

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan proses penelitian di perusahaan AR Brew mengenai analisis strategi inovasi yang dilakukannya, maka dapat disimpulkan beberapa kesimpulan dari pembahasan pada Bab 5, yaitu:

1. Strategi inovasi yang dilakukan oleh AR Brew lebih berfokus kepada inovasi inkremental pada produk dan proses. Inovasi produk dan proses yang dilakukan sudah tepat dan mendapat posisi unggul. Hal ini terbukti berdasarkan hasil dari matriks CPM bahwa AR Brew unggul dalam beberapa faktor daripada pesaingnya, terutama signifikan pada inovasi produknya.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan oleh peneliti pada AR Brew, kekuatan internal AR Brew terletak pada rasa produk itu sendiri, kebersihannya, serta mesin yang dipakai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya. Sementara itu, kelemahan internalnya terletak pada keterbatasan modal yang dimiliki perusahaan, promosi, dan distribusi. Sedangkan peluang perusahaan cukup luas seperti jumlah penduduk Indonesia tinggi, daya beli masyarakat tinggi, dan juga akibat tarif cukai rokok konvensional meningkat maka orang-orang banyak yang berpindah dari rokok konvensional ke rokok elektrik. Lalu yang terakhir adalah

ancaman eksternal berupa kesamaan dalam penamaan ataupun rasanya, pesaing di industri HPTL memiliki jalur distribusi yang matang, serta peraturan pemerintah.

3. Keterbatasan modal atau biaya yang dimiliki oleh AR Brew dapat berpengaruh pada seluruh aspek dalam perusahaan. Salah satunya adalah pada proses inovasi, dibutuhkan berulang kali *trial & error* yang dilakukan hingga akhirnya tercipta formula rasa terbaik yang bisa dihadirkan. Desain dan kemasan pun ikut mengambil andil dalam strategi inovasi pada AR Brew. Desain produk AR Brew berkonsep *elegant* dan mampu melukiskan rasa tersebut dalam gambar. Seluruh proses tersebut didukung oleh SDM yang kompeten.
4. Dalam inovasi produknya, AR Brew tidak selalu mengikuti *trend* yang sedang ramai dibicarakan. Mereka mempertimbangkan jangka panjang dari suatu *trend* tersebut untuk menghindari risiko persediaan mati (*deadstock*). Fokus mereka masih berada pada rasa *creamy* dan *fruity*.
5. Berdasarkan hasil pada matriks QSPM, strategi inovasi yang tepat dan dapat dilakukan oleh AR Brew di masa yang akan datang adalah strategi pengembangan produk (*product development*). Hal tersebut didukung oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh AR Brew saat ini.

## 6.2. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti di Bab 5, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan untuk AR Brew:

1. Melakukan riset inovasi produk dengan mencoba membuat cairan rokok elektrik yang memiliki rasa tradisional khas Indonesia. Selain agar dapat menarik perhatian pasar nasional dan juga internasional, namun juga rasa tersebut sudah dikenal di lidah masyarakat Indonesia.
2. Menambah modal perusahaan dengan bekerja sama dengan investor lain demi memperkuat biaya perusahaan dan memungkinkan untuk adanya ekspansi.
3. Pemberian kode atau label tertentu untuk masing-masing dari bahan yang dipakai untuk produksi. Misalnya Nikotin diberi kode K-25, *essence* kopi diberi kode HF-3, dan lain sebagainya. Serta selain itu, membatasi aliran informasi pada orang-orang tertentu di dalam perusahaan. Hal tersebut agar mencegah kebocoran formula rahasia produk perusahaan.

Seluruh spekulasi penulis yang tertera di atas membutuhkan validasi lebih lanjut.

### **6.3. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh penelitian tidak akan bisa sempurna, termasuk pada penelitian ini. Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian dilakukan dengan ruang lingkup bisnis yang baru beroperasi selama 2 tahun, yaitu sejak Desember 2018. Maka tidak bisa digeneralisasikan dengan bisnis rokok elektrik lain yang telah beroperasi di atas 2 tahun. Selain itu, keterbatasanpun terletak pada waktu, tenaga, lokasi, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020, Juni 17). Diambil kembali dari Kompas: <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/06/17/media-sosial-tak-sekadar-jaringan-pertemanan/#:~:text=Pengguna%20media%20sosial%20di%20Indonesia,d%20Indonesia%20pada%20Januari%202020>.
- Alsa, A. (2007). *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (1986). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arussy, L. (2015, Juni 1). Diambil kembali dari Inc: <https://www.inc.com/lior-arussy/success-may-be-your-biggest-obstacle-to-future-success.html>
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Darwin, C. (1859). *On The Origin of Species by Means of Natural Selection, or Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life*. London: John Murray.
- David, F. (2009). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep*. (H. Mahardika, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi : Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concept and Cases*. New Jersey: Pearson Education.
- David, F. R. (2013). *Strategic Management : Concepts*. Boston: Pearson Education.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. (N. Puspasari, & L. N. Puspitasari, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.
- F Nugrahani, & M Hum. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can!* Bekasi: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Freeman. (2004). Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited. *Organization Science*, 15.
- Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (1999). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. (R. Kasali, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Handayani, M. T. (2020, Juli 14). Diambil kembali dari Ektrut Media: <https://www.ekrut.com/media/segmenting-targeting-positioning-adalah#:~:text=STP%20atau%20Segmentation%20Targeting%20Positioning,pada%20segmentasi%20target%20audiens%20tertentu>.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenai, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hilman, H., & Kaliappen, N. (2015). Innovation Strategies and Performance: Are They Truly Linked? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11, 48-63.
- Hittmár, Š. V., & Lendel, V. (2014). Proposal of model for effective implementation of innovation strategy to business. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1194 – 1198.
- Hsu, Y. (2011). Design Innovation and Marketing Strategy in Successful Product Competition. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 223-236.

- Kazinguvu, N. (2016). Strategic Innovation in Management of small and Medium-Sized Manufacturing Companies in Rwanda, East Africa Collaborative PhD. *Program in Economics and Management*, 3, 1-13.
- Klein, K. J., & Sorra, J. S. (1996). The Challenge of Innovation Implementation. *Academy of Management Review*, 21, 1055-1080.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kusnadi. (2000). *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marpaung. (2004). "Apa Itu PMRI. Makalah pada Seminar Nasional Sehari: Penerapan Pendidikan Matematika Realistik Pada Sekolah Dan Madrasah".
- Marrus, S. K. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Maulina, R. (2020, Januari 4). Diambil kembali dari Jurnal Entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/implementasi-strategi-pemasaran-stp-bisnis-online/>
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (2003). *Research in Education*. New Jersey: Pearson.
- Melum, M. (2002). Developing high performance leaders. *Quality Management in Health Care*, 11, 55-68.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi . (2011). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munandar, U. (2009). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Nilasari, S. (2014). *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Nugraha, J. (2020, Juni 2). Diambil kembali dari Merdeka.com :  
<https://www.merdeka.com/jateng/4-fungsi-produksi-dalam-perusahaan-yang-perlu-diketahui-klm.html?page=2>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan. *CornTech*, 5, 1110-1118.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pearce, J., & Robinson, R. (2013). *Strategic Management Planning for Domestic & Global Competition*. London: McGraw-Hill Education.
- Permana, A. (2019, November 28). *Inovasi Bisnis : Menuju Perusahaan Maju*. Diambil kembali dari SEO Anak Sholeh:  
<https://seoanaksholeh.com/bisnis/inovasi-bisnis>
- Prawirosentono, S. (2007). *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putra. (2020, Februari 14). Diambil kembali dari Salamadian:  
<https://salamadian.com/pengertian-bisnis/#:~:text=Funsi%20Produksi%2C%20yaitu%20fungsi%20bisnis,da pat%20dijangkau%20atau%20diidentifikasi%20konsumennya.>
- Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rita. (2010, November). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur. *BINUS BUSINESS REVIEW*, 1, 474-487.
- Rizqi, A. N. (2020, January 13). Diambil kembali dari Semarang.bisnis.com:  
<https://semarang.bisnis.com/read/20200113/536/1189753/cukai-naik-banyak-perokok-beralih-ke-vape>

- Robbins, S. P. (1994). *Teori Organisasi: Struktur, Desain dan Aplikasi*. (J. Udaya, Penerj.) Jakarta: Arcan.
- Robert, M. R., & Jackson, J. (2006). *Human Resource Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robert, P., & Amit, R. (2003). The dynamic of innovative activity and competitive advantage : The case of Australian retail banking, 1981 to 1995. *Organization Science*, 14, 107-122.
- Rofaida, R., Suryana, Aryanti, A. N., & Perdana, Y. (2019). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 8, 402-414.
- Rosli, & Sidek. (2013). The impact of Innovation on the Performance of Small and Medium Manufacturing Enterprises: Evidence from Malaysia. *Entrepreneurship Vision 2020: Innovation, Development Sustainability, and Economic Growth*, 794-809.
- Sadik, O. (2016). Willingness to Pay for Innovations: An emerging European innovation adoption behavior. *European Journal of Innovation Management*, 19, 568-588.
- Setiawan, A. (2013, Juli). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.
- Siagian, S. P. (2004). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Spradley, P. J. (1980). *Participant Observation*. Florida: Holt, Rinehart and Winston .
- Sudarto. (1997). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.



- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. . Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaeni, T. (2018, April). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4, 57-74.
- Susanthi, P. R. (2017, November). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam). *Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 1, 30-42.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2013). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change, 5th edition*. Wiley.
- Tunggal, A. W. (1998). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja: Konsep Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Yin, R. K. (2008). *Case Study Research: Design and Methods. 4th Edition*. Illinois: Sage Publications, Inc.