



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weiradoo**

Skripsi

Oleh

Loza Dinutama

2016320131

Bandung

2021



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weiradoo**

Skripsi

Oleh

Loza Dinutama

2016320131

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Loza Dinutama  
Nomor Pokok : 2016320131  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weiradoo

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 28 Juli 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Angela Caroline, S.AB., M.M.

: \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Loza Dinutama

NPM : 2016320131

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weirdo

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar

Bandung, 13 Juli 2021



Loza Dinutama

## ABSTRAK

Nama : Loza Dinutama  
NPM : 2016320131  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weirdoo

---

Fashion merupakan salah satu industri yang sedang mengalami perkembangan cukup pesat di Indonesia, jenis pakaian siap pakai adalah salah satunya. Perkembangan yang terjadi tersebut menimbulkan tingginya permintaan konsumen terhadap produk-produk pada industri fashion pakaian siap pakai. Hal tersebut membuat pangsa pasar menjadi sangat berpotensi. Potensi yang ada membuat para produsen di industri ini berlomba-lomba untuk mengembangkan berbagai macam produk guna memenuhi tingginya permintaan konsumen. Is It Weirdoo merupakan salah satu pelaku bisnis pada industri fashion pakaian siap pakai yang memiliki kepercayaan diri dalam memangkan keunggulan bersaing dengan para kompetitor. Produsen produk fashion yang terus tumbuh seiring dengan perkembangan fashion itu sendiri menyebabkan tingkat persaingan antar kompetitor semakin sengit. Maka, hal tersebut mendorong Is It Weirdoo untuk terus melakukan inovasi guna menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis dengan metode studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara. Proses analisa data dilakukan dengan menggunakan Rantai Nilai Inovasi dan Radar Inovasi Bisnis.

Penelitian ini memiliki fokus pada analisa strategi inovasi merek fashion Is It Weirdoo yang bertujuan untuk membahas dan menganalisa bagaimana Is It Weirdoo menerapkan aktivitas penciptaan inovasi, kemudian diberikan petunjuk mengenai jenis inovasi yang akan dilakukan atau yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan. Lalu, peneliti melakukan analisis data sebagai upaya dalam mengambil kesimpulan dan memberikan rekomendasi inovasi yang dapat dilakukan Is It Weirdoo.

**Kata kunci : Analisis Strategi, Strategi Inovasi, Rantai Nilai Inovasi, Radar Inovasi Bisnis.**

## ABSTRACT

*Name* : Loza Dinutama  
*NPM* : 2016320131  
*Title* : *Analysis Innovation Strategy of Is It Weirdoo*

---

*Fashion is one of the industries that is developing quite rapidly in Indonesia, ready-to-wear clothing is one of them. These developments have led to high consumer demand for products in the ready-to-wear fashion industry. This makes the market share very potential. The existing potential makes producers in this industry compete to develop various kinds of products to satisfy high consumer demand. Is It Weirdoo is one of the business actors in the ready-to-wear fashion industry who has the confidence to gain a competitive advantage over competitors. Manufacturers of fashion products that continue to grow along with the development of fashion itself causes the level of competition between competitors to be increasingly fierce. So, this encourages Is It Weirdoo to continue to innovate in order to maintain the company's survival in the face of competition.*

*Research uses descriptive analytical research with case study method. Data collection methods used are observation and interviews. The data analysis process is carried out using the Innovation Value Chain and Business Innovation Radar.*

*This study focuses on analyzing the innovation strategy of the Is It Weirdoo fashion brand which aims to discuss and analyze how Is It Weirdoo implements innovation creation activities, then gives instructions on the types of innovations that will be carried out or that the company should do. Then, the researchers conducted data analysis as an effort to draw conclusions and provide recommendations for innovations that can be done by Is It Weirdoo.*

***Keywords* : Strategy Analysis, Innovation Strategy, Innovation Value Chain, Business Innovation Radar.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmatNya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini. Penulisan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah “Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weiradoo”. Dalam penyusunan skripsi ini telah dibantu oleh banyaknya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dengan setulus hati, kepada:

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil. sebagai dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan segala kekurangan yang dimiliki. Terima kasih atas segala waktu, tenaga, kesabaran, dan ilmu yang sudah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo. M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan dan sebagai dosen wali penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.

4. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengajaran kepada penulis selama masa perkuliahan sehingga penyusunan skripsi ini dapat dilakukan hingga selesai.
5. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Mama serta kedua saudara tersayang A Lona dan Teh Olla yang selalu memberikan semangat dengan kesabaran, doa, dan dukungan tiada henti kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril dan materil.
6. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Pihak dari Is It Weirdoo yang senantiasa membantu penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, tenaga, pengalaman, dan informasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Anne Natasha, S.AB. sebagai orang terdekat yang selalu memberikan motivasi, perhatian dan pembelajaran kepada penulis juga senantiasa menemani penulis di setiap kesempatan dan membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Jody Sandwiadji selaku orang yang sudah penulis anggap sebagai kakak sendiri yang sudah banyak memberikan pengalaman, relasi dan pembelajaran baru kepada penulis.
10. Fadel Ul Alam, Firly Rakawalid, Fajri Itang sebagai orang-orang yang sudah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

11. Daviga, Zidan, Edra, Rangdip, Aria, Aldo, Aryo, Kevin yang sudah memberikan banyak waktu dan tenaga untuk menemani penulis di saat saat suka, sedih, gabut dan banyak lagi di masa perkuliahan ini.
12. Anak – anak Agen Perubahan lainnya yang sudah memberikan waktunya untuk selalu berkumpul bersama dengan canda tawa disela-sela masa perkuliahan.
13. Awip, Gibran, Ucup, Ronaldo, Revaldo, Sandry dan semua anak-anak Rugib Reunion yang merupakan sahabat-sahabat penulis sejak di bangku sekolah yang hingga saat ini masih terus bersama.
14. Nanda dan Dede yang selalu menemani penulis bermain game untuk mengisi waktu luang selama ini.
15. Apex Legend sebagai pihak yang sudah memberikan kesenangan dan kemarahan kepada penulis selama dua tahun lebih.
16. Kak Arrum, Bang Ega, Suma, dan anak – anak Patamon Squad lainnya yang sudah ikhlas untuk mendengarkan berbagai macam keluh kesah penulis dalam menghadapi hidup ini.
17. Parahyangan Scooter Soul, Setiawan dkk yang telah membuka banyak relasi bagi penulis serta telah memberikan banyak pengalaman hidup sehingga penulis dapat menjadi orang yang lebih baik dari sebelumnya, terutama Bayu Yulansyah, terima kasih didikannya selama ini, kalau ngga ada maneh aing ngga jadi kayak sekarang.

18. Om Rico dan Tante Ninuk sebagai orang yang sudah penulis anggap sebagai orang tua sendiri, terima kasih atas segala perhatian dan kasih sayang yang sudah diberikan kepada penulis selama di Bandung.

19. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal proses penyusunan hingga akhir. Saya ucapkan terima kasih atas segala dukungan dalam berbagai bentuk. Mohon maaf jika terjadi kesalahan baik ucapan maupun tindakan yang tidak berkenan

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan masih kurangnya pengalaman dan keterbatasan ilmu penulis baik dari aspek penulisan dan pembahasan<sup>86</sup>. Maka dari itu, kritik serta saran dari pihak-pihak yang membaca penelitian ini tentu akan membantu penulis kedepannya. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan baru bagi pembaca.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas segala kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan dengan baik.

Bandung, 13 Juli 2021

Penulis,

Loza Dinutama

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pengertian Strategi .....	8
2.2 Pengertian Manajemen Strategi.....	8
2.3 Pengertian Inovasi .....	9
2.4 Rantai Nilai Inovasi.....	10
2.5 Radar Inovasi Bisnis.....	12
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
BAB III METODOLOGI PENEITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian .....	18
3.2 Metode Penelitian.....	18

3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Sumber Data.....	20
3.5 Teknik Analisa Data.....	20
3.6 Protokol Studi.....	22
3.7 Model Penelitian .....	24
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	27
4.2 Sejarah Perusahaan.....	28
4.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	29
4.4 Nilai Inti Perusahaan .....	29
4.5 Keunggulan Perusahaan .....	30
4.6 Kelemahan Perusahaan.....	30
4.7 Penawaran Perusahaan .....	30
4.8 Aktivitas Bisnis Perusahaan .....	32
4.8.1 Produksi .....	32
4.8.2 Pelayanan dan Pemesanan .....	34
4.8.3 Promosi .....	35
4.8.4 Target Pasar Utama Perusahaan .....	37
4.9 Struktur Organisasi Perusahaan .....	38
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Rantai Nilai Inovasi.....	47
5.1.1 Penggalan Ide ( <i>Idea Generation</i> ) .....	47
5.1.2 Pengembangan Ide ( <i>Idea Conversion</i> ).....	50

5.1.3 Penyebaran Ide ( <i>Idea Diffusion</i> ).....	54
5.2 Radar Inovasi Bisnis.....	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
6.1 Kesimpulan.....	67
6.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	77
INTERVIEW GUIDELINE.....	77

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Penjelasan 12 Dimensi Inovasi Bisnis dalam Radar Inovasi Bisnis .....	13
Tabel 2 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3 Protokol Studi .....	22
Tabel 4 Daftar Ide Inovasi Is It Weirdoo .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian .....	25
Gambar 2 Logo Is It Weirdoo .....	27
Gambar 3 Produk Is It Weirdoo .....	31
Gambar 4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	38
Gambar 5 Rantai Nilai Inovasi.....	47
Gambar 6 Foto Produk Pria .....	53

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Fashion* merupakan sebuah kata yang kerap kali digunakan dalam kehidupan sehari-hari. *Fashion* seringkali merujuk pada pakaian atau busana, padahal kata *fashion* sendiri sejatinya menggambarkan semua hal yang sedang tren di dalam masyarakat. Hal tersebut mencakup gaya hidup seseorang seperti pakaian, hiburan, barang-barang konsumsi, dan lain-lain. Jadi dapat dikatakan antusiasme masyarakat terhadap sesuatu dan menjadi sebuah tren, dapat dikatakan sebagai *fashion* (Trisnawati, 2011).

*Fashion* menjadi sebuah bagian yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Walaupun *fashion* identik dengan sebuah tren di masyarakat, *fashion* cenderung memiliki umur yang relatif pendek. Kendati demikian, *fashion* memberikan konotasi yang positif kepada masyarakat seperti nilai estetika yang tinggi, kesan tertentu, dan sebagainya, yang tentunya akan berubah sesuai dengan perkembangan zaman. *Fashion* dapat menjadi sebuah wadah dimana seseorang dapat mengekspresikan dirinya. *Fashion* juga dapat dijadikan alat ukur yang mendefinisikan status sosial sampai kemampuan ekonomi seseorang. Dengan adanya tren positif di masyarakat, *fashion* kini menjadi sebuah industri yang menjanjikan. Dilansir melalui *website* CNBC Indonesia, industri *fashion* mampu berkontribusi sekitar 18,01% atau Rp 116 trilliun (Gairah Industri Fashion Indonesia, 2019). Menurut laporan Ellen McArthur Foundation, dipaparkan bahwa

rata-rata saat ini industri tekstil masih menggunakan model produksi ekonomi liner (buat, gunakan dan buang) atau biasa disebut dengan *fast fashion* (Sutrisno, 2020). Di Indonesia sendiri, nilai dari ekspor kelompok industri tekstil dan produk tekstil tersebut (TPT) Indonesia menyentuh angka USD \$13,27 miliar pada tahun 2018 dan menunjukkan trend peningkatan dari tahun ke tahun (Mikhael, 2020)

Awalnya, perkembangan *fashion* di Indonesia cenderung berkiblat pada *fashion* barat mulai dari bahan yang digunakan sampai pada desain yang ditawarkan. Namun, dewasa ini para pelaku industri kreatif mulai berlomba-lomba untuk mengedepankan ciri khas dari masing-masing produk *fashion* yang mereka tawarkan. Hal itu juga merupakan salah satu akibat dari sudah mulai banyaknya kompetitor pada industri ini. Para pelaku bisnis memproduksi barang yang sudah bukan hanya sekedar memiliki fungsi semata, namun barang tersebut dirancang untuk dapat bisa mencerminkan kepribadian pemakainya. Konsumen dapat membedakan setiap barang yang beredar di pasaran tentunya karena ada ciri khas dari masing-masing *brand*. Maka dari itu, ciri khas atau karakter dari sebuah produk sangatlah penting untuk dimiliki oleh setiap produk *fashion*.

Pakaian *ready to wear* merupakan produk yang cukup laris pada pasar industri *fashion* terkini. Ada dua konsep bisnis yang menjadi dasar utama produksi pakaian *ready to wear*, yaitu *fast fashion* dan *slow fashion*. *Fast fashion* merupakan sebuah konsep dimana adanya perputaran tren yang cepat dalam kurun waktu tertentu. Contohnya, saat musim panas pakaian yang diproduksi akan didesain sesuai dengan kondisi tersebut, seperti desain, bahan, dan nama dari produknya pun akan menyesuaikan. Hal tersebut dilakukan oleh produsen secara terus menerus

seiring dengan adanya pergantian musim. Bahkan, ada beberapa produsen yang membuat perputaran tren setiap bulannya, seperti *April Collection*, dan sebagainya. Adanya perputaran tren yang sangat cepat tersebut tentu menimbulkan efek negatif seperti menumpuknya limbah dari produksi *fast fashion* itu sendiri. Sedangkan, konsep bisnis *slow fashion* muncul sebagai antitesis dari konsep *fast fashion* yang sudah mendominasi industri pakaian *ready to wear*. *Slow fashion* merupakan sebuah konsep dimana pakaian yang diproduksi harus memiliki ketahanan yang baik, kualitas yang tinggi, dan ramah lingkungan. Munculnya konsep ini pada industri pakaian *ready to wear* juga didasari oleh efek negatif dari konsep *fast fashion* yang semakin hari semakin meningkat. Para produsen produk *slow fashion* juga bertanggung jawab untuk mengedukasi para konsumennya untuk menggunakan produknya secara berkelanjutan serta menginformasikan mengenai material yang digunakan untuk produksi pakaian tersebut (Dimara, 2018).

Salah satu produk *fast fashion* yang sedang tren belakangan ini adalah pakaian *ready to wear* jenis rajutan (Al Mukarramah, 2020). Rajutan pertama kali ditemukan pada tahun 1000 M di Mesir yang membuat para peneliti beranggapan bahwa seni rajut berasal dari Timur Tengah (Sejarah Rajutan (Knitting) , 2015). Di Indonesia sendiri, tidak diketahui dengan pasti kapan masuknya seni rajut ini, namun diperkirakan bahwa seni merajut dipopulerkan oleh orang-orang Belanda karena stik rajutan sendiri lebih dikenal dengan nama brein. Walaupun pakaian rajut dikhususkan untuk menghangatkan badan, masyarakat Indonesia seringkali menggunakannya untuk menghadiri acara *casual* (Tamara, 2015). Dengan

karakteristik bahan yang elastis dan halus, pakaian rajut mempunyai daya tarik sendiri di mata masyarakat.

Is It Weirdoo merupakan salah satu contoh pelaku bisnis pada industri *fast fashion* pakaian *ready to wear* jenis rajutan yang berasal dari Bandung. Is It Weirdoo berdiri pada tahun 2020 sebagai *brand* yang mengusung tema *colorful* pada pakaian rajut yang mereka produksi. Berbeda dengan pakaian rajut yang biasa beredar di berbagai *marketplace*, Is It Weirdoo memproduksi produknya dengan sistem *handmade*, dimana semua produk yang dijual merupakan buatan tangan secara langsung tanpa menggunakan mesin. Dijelaskan oleh Anne Natasha, selaku salah satu pemilik, Is It Weirdoo berdiri karena dilatarbelakangi oleh kondisi pandemi yang mengharuskan semua kegiatan dilakukan dirumah. Hal tersebut membuat pemilik menghabiskan waktu dengan mempelajari teknik merajut, mengaplikasikannya, kemudian menjualnya. Ramainya industri *fast fashion* terkini juga merupakan salah satu faktor pendukung dari berdirinya Is It Weirdoo. Is It Weirdoo menggunakan salah satu media sosial yaitu *instagram* sebagai tempat untuk menjual produknya. Berbagai respon positif dari pengguna *instagram* pada produk yang dijual terus bermunculan sehingga Is It Weirdoo mulai secara rutin untuk memproduksi berbagai model pakaian rajut *ready to wear*. Dengan kondisi pasar yang bebas dan luas, tentunya bukan tidak mungkin akan ada pesaing yang muncul menggunakan tema dan konsep serupa. Melihat kondisi tersebut, Is It Weirdoo terdorong untuk terus melakukan inovasi pada setiap pakaian yang mereka produksi

Penerapan strategi inovasi merupakan sebuah aktivitas penting yang membantu Is It Weirdoo dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensinya di dalam industri *fast fashion*. Inovasi yang dilakukan juga dapat menjadi faktor penting bagi perusahaan demi mencapai keunggulan bersaing dengan kompetitor pada inudstri serupa. Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mngenai strategi inovasi yang dilakukan oleh Is It Weirdoo. Adapun judul atau topik yang akan dibahas dalam penyusunan penelitian skripsi ini adalah “Analisis Strategi Inovasi pada Is It Weirdoo”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Maka untuk mengetahui strategi inovasi Is It Weirdoo dalam mencapai keunggulan bersaing terhadap kompetitor pada industri serupa dalam tahap melakukan inovasi yang dilakukan berdasarkan dengan konsep Rantai Nilai Inovasi dan Radar Inovasi Bisnis, menemukan beberapa perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana penerapan Rantai Nilai Inovasi yang dilakukan oleh Is It Weirdoo?
2. Bagaimana penerapan Radar Inovasi Bisnis yang dilakukan oleh Is It Weirdoo?
3. Apa rekomendasi Inovasi yang dapat dilakukan oleh Is It Weirdoo?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diinginkan oleh penulis berdasarkan identifikasi masalah diatas, adalah :

1. Untuk menguraikan penerapan dan mengetahui Rantai Nilai Inovasi yang dilakukan oleh Is It Weirdoo dalam mencari dan menemukan kesenjangan serta keunggulan guna menghadapi persaingan dengan kompetitor pada industri *fast fashion* pakaian *ready to wear* jenis rajutan.
2. Untuk menguraikan penerapan dan mengetahui Radar Inovasi Bisnis yang dilakukan oleh Is It Weirdoo dalam memantau jenis inovasi yang akan dan sebaiknya dilakukan untuk berinovasi guna mencapai tujuan memenangkan keunggulan bersaing dalam industri *fast fashion* pakaian *ready to wear* jenis rajutan.
3. Untuk mengetahui rekomendasi inovasi yang dapat untuk dilakukan oleh Is It Weirdoo dengan menyesuaikan dengan kondisi perusahaan guna mendapatkan inovasi yang tepat dan mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen, komunitas dan lingkungan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Harapan penulis dari terwujudnya skripsi ini adalah untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan seperti perusahaan, pihak yang memerlukan, dan bagi penulis sendiri.

1. Manfaat bagi perusahaan

Penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat membantu perusahaan, memberikan referensi strategi inovasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan nilai tambah bagi konsumen dan kinerja perusahaan kedepannya dan pertimbangan dalam penyusunan

kebijakan, untuk mencapai tujuan perusahaan sehingga mampu bersaing dengan kompetitor serta memaksimalkan potensi dan peluang, meminimalisir kelemahan dan tantangan yang mungkin dihadapi perusahaan yang dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya.

2. Manfaat bagi pihak yang memerlukan

Diharapkan hasil akhir dari penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan serta informasi secara akademis khususnya bagi ranah usaha yang sejenis.

3. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini menjadi wadah pembelajaran bagi penulis harapkan dapat memperluas wawasan, ilmu dan pengalaman mengenai kebijakan dan strategi bisnis perusahaan serta sebagai ilmu nyata untuk menjalankan bisnis.