

Sur/petition & pain points

Oleh V. Christianto, Email: vic104@protonmail.com

Beberapa waktu lalu penulis telah menyampaikan ringkasan 5 buku yang kiranya akan bermanfaat bagi para calon kepala daerah.

Di tengah situasi ekonomi yang serba tidak menentu saat ini, ada 1 buku lagi yang layak disebut, dan pada hemat penulis memiliki nada yang ada kemiripannya dengan Samudera Biru dari Prof Kim & Mauborgne, dari INSEAD.

Bahkan buku Sur/petition karya pakar berpikir lateral ini, Prof Edward de Bono, telah mendahului karya Kim & Mauborgne tersebut paling tidak 1 dekade lebih awal.

Inti dari Sur/petition adalah seorang wirausahawan mesti bergerak melampaui kompetisi yang tajam menuju situasi yang lebih unggul.

*** Bagaimana caranya melakukan hal tersebut? ***

Penulis dalam hal ini setuju dengan ulasan dalam Blue Ocean Shift, bahwa perlu mempertanyakan asumsi-asumsi yang telah dianggap baku, mendefinisikan ulang layanan/produk Anda, lalu mengembangkan pendekatan yang baru.

Lalu bagaimana kita dapat mengidentifikasi peluang samudera biru tersebut?

Kim & Mauborgne memberikan saran yang berguna: temukan dan perbaiki "pain points" dalam industri yang Anda tekuni (4).

Pain point maksudnya adalah "pain"/derita yang dirasakan oleh pelanggan yang kerap sudah diterima begitu saja.

Kedua pakar tersebut juga memberikan beberapa contoh praktis dalam Blue Ocean Shift, misalnya: ActiFry, NYOI di Iraq, dan program CRP di Malaysia.

Bagaimana contoh penerapannya?

Ambil contoh misalnya, kita mempelajari : "komunikasi jarak jauh." Lupakan dulu untuk sementara teknologi seluler yang kita kenal saat ini. Mari kita tengok sejarah.

Dahulu saat sekolah mungkin Anda pernah mendengar atau membaca tentang komunikasi sederhana dengan bantuan kaleng dan benang. Dalam perkembangan awalnya, inilah bentuk awal dari telepon yang digagas oleh Alexander Graham Bell.

Lalu ada telegraf, kemudian berkembang komunikasi via radio oleh Marconi.

Sebenarnya Nikola Tesla, bapak jaringan listrik AC, juga mengembangkan komunikasi nirkabel menggunakan gelombang non-hertzian (bukan gelombang radio) namun patennya telah diberikan ke Marconi.

Selama bertahun-tahun kita mengenal telepon analog. Sampai muncul telepon nirkabel yang ukurannya sangat besar sekitar tahun 90an.

Lalu berkembang menjadi telepon seluler hingga sekarang.

Namun demikian dalam perkembangannya, telepon seluler juga ada efek samping yaitu radiasi.

Penelitian oleh Massimo Fioranelli dkk dari Universita' Guglielmo Marconi, Roma, menunjukkan bahwa bulu pada kulit kita sebenarnya berfungsi sebagai antena mikro yang dapat menyerap radiasi elektromagnetik, termasuk dari ponsel dan BTS.(2)

Dan polusi radiasi EMF ketika berakumulasi, dapat mengakibatkan timbulnya virus sejenis corona.**

Lalu kita dapat bertanya: kalau demikian adakah alternatifnya?

Kami menerbitkan paper tahun lalu mengenai metode komunikasi nirkabel berbasis quantum noise. Jadi tidak lagi menggunakan frekuensi radio. Ringkasan:

"There is another way to beat it, which is a communications system based on quantum noise. [See: <https://www.ecronicon.com/ecne/volume11-issue10.php>] It does not need radio waves or wires or fiber optics. No infrastructure at all is required. Only user devices are required."

Dugaan sementara kami, metode komunikasi non-hertzian yang dikembangkan oleh Tesla, mungkin ada hubungannya dengan komunikasi kuantum. Dan metode tersebut bersifat superluminal (melampaui kecepatan cahaya).

Memang ini memerlukan penelitian lanjutan, dan bagi para pemula yang berminat pada topik-topik semacam ini, setidaknya ada film berjudul Tesla yang rilis tahun ini.(5)

Penutup

Dalam artikel singkat ini kami memaparkan pokok pokok pemikiran mengenai melampaui kompetisi.

Sebagai penutup, jika paradigma lama hanya mengenal 4P atau 5P...maka paradigma baru mungkin perlu mengembangkan 8P:

- product
- price
- packaging
- place
- promotion
- process
- pain point
- positioning

Selamat mengembangkan usaha Anda.

Berikut ini adalah ringkasan dari Sur/petition.

Bagaimana pendapat Anda?

Versi 1.0: 20 September 2020

versi 1.1: 21 September 2020

VC

Note:

***) Pada hemat penulis, tentu tidak tepat jika kita menyalahkan nakes dan para dokter yang telah berupaya keras dengan segala kemampuan yang ada untuk merawat para pasien korona. Hanya saja, mungkin itu bukan akar masalahnya. Kemungkinan besar akar masalahnya adalah pada radiasi EMF yang terakumulasi, yang diperburuk dengan implementasi jaringan milimeter 5G. Itulah pain point sebenarnya dalam industri ini.

Mekanisme persisnya memang penulis belum yakin benar, apakah memang bulu pada kulit dapat berfungsi sebagai antena mikro. Bisa jadi, sebagai alternatif penjelasan: jaringan 5G yang diaktifkan akan melemahkan sistem imunitas manusia, sehingga virus flu seperti Korona akan dapat berakibat fatal.

***) Terimakasih atas saran dan komentar dari beberapa sahabat.

Bacaan lanjutan:

(1) RN. Boyd, V. Christianto, F. Smarandache (2019). Url:

<https://www.ecronicon.com/ecne/volume11-issue10.php>

(2) Massimo Fioranelli. www.massimofioranelli.com. Lihat juga:

<https://vixra.org/abs/2004.0602>

(3) Edward De Bono. Sur/petition.

(4) C. Kim & R. Mauborgne. Blog. Url: <https://www.blueoceanstrategy.com/blog/how-to-turn-your-customers-pain-points-into-opportunities/>

(5) Tesla, official movie trailer. Url: <https://m.youtube.com/watch?v=h55B0W0oBNw>

Rangkuman: **Beyond Competition to Sur-Petition**

De Bono, Edward, Management Review

In an exotic garden, costumed waiters carry in the first course of shellfish. Clear soup follows in large, earthenware bowls. It is very clear soup. In fact, it is plain water in large finger bowls for cleaning up after the shellfish. Water is necessary for soup, but soup is more than water. Similarly, competition is necessary for survival, but success requires more than competition.

Each of the four mainstays of management thinking is now under reconsideration. Efficiency is no longer enough-we need effectiveness. Problem solving is limited-we also need design. Information analysis will not by itself yield the new ideas that are needed. Even competition is seen to be necessary but not sufficient. Harvard Business School-which has to be 10 years behind the times to be credible-continues to champion competition when this only provides business with a baseline.

Competition on product or service price, quality and differentiation are no longer going to be enough. Banks, stores, car makers, computer makers and airlines are still floundering as they rely on competitive strategies such as sales incentives when they should be developing the value concepts needed for "sur-petition."

The word "competition" comes from Latin and means "seeking together," or "choosing to run in the same race." Sur-petition is a new word that I have invented and it means "seeking above" or "creating your own race." In sur-petition, you create your own value monopoly.

Ron Barbero, president of Prudential Insurance USA, used lateral thinking to pay out 75 percent of life benefits when a policy holder came down with a potentially fatal illness. This is an excellent example of sur-petition in a very conservative industry.

But sur-petition will demand new concepts. "Me too" and "catch up" are simply not going to be enough. Corporations will have to treat concept development as seriously as they now treat technical development. This is not the same as corporate strategy, which seeks to make sense of the available options but does not have a generating function. In fact, I would like to see a serious concept development department in every organization.

Source: <https://www.questia.com/read/1G1-10673708/beyond-competition-to-sur-petition>