

Blue Ocean Strategy (BOS)

Untuk berjaya dalam perniagaan perlu ada konsep atau arah tuju. Bercakap tentang konsep perniagaan, ramai yang menyentuh konsep Blue Ocean Strategy atau singkatannya BOS. Ia merupakan konsep yang pertama kali di perkenalkan oleh W.Chan Kim dan Renee Mauborgne yang tiba-tiba menjad popular di kalangan usahawan dunia dengan sebuah buku tulisan mereka.

Buku ini berusaha menjelaskan cara mencipta ruang pasaran baru tanpa pesaing dan tanpa kalangan pesaing yang tidak relevan. Buku ini juga menunjukkan jalan, bahawa satu-satunya cara untuk memenangkan pesaing adalah berhenti berusaha melawan pesaing.

Kim dan Renee mendedahkan bahawa pasaran diantara dua laut iaitu Laut Merah dan Laut Biru. Laut Merah adalah pasaran yang sudah sesak, akibatnya keuntungan dan pertumbuhan akan berkurang.

Sebaliknya Laut Biru dikuasai oleh pasaran yang belum dijelajahi, menciptakan permintaan baru dan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Dalam Laut Biru pesaing tidak lagi relevan kerana aturan mainnya sama sekali baru. Dalam buku Change!, Rhendal Kasali memperkatakan, pemimpin pasaran menentukan aturan permainan dalam pasaran yang sama sekali baru.

Prinsip

Blue Ocean Strategy ada yang menterjemahkannya sebagai Strategi Samudera Biru atau Strategi Laut Biru. Intipati bagaimana mencipta BOS, buku ini disediakan dalam enam langkah sebagai prinsip utamanya iaitu:

- How To Reconstruct Market Boundaries
- Focus On The Big Picture, Not The Number
- Reach Beyond Existing Demand
- Get The Strategic Sequence Right
- Overcome Key Organizational Hurdles
- Build Execution Into Strategy

Untuk lebih mempermudah makna definisi diatas,3 contoh kukuh kejayaan BOS apabila sebuah perusahaan anggur dari Australia (Casella Wine) menciptakan produk anggur yang terkenal dengan jenama Yellow Tail dan berjaya masuk pasaran dan mengembangkan pasaran anggur di Amerika dengan terbukti ianya berjaya.

Apakah kaedah yang digunakan?Sudah tentu dengan BOS dia mampu.Menciptakan atau memperbesar ruang pasaran anggur iaitu dengan menarik mereka yang sebelumnya para peminum arak dan minuman berkarbonat menjadi peminum anggur,juga dalam acara-acara tidak formal,anggur sudah boleh dianggap sebagai minuman sosial seperti juga anggur yang diminum mereka sebelum itu.

Berkembang

Malah haraganya murah dan rasanya trendy,juga kerana harganya mampu dimiliki oleh semua orang,ramai orang sering minum jus anggur tanpa mengira masa dan tempat, kerana itu pasarannya semakin berkembang.Dalam tempoh dua tahun sahaja, Yellow Tail telah mampu diterima dan menjadi minuman kegemaran ramai di Amerika dan menjadi anggur import terlaris jauh melewati jumlah anggur import yang sebelumnya didominasi anggur import dari Perancis dan Sepanyol.

Pada tahun 2003,Yellow Tail menjadi anggur merah terlaris yang dijual di Amerika Syarikat dan mengungguli produk tempatan sendiri yang selama ini didominasi para pengeluar California yang sangat terkenal.Kunci kejayaan Yellow Tail terletak pada kemampuannya melakukan strategi BOS iaitu dalam melaksanakan 'Eliminate', 'Reduce','Raise',dan 'Create' yang dijelaskan secara tersusun dan terperinci dalam buku tersebut.Kerangka utama BOS bertumpu pada 4 kerangka dasar iaitu eliminate-reduce-raise-create (ERRC).

ELIMANATE bererti menghilangkan faktor-faktor pembiayaan modal yang selama ini sudah 'taking for granted' yang terjadi dalam industri tersebut.REDUCE bererti mengurangi pembiayaan-pembiayaan yang sudah ada ketika ini supaya boleh berada jauh di bawah pembiayaan dalam industri,RAISE pula berhubung kait dalam meningkatkan faktor-faktor atau 'value' yang diberikan supaya jauh melampaui standard industri yang sudah ada dan CREATE bererti menciptakan unsur baru yang selama ini belum terfikir akan dilaksanakan dalam industri tersebut. Ada yang berpendapat jika telah berpuas hati dengan bisnes anda yang sekadar mampu bertahan,jangan membaca buku ini.

Namun, jika anda ingin melakukan perubahan, menciptakan sebuah perniagaan dengan masa depan yang menguntungkan khususnya pelanggan, pekerja, pemegang saham atau orang ramai yang sentiasa mencari konsep baru, bacalah buku BOS yang berharga RM69.90 . Kim dan Mauborgne telah memetakan 'satu jalur yang baru dan berani untuk memenangi masa depan'. Mereka menawarkan 6 prinsip yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan untuk merumuskan dan menerapkan strategi samudera biru dengan sukses.

BOS juga dianggap sebagai konsep dalam merebut nilai pembeli dan kos rendah untuk mencipta ruang pasaran baru. BOS bukan mengenai 'mematikan' persaingan, ia adalah mengenai membuat pertandingan dalam perniagaan, bukan menghapuskan pesaing perniagaan. Mempertimbangkan atau membina semula perniagaan dengan mewujudkan sempadan-sempadan dan struktur-struktur industri yang menguasai pemikiran pengurusan dalam industri setiap usahawan. Sempadan-sempadan dan struktur-struktur yang wujud tidak seharusnya menghalang usahawan daripada mengenal pasti cara-cara untuk mencipta permintaan yang baru. Mengalihkan cara pemikiran usahawan daripada Supply kepada Demand!

BOS mencabar kos industri. Mengajar usahawan bagaimana untuk menjadi peneraju dalam menurunkan kos industri dan mewujudkan permintaan yang baru dalam pasaran. Tidak dapat dinafikan ada para usahawan di luar sana tidak dilayani oleh industri untuk menjadi usahawan baru. Tetapi itu tidak bermakna anda tidak boleh beralih arah dalam menjelajah cara-cara untuk bertukar dan memasuki perniagaan yang boleh diterima pasaran.

Hari ini antara syarikat yang mengikuti Strategy Blue Ocean adalah:

- MetraTech Corporation
- ESG Insurance
- National Library of Australia
- Telekom Malaysia
- Siemens Hearing Systems
- UPC Cable
- Storck Confectionary
- Investec Plc
- Fred Dovaston S.L
- Imprenta Pronto S.L
- Tata Group
- Singapore Ministry of Information, Communication and Arts
- Lundbeck Asia