

ABSTRAK

Teknologi yang berkembang pesat serta informasi yang semakin mudah dicari menyebabkan semakin kuatnya tekanan bagi perusahaan dalam meraih keuntungan. Kondisi tersebut seringkali menjebak perusahaan bereaksi dengan saling menyerang untuk memperebutkan pasar yang ada. Menggunakan sudut pandang yang berbeda, Kim dan Mauborgne (2005) menawarkan strategi bagi perusahaan untuk dapat terus bertumbuh dengan mendapatkan pasar yang belum disentuh sehingga menjadikan persaingan tidak lagi relevan.

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi penerapan strategi samudra biru di PT. Inovasi Sarana Grafindo dan dampak keuangan yang dihasilkannya. PT. Inovasi Sarana Grafindo yang awalnya masuk ke dalam industri percetakan alih-alih terjebak ke dalam bisnis yang saling serang seiring kian mudahnya perusahaan baru memasuki industri, telah melakukan inovasi nilai dengan transformasi ke bisnis yang memiliki nilai tambah yakni penyediaan media promosi secara terintegrasi. Langkah inovasi nilai tersebut dievaluasi menggunakan alat analisis strategi samudra biru berupa kanvas strategi, rerangka kerja empat langkah, dan skema hapus kurangi tingkatkan ciptakan. Melalui pengumpulan data wawancara mendalam terhadap direktur dan manajemen puncak, observasi industri percetakan Indonesia, dan survei pelanggan dilakukan pembahasan akan faktor-faktor aktivitas bisnis yang berpengaruh terhadap nilai konsumen. Dalam penelitian ini juga dilakukan analisis data keuangan perusahaan dan data makro ekonomi dalam periode waktu lima belas tahun terakhir untuk dicari relevansinya.

Hasil penelitian menunjukkan adanya proses inovasi nilai yang ditunjukkan dengan perbedaan kurva nilai industri percetakan dan kurva nilai PT. Inovasi Sarana Grafindo dalam sebuah kanvas strategi. Pengurangan struktur biaya terjadi pada faktor efisiensi jumlah pegawai, pemilihan kapasitas percetakan, penggunaan teknologi percetakan, dan pengelolaan kantor cabang. Di sisi lain, sekaligus terjadi peningkatan nilai konsumen dalam faktor jenis produk yang beragam, kualitas produk yang tinggi, kemampuan penerimaan produk custom, tenaga pemasar yang responsif, pengelolaan situs web secara profesional, kepercayaan pasar yang teruji, penggunaan suku cadang lokal, dan konsistensi pengembangan produk inovatif. Selain itu, secara umum terjadi dampak keuangan yang positif karena penerapan strategi samudra biru. Namun demikian, terdapat indikasi kondisi makro ekonomi yang tidak stabil akan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan. Sehingga sekalipun perusahaan telah menerapkan strategi samudra biru, kinerja keuangannya dapat menurun pada saat terjadi krisis moneter atau lonjakan inflasi.

Kata Kunci: strategi samudra biru, *blue ocean strategy*, inovasi nilai, kanvas strategi, kurva nilai.

ABSTRACT

The rapidly evolving technology as well as the more easily searched information leads to stronger pressure for companies to gain profit. These conditions often trap the company to react with each other to fight over the existing market. Using a different perspective, Kim and Mauborgne (2005) offer strategies for companies to continue to grow by gaining an untapped market that makes the competition no longer relevant.

This study aims to evaluate the application of blue ocean strategy at PT. Inovasi Sarana Grafindo and the financial impact it produces. PT. Inovasi Sarana Grafindo which initially entered into the printing industry, but instead of being trapped into a business that attacked each other as more easily the new company entered the industry, PT. Inovasi Sarana Grafindo has made value innovation with the transformation to a business that has the added value of the provision of integrated promotional media. The value innovation step is evaluated using the blue ocean strategy analysis tool of strategy canvas, four-step action framework, and deletion scheme reduce inventiveness. Through the collection of in-depth interview data on top managers and directors, Indonesia's printing industry observation, and customer surveys are discussions of business activity factors that affect consumer value. In this study also conducted analysis of corporate financial data and macroeconomic data within the last fifteen years to search for relevance.

The result of the research shows the value innovation process shown by the difference of printing industry value curve and the value curve of PT. Inovasi Sarana Grafindo in a strategy canvas. Cost structure reductions occur in the efficiency factor of the number of employees, the selection of printing capacity, the use of printing technology, and the management of branch offices. On the other hand, there is also an increase in consumer value in diverse product types, high product quality, custom product acceptance capabilities, responsive marketers, professional website management, proven market confidence, use of local spare parts, and development consistency innovative products. In addition, there is generally a positive financial impact due to the application of blue ocean strategy. However, there are indications of unstable macroeconomic conditions that will affect the financial performance. So even if the company has implemented a blue ocean strategy, its financial performance may decline in the event of a monetary crisis or a surge in inflation.

Keywords: *blue ocean strategy, blue ocean strategy, value innovation, strategy canvas, value curve.*