

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai implementasi konsep *Blue Ocean Strategy* Pada RAD Research , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kompetisi di dalam industri riset diantaranya adalah promosi above the line maupun below the line, harga yang ditawarkan, metode riset interview secara langsung, relasi perusahaan baik dengan rekan kerja maupun klien, kualitas pelayanan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung, loyalitas konsumen, Customize Report, dan metode riset berbasis teknologi. Hal tersebut didapatkan berdasarkan hasil kedua analisis lingkungan yaitu, analisis PESTLE dan analisis Porter five forces sebagai metode analisis dalam lingkungan eksternal dan analisis lingkungan internal fungsional. RAD Research berada dalam industri yang dapat dikategorikan sebagai industri yang bermain dalam Red Ocean, keadaan yang sudah jenuh, kondisi tersebut membuat para pemain dalam industri saling mempengaruhi. Kuatnya ancaman yang bisa membuat perusahaan menjadi lemah seperti, kondisi politik yang mempengaruhi kinerja tim riset dilapangan, kondisi nyata riset dilapangan masih ada yang belum

terkoordinasi dengan baik, perusahaan yang sensitif atau sangat terpengaruh dengan naik turunnya nilai kurs rupiah, adanya efisiensi perusahaan diluar industri riset, banyaknya jumlah pemain sejenis di dalam satu golongan, dan adanya kekuatan dari perusahaan terdahulu. Peluang sebagai perusahaan Multinasional, RAD Research selalu mencoba untuk berinovasi salah satunya dengan membuat metode riset baru berbasis teknologi, yang membuat menjadi perusahaan *Capable*, sehingga mampu menjadi anggota asosiasi riset Internasional, dengan memiliki budaya kekeluargaan dan memantau SDM secara mendalam, RAD Research dapat memiliki anggota perusahaan yang loyal sehingga dapat terus memberikan kinerja terbaik, selain itu RAD Research memiliki relasi yang kuat membuat RAD dapat terus berkompetisi di dalam industrinya, sekalipun ada produk pengganti, tidak membuat RAD Research menjadi terkalahkan, ditambah lagi perusahaan memiliki alur pengawasan keuangan yang jelas dan melakukan efisiensi sehingga dapat mengatur segala biaya yang mampu membuat perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal dengan harga yang fleksibel.

2. Tahapan strategi yang dibuat oleh RAD Research dapat dikatakan sebagai perusahaan yang mengimplementasikan konsep *Blue Ocean Strategy*. Sejak awal berdirinya pada juli 2014 RAD Research selalu berupaya untuk memberikan kinerja hasil riset yang maksimal, memberikan data secara akurat, dan tepat waktu, semua itu didukung oleh pemabaharuan-pembaharuan ide bisnis yang diciptakan oleh RAD

dimana menjadi keunggulan bagi perusahaan sehingga mampu berkompetisi didalam industri riset diantaranya dengan meningkatkan loyalitas konsumen, pelayanan, relasi, dan membuat metode riset terbaru berbasis teknologi, sehingga dapat menciptakan sebuah penyajian baru dalam laporan hasil riset yang disesuaikan dengan keinginan klien. Hal tersebut dapat mempermudah segala aktivitas perusahaan, baik dari segi operasional, keuangan, dan terutama aktivitas riset perusahaan. RAD Research memberikan harga penawaran yang lebih rendah dari pesaing sejenisnya terutama pada perusahaan riset di dalam satu golongan dengan RAD Research. Dengan begitu RAD Research telah melakukan tahapan implementasi konsep *Blue Ocean Strategy* dengan menggabungkan nilai-nilai yang dicari oleh konsumen, menawarkan nilai terbaik, dan dapat berbiaya rendah, serta dalam melakukan tahapan strategi perusahaan mampu mengefisiensikan biaya. Hal tersebut sesuai dengan konsep dari *Blue Ocean Strategy*, dimana RAD Research mampu membuat sebuah lompatan inovasi nilai yang diinginkan konsumen.

3. Implementasi *Blue Ocean Strategy* RAD Research dapat berjalan dengan baik karena RAD Research mampu mengatasi rintangan-rintangan utama yang ada pada organisasi terutama rintangan sumber daya dan rintangan motivasional sehingga, RAD Research tidak mengalami adanya rintangan politis dan kognitif. Dalam proses integrasi implementasi strategi RAD Research memperhatikan faktor prinsip yang mempunyai keterkaitan yang kuat dengan perusahaan dimana mengadakan diskusi

secara rutin berlaku untuk semua divisi, supaya setiap anggota merasa dihargai dan dianggap (*Engagement*), serta penjelasan yang baik dan dipahami betul mengenai strategi yang dijabarkan oleh manajer dan pimpinan perusahaan (*Explanation*) dan target perusahaan yang jelas dan dapat dipahami oleh setiap karyawan atau anggota perusahaan RAD Research sehingga setiap anggota dapat bekerja memenuhi target dan tanggung jawabnya bahkan melebihi apa yang diekspektasikan (*Expectation Clarity*), untuk mempermudah setiap tahap implementasi *Blue Ocean Strategy* pada perusahaan.

6.2 Saran

1. Dalam menciptakan sebuah inovasi bisa dikatakan perusahaan tidak akan pernah berhenti untuk membuat suatu inovasi karena, seiring dengan berjalannya waktu inovasi yang telah dibuat dapat menimbulkan pesaing mencoba untuk mengimitasi atau meniru apa yang telah perusahaan buat dan jumlah persaingan akan semakin meningkat hal tersebut akan merubah keadaan menjadi samudra merah. Maka perusahaan perlu terus mengembangkan sebuah inovasi nilai untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat di dalam industri riset.
2. Membangun relasi yang lebih kuat untuk memperluas hubungan kerja perusahaan. Memperisiapkan SDM secara tepat, guna dapat menyerap setiap inovasi dan pengembangan yang dibuat oleh perusahaan.

3. Meningkatkan intensitas pengawasan kinerja tim riset lapangan supaya perusahaan dapat selalu memberikan data riset secara akurat dan menjaga ketepatan waktu pengerjaan proyek riset.
4. Melakukan pengawasan terhadap strategi yang telah dibuat supaya dapat terus mengantisipasi akan adanya ancaman dan mengurangi akan kelemahan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. (2006). *Manajemen Strategi; Edisi ke-10*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2004). *Konsep - Konsep Manajemen Strategies*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Gregory G. Dess, G. T. (2004). *Strategic Management*. America: McGraw-Hill.
- Hetzke, O. (2013, Agustus 30). *Thesis Blue Ocean Strategy in Hotel Sector*.
Dipetik April 15, 2017, dari Blue Ocean Strategy in Hotel Sector:
www.grin.com
- Indonesia, I. (2008). *Our Service; About IPSOS*. Dipetik Agustus 7, 2017, dari
About IPSOS Web Site: <http://ipsos.co.id>
- Indonesia, S. (2000-2017). *indonesia/gdp-growth-annual*. Dipetik Agustus 6,
2017, dari Indonesia GDP Growth Rate: Tradingeconomics.com
- Internasional, K. (2007). *About Us; Story, Work, Clients, Insight*. Dipetik Agustus
7, 2017, dari Kadance Internasional: www.kadance.com/our-view/
- Kim, W. C. (2005). *BLUE OCEAN STRATEGY*. Jakarta: PT.Serambi Ilmu
Semesta.
- MarkPlusInc. (1990). *About; MarkPlus.Inc*. Dipetik Agustus 7, 2017, dari
MarkPlus.Inc: <http://www.markplusinc.com/who-we-are/about-markplus-inc/>

- Masari, S. (2013, Agustus 31). *Indonesia-bakal-jadi-surga-industri-riset-pemasaran*. Dipetik Mei 12, 2017, dari Indonesia Bakal Jadi Surga Industri Riset Pemasaran: industri.bisnis.com
- Pearce, J. (2012). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control*. Boston: McGraw-Hill.
- PERPI. (2007, Agustus 27). *Kode Etik Perpi*. Dipetik Agustus 7, 2017, dari PERPI Web Site: <http://perpi.or.id/members-only/kode-etik-perpi/>
- Porter, M. (1996). What Is Strategy. *Harvard Business Review*, 62-78.
- Prof. Dr. I. R. (2014). *Metodelogi Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*. Bandung: PT. Reflika Aditama.
- Research, P. (2004). *About Pixel: Expertise, Solution*. Dipetik Agustus 7, 2017, dari Pixel Research Web Site: <https://www.pixel-research.com>
- T. Sheenan Norman, G. V. (2009). The Compass to find The Value creation of Blue Ocean. *Strategy & Leadership*.
- Thompson, S. &. (2008). *Strategic Management*. Boston: McGraw-Hill.