

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan terkait dengan rancangan strategi samudra biru KT-Gongsin yaitu :

1. Fokus

KT-Gongsin fokus pada peningkatan nilai pelanggan dengan meningkatkan kualitas dan layanan serta mengurangi biaya. Saat ini KT-Gongsin berfokus pada pengembangan pusat bahasa untuk menjalankan bisnisnya. Bimbingan belajar mendapat porsi hanya 20% dari total anggaran, SDM, dan promosi. Hal ini menunjukkan bahwa KT-Gongsin ingin lebih mengembangkan diri sebagai pusat bahasa yang memang masih belum banyak pesaingnya dibandingkan dengan bimbingan belajar.

2. Divergensi

Untuk bisa sukses dalam strategi samudra biru, KT-Gongsin harus bisa menjauh dari kondisi pasar yang sudah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan sistem belajar *online* dengan perangkat aplikasi *mobile* yang bisa digunakan oleh siswa. Hal yang dijual oleh KT-Gongsin bukanlah jasa bimbingan belajar, melainkan sistem cara belajar mandiri yang bisa diterapkan oleh siswa. Hal ini

didapatkan siswa dengan menggunakan aplikasi *mobile* yang ada. Hal tersebut masih dalam pantauan mentor sehingga siswa dapat dievaluasi pada akhir periode. Selain itu, aplikasi ini juga bisa digunakan oleh siswa non KT-Gongsin.

Kegagalan KT-Gongsin di awal untuk menggunakan media *online* sebagai sarana memang harus diperhatikan. Pengembangan *software* dan aplikasi yang mudah digunakan pada berbagai perangkat. Munculnya aplikasi *mobile* ini juga mengembalikan tujuan utama KT-Gongsin sebagai penyedia layanan berbasis *e-learning*.

3. Motto yang menarik

KT-Gongsin memiliki motto “*Dream, Study, Global*”. Hingga saat ini hanya poin “*Dream*” yang dijalankan melalui *program Dream Capsule* dan “*Study*” yang telah dijalankan dengan *program one for two*. Proses menuju “*Global*” dapat dilakukan dengan membuat aplikasi *mobile* tersebut. Aplikasi *mobile* dapat digunakan dimana saja dan dimana saja.

5.2 Implikasi Manajerial

Berhasil atau tidaknya suatu strategi sangat bergantung dari seberapa besar tingkat kesesuaian strategi tersebut dengan kondisi perusahaan. Agar strategi dapat berjalan dengan baik, maka seluruh pihak

terkait dalam perusahaan harus memiliki pemahaman yang menyeluruh dan mengembangkan strategi tersebut.

Penggunaan aplikasi *mobile* dalam proses belajar mengajar merupakan hal baru yang ditawarkan oleh KT-Gongsin. Penggunaan aplikasi ini perlu sosialisasi yang baik dan benar kepada seluruh pihak yang berhubungan dengan KT-Gongsin, terutama pada siswa dan mentor. Hal ini diperlukan untuk memberikan gambaran pada siswa dan mentor tentang proses yang akan dialami ketika menggunakan sistem aplikasi *online* ini sebagai sarana belajarnya. KT-Gongsin *e-Learning Centre* juga harus mampu untuk memperbaharui sistem yang digunakan dalam aplikasi *online mobile* ini. Hal ini untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam menggunakan sistem ini.

Ketika strategi ini sudah dijalankan, perlu adanya tambahan satu divisi baru dalam susunan KT-Gongsin, yaitu divisi *mobile* dan aplikasi. Fungsi divisi ini adalah melakukan rekap absensi siswa secara *online*, memastikan materi-materi *online* siap digunakan dan juga sebagai moderator atau admin dari aplikasi tersebut. Selain itu, diperlukan adanya kemampuan dari seluruh staff KT-Gongsin untuk dapat menggunakan aplikasi tersebut dan mengetahui pemecahan masalah yang terjadi ketika terjadi kendala pada perangkat aplikasi tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih perlu disempurnakan kembali. Beberapa keterbatasan penelitian yang terjadi dalam penelitian ini antara lain :

- a. Waktu wawancara yang cenderung singkat dengan responden membuat peneliti kurang bisa masuk lebih dalam terhadap strategi yang saat ini dilakukan oleh KT-Gongsin.
- b. Narasumber hanya berasal dari pihak KT-Gongsin dan siswa. Peneliti masih belum memasukkan orang diluar KT-Gongsin yang terkait dengan penerapan strategi ini sebagai narasumber.

5.4 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan dalam bagian akhir ini ditujukan kepada peneliti selanjutnya dan juga kepada pihak KT-Gongsin *e-Learning Center*. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian tentang penerapan strategi samudra biru dalam KT-Gongsin *e-Learning Center* menggunakan analisis strategi samudra biru masih perlu disempurnakan dan sangat terbuka kemungkinan jika materi ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis yang berbeda. Kendala yang dihadapi peneliti ketika melakukan analisis adalah peneliti masih terpengaruh konsep samudra merah dimana masih sering melihat faktor-faktor strategis yang sudah umum. Hal ini dapat diperbaiki dengan menambah referensi penelitian terdahulu tentang konsep samudra biru. Sehingga dapat memberikan pengertian yang lebih mendalam tentang

konsep samudra biru pada peneliti selanjutnya. KT-Gongsin dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan untuk pengembangan ide strategis selanjutnya. Penelitian ini berdasarkan apa yang terjadi dan ditangani langsung pada KT-Gongsin.



Daftar Pustaka

- Abdurazzakov, Oliljon. 2012. *Blue Ocean Strategy: Analysis of The Sectors that has Benefited and a Glance into which other Sectors may Benefit From Applying this Strategy*. 7th Silk Road International Conference.
- Bank Indonesia. 2010. *Pola Pembiayaan Usaha Kecil Komoditas Jasa Bimbingan Belajar*. Jakarta: Direktorat Kredit, BPR dan UMKM.
- Berry, Leonard L., Shankar, Venkatesh., 2006. *Creating New Market Through Service Innovation*. MIT Sloan Management.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Predana Media Grup.
- Chandrakala, V. G., & Devaru, S. D. B. (2013). *Blue Ocean Strategy and Bottom of the Pyramid Marketing*. *International Journal of Management Research and Reviews*, 3(7), 3080-3086.
<http://search.proquest.com/docview/1438940575?accountid=25704> diakses tanggal 7 April 2014
- Cooper, Donald R., Schindler, Pamela S. 2001. *Business Research Methods*. Singapore: McGraw-Hill Companies.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Fernandes, Manuel. T. 2011. *Business Strategy Model*. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 2, No. 4.
- Furchan, Arief. 1992. *Pengantar Metoda Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Kim, W.Chan., Mauborgne, Renee. 2013. *Blue Ocean Strategy: Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*. Jakarta: Serambi.

Kim, W. Chan., Mauborgne, Renee. 2009. *Blue Ocean Strategy. Leadership Excellence.*

<http://search.proquest.com/docview/204625498?accountid=25704> diakses tanggal 7 April 2014.

Kim, W. Chan., Mauborgne, Renee. 2004. *Blue Ocean Strategy.* Harvard Business Review.

Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Prenada Media Group : Jakarta

Leavy, Brian. 2005. *Value Pioneering – How to Discover Your Blue Ocean: Interview with Kim Chan and R. Mauborgne.* Strategy and Leadership.

Leedy, Paul D., Ormrod, Jeanne Ellis. 2005. *Practical Research: Planning and Design.* New Jersey: Practice Hall.

Mohammed, Zainal Abidin. 2012. *Analysis of the Use of the Blue Ocean Strategy: Case Study Analysis on 14 Different Agencies.* Universiti Putra Malaysia.

Rintamaki, Timo., Kuusela, Hannu. 2007. *Identifying Competitive Customer Value Propositions in Retailing.* Managing Service Quality Vo; 17 No. 6. Emerald Group Publishing.

Utama, Chandra. 2008. *Menjalankan Rangkaian Strategis (Suatu Ide Penerapan di Perguruan Tinggi).* Bina Ekonomi. Volume 12 No. 1. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

www.infokursus.net diakses tanggal 8 April 2014.

<http://gongsinid.com/> diakses tanggal 18 April 2014.

<http://www.ions-education.com/> diakses tanggal 18 April 2014.

<http://yogyakarta.siap.web.id/data-sekolah/data-daftar/> diakses tanggal 3 Juni 2014.