* dapat diturunkan hingga mencapai tingkat biaya yang ditargetkan, bahkan sampai di bawah tingkat penawaran industri pada umumnya.

**Kata kunci:** karakterisasi, *Blue Ocean Strategy*, pengembangan produk sukses



**KARAKTERISASI PENGEMBANGAN PRODUK BERDASARKAN BLUE OCEAN STRATEGY  
(PRODUCT DEVELOPMENT CHARACTERIZATION BASED ON BLUE OCEAN STRATEGY)**  
ANITA INDRASARI, Ir. Subagyo, Ph.D,

Universitas Gadjah Mada, 2012 | Diunduh dari <http://eprints.library.ugm.ac.id/>

**ABSTRACT**

Given the higher current level of industry competition, innovation and product development play a strategic role in the success of the company. Blue Ocean Strategy is a new strategy that requires a company to create value innovation in product, creating uncontested new market space and make competition irrelevant.

The aim of research is to establish a technical guideline of innovation value creation through an appropriate product success development model based on Blue Ocean Strategy. The model was developed based on the 17 strategy canvas of different industries. Indicator variables obtained from the strategy canvas are organized and categorized following the Four Steps Framework of Blue Ocean Strategy. Partial Least Square (PLS) approach was used to establish relationship between the variables and success products.

The research developed three types of product success development model based on the Blue Ocean Strategy. The successful product development model for general products has the best predictive ability that is equal to 83%. Both the general product success development model and the Kano approach model produce the similar characteristics of the product success development variables. Factor in a product that can be created is the design and the factors that increase performance of the product. Factors in a product that can be raised to above the level of general industry are the delivery time, emotional experience, ease of use and ordering ease. Factors in a product that can be managed and minimized are advertising and packaging. When the buyer utility is high, then the price can be lowered below the level of general industry.

**Keywords:** characterization, Blue Ocean Strategy, product success development