



ANALISIS STRATEGI "SAMUDERA BIRU" PT X DALAM INDUSTRI JASA KONSTRUKSI DI INDONESIA

"BLUE OCEAN" STRATEGY ANALYSIS OF PT X IN CONSTRUCTION SERVICES INDUSTRY IN INDONESIA

Oleh : Endy Arif Budiyanto
Program Studi : Magister Manajemen
Instansi Asal : -
Pembimbing : T. Hani Handoko, Phd.
Tanggal Wisuda : 24 April 2008

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensial strategis PT X untuk melakukan inovasi nilai dan merumuskan strategi Samudera Biru dari PT X dengan membandingkan kurva nilai dari PT X dengan perusahaan-perusahaan penyedia jasa konstruksi lain yang sejenis dan setara.

Penelitian diawali dengan mengidentifikasi nilai-nilai pelanggan apa yang menjadi perhatian bagi konsumen dari jasa konstruksi. Pengidentifikasiannya ini dilakukan dengan metode wawancara langsung dengan 15 perusahaan yang menjadi konsumen dari perusahaan-perusahaan penyedia jasa konstruksi. Hasil wawancara ini kemudian disarikan menjadi sebuah kuesioner yang kemudian dibagikan kepada masing-masing perusahaan yang menjadi responden untuk dilengkapi oleh para *Subject Matter Expert* (SME). Hasil kuesioner dirata-rata sebagai rata-rata industri, yang kemudian dibandingkan dengan rata-rata PT X dalam sebuah grafik perbandingan kurva nilai.

Hasil analisis menunjukkan PT X telah berhasil melakukan strategi Samudera Biru dengan menciptakan ruang pasar sendiri tanpa perlu berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan sejenis dengan memanfaatkan potensi strategis berupa pemberian garansi pekerjaan atau retensi yang jauh melebihi rata-rata industrinya, juga kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dalam waktu lebih singkat dari rencana tanpa mengurangi standar mutu yang telah ditetapkan.

Kata kunci: Strategi Samudera Biru, inovasi nilai, nilai pelanggan



"BLUE OCEAN" STRATEGY ANALYSIS OF PT X IN CONSTRUCTION SERVICES INDUSTRY IN INDONESIA

ANALISIS STRATEGI "SAMUDERA BIRU" PT X DALAM INDUSTRI JASA KONSTRUKSI DI INDONESIA

Oleh : Endy Arif Budiyanto
Program Studi : Master of Management
Instansi Asal : -
Pembimbing : T. Hani Handoko, Phd.
Tanggal Wisuda : 24 April 2008

ABSTRACT

The research planned to identify the strategic potential of PT X to create their value innovation and formulated their Blue Ocean strategy of PT X by comparing curve assess from PT X with others similar construction service companies.

This research started with identifying customer values of construction service companies that become their attention. This Identification using direct interview method with 15 companies who representing the costumer of construction service companies as samples. Result of this interview then be created into value customer questioner that will filling by Subject Matter Expert (SME) of each respondent company. Average of the result questioner compared with PT X's average in a value curve.

Result of analysis showed PT X have made a success with their Blue Ocean strategy by creating their own new market space without competition with others similar construction service companies by exploiting their potential strategic with giving working warranty or retention which is exceed average its industry given and also their ability to finish their project briefer than project plan without lessening the quality standard of which have been specified.

Keywords: Blue Ocean strategy, value innovation, customer value