

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama kurang lebih delapan bulan, maka dapat disimpulkan beberapa hal yang sesuai dengan pembahasan dan analisis yang telah dikemukakan pada BAB 5, dengan hasil sebagai berikut:

6.1.1 Posisi Strategis Inovasi Produk Bluesville

Bluesville melakukan serangkaian pengembangan produk dengan melaksanakan delapan tahapan dalam mengembangkan produk, yaitu sebagai berikut:

1. Penciptaan Gagasan (*Idea Generation*)

Gagasan yang diawali oleh pendiri perusahaan yang ingin menciptakan produk yang berkonsep alami dan memiliki nilai budaya Batik di Indonesia. Dalam menciptakan gagasan tidak hanya dalam jajaran pendiri saja, tetapi melibatkan sumber daya manusia didalam perusahaan.

2. Penyaringan Gagasan (*Idea Screening*)

Setelah sejumlah gagasan disampaikan, kemudian melakukan penyaringan gagasan dengan konsep yang lebih spesifik sesuai dengan tujuan perusahaan, yaitu menciptakan produk pakaian moderen.

3. Pengembangan dan Pengujian Konsep (*Concept Development and Testing*)

Bluesville melakukan pengujian konsep dengan melakukan eksplorasi desain produk, kemudian mengujinya kepada publik melalui *internet*. Dalam pengujian ini, konsep produk mendapatkan respon positif.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy Development*)

Dalam merancang strategi pemasaran, Bluesville merancang segmentasi dan target pasar, serta menentukan penetapan harga produk. Kemudian merumuskan saluran distribusi dan jaringan penjualan yang dilakukan secara *online* dan melalui toko ritel pakaian di Jakarta dan Surabaya.

5. Analisis Bisnis (*Business Analysis*)

Dalam tahap ini, Bluesville melakukan estimasi produksi dan penjualan yang akan dilakukan setiap bulan

6. Pengembangan Produk (*Product Development*)

Setelah memperdalam konsep desain dari produk, Bluesville mengembangkan produknya pada tiga lini produk, yaitu Bluesville, *Easy Style* dan *Made To Order*.

7. Uji Coba Pemasaran (*Market Testing*)

Bluesville melakukan kegiatan uji coba pemasaran melalui *internet* berupa forum untuk meningkatkan *brand awareness*. Pada uji coba pemasaran ini dilakukan dengan memaksimalkan jaringan pemasaran di DKI Jakarta sebagai langkah awal.

8. Komersialisasi (*Commercialization*)

Dalam melakukan komersialisasi produk, Bluesville membangun fasilitas *workshop* untuk melakukan produksi. Kemudian untuk strategi dalam merilis produk, dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan sebuah forum bernama Darahkubiru dalam sebuah *event* untuk menarik konsumen.

Dengan demikian, berdasarkan setiap tahap pengembangan produk yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengembangan produk yang dilakukan Bluesville sudah cukup baik. Dimulai dengan penciptaan gagasan yang berasal dari para pendiri perusahaan, tetapi dengan berkembangnya perusahaan, penciptaan gagasan melibatkan seluruh sumber daya manusia yang ada didalam perusahaan. Dalam pengembangan dan pengujian konsep sudah cukup efisien, dengan menggunakan bahan baku alami dan teknologinya masih sederhana sehingga ramah lingkungan.

Dari segi distribusi produk tahap awal sudah cukup maksimal dengan tujuan memperluas *brand awareness* di kota DKI Jakarta sebagai langkah awal strategi, kemudian melakukan distribusi secara *online* dan mendistribusikan produk di salah satu gerai di Surabaya. Pengembangan produk yang dilakukan sesuai dengan konsep awal yang diusung, serta melakukan eksplorasi konsep

produk untuk menciptakan keunggulan. Dalam proses pemasarannya masih perlu untuk memperluas saluran distribusi dan jaringan penjualan di beberapa kota besar di Indonesia, untuk menjangkau permintaan konsumen.

6.1.2 Langkah Strategik Untuk Mengambil Inovasi Produk Bluesville

Setelah melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal, maka dapat dirumuskan kedalam analisis SWOT yang akan membahas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Langkah strategik yang dapat dilakukan Bluesville untuk mengambil inovasi dalam meningkatkan efektifitas proses inovasi adalah sebagai berikut:

a. Strategi Strengths – Opportunities (SO)

1. Mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan pameran industri kreatif untuk memperluas pemasaran mengenai inovasi produk yang dilakukan Bluesville. Dalam kegiatan ini akan meningkatkan pengetahuan konsumen akan inovasi-inovasi produk yang dilakukan Bluesville.
2. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk untuk memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk Bluesville yang baru dan inovatif.

b. Strategi Weaknesses – Opportunities (WO)

1. Meningkatkan dan memperluas lini produk dengan harga yang lebih terjangkau oleh konsumen. Melakukan pengembangan

segmentasi pasar kelas menengah-kebawah, agar menjangkau konsumen dengan kemampuan ekonomi menengah-kebawah dapat mengkonsumsi produk Bluesville.

2. Memperluas saluran distribusi produk dan jaringan penjualan Bluesville di Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap peningkatan permintaan produk Bluesville.

c. Strategi *Strengths – Threats* (ST)

1. Menciptakan produk baru yang lebih inovatif untuk mengatasi ancaman-ancaman yang berasal dari pesaing baru dengan memiliki konsep dan produk yang sama. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan keunggulan bersaing Bluesville sebagai perusahaan *first entry* di Indonesia yang memiliki konsep moderen, *Natural Dyed Goods* dan Batik Tradisional.
2. Melakukan kolaborasi dengan *apparel brand* ternama yang dikenal sebagian besar masyarakat di Indonesia untuk meningkatkan variasi dari inovasi produk Bluesville.

d. Strategi *Weaknesses – Threats* (WT)

1. Memperluas saluran media promosi selain dengan menggunakan media digital, yaitu menggunakan media cetak, koran, majalah dan sejenisnya untuk menjangkau seluruh elemen masyarakat. Kemudian, menciptakan variasi promosi penjualan produk dengan

harga yang lebih terjangkau, namun tidak melepaskan konsep inovatif.

2. Melakukan eksplorasi dalam menciptakan tren produk baru yang inovatif untuk memperkuat *brand image* dari Bluesville, serta menjadikan produk Bluesville sebagai *trendsetter* produk pakaian yang variatif dan memiliki keunggulan dalam inovasi produknya.

Berdasarkan uraian langkah strategik diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

Bluesville sesuai untuk menggunakan strategi *Strength-Threats* (ST) untuk menciptakan produk baru yang lebih inovatif untuk memenangkan persaingan pasar produk yang sejenis. Untuk pengimplementasiannya bisa dilakukan dengan melaksanakan kolaborasi yang bersifat horisontal untuk kerjasama dengan perusahaan pesaing produk sejenis untuk kolaborasi dalam hal produksi dalam menciptakan posisi produk inovatif dengan tema yang sama yaitu *Natural Dyed Goods*.

6.1.3 Bentuk Inovasi Yang Dilakukan oleh Bluesville

Dapat disimpulkan bahwa Bluesville memasuki 3 bentuk inovasi, yaitu Inovasi Produk (Pengembangan), Inovasi Pasar, dan Inovasi Bisnis. Dalam Inovasi Pengembangan, Bluesville melakukan pengembangan dalam produknya yang berupa produk pakaian kemeja,

dengan memodifikasi tambahan aksesoris batik dan segi desainnya menggunakan pewarna *indigo* yang menciptakan kesan baru pada produk yang sejenisnya. Kemudian, Bluesville melakukan Inovasi Pasar, yaitu menciptakan sebuah pasar yang baru yang diisi oleh konsumen yang mengapresiasi perubahan pada bidang *fashion* di Indonesia dan melakukan pemasaran secara digital melalui *internet* dan media sosial. Dari segi inovasi Bisnis, Bluesville perlu lebih melakukan diversifikasi produk untuk memperkaya sumber potensi dari produk itu sendiri, dengan menggunakan budaya batik tenun dan tulis tradisional Indonesia yang memiliki nilai tambah untuk produknya di mata konsumen dan memperkuat keunggulan dalam daya saing bisnis Bluesville dengan pesaing.

6.1.4 Inovasi Produk Yang Dilakukan Bluesville Dalam Mengembangkan Produk

Untuk mengembangkan bisnisnya, Bluesville melakukan inovasi pada produk pakaian jadi yang diawali dengan melakukan modifikasi pada produk-produk yang sebelumnya sudah ada menjadi sebuah produk yang baru dan memiliki keunikannya tersendiri. Pakaian kemeja dan pakaian luaran yang dimodifikasi dengan mengubah desain dan konsepnya yaitu melalui cara, dengan melakukan eksperimen untuk menggunakan bahan-bahan yang dipadu-padankan menjadi sebuah keunikan dengan menggunakan bahan *oxford*, *dobby*, *waffle cotton*, *pique cotton*,

denim dan memiliki warna alami *indigo* dengan proses pencelupan pada pewarna alami dan diberi sentuhan batik tulis tradisional. Menjadi sebuah inovasi yang berhasil dilakukan Bluesville sejak tahun 2011.

6.2 Saran

Adapun saran dari penulis yang ingin disampaikan untuk Bluesville sehingga dapat membantu keberlangsungan perusahaan kedepannya. Adalah sebagai berikut:

1. Dalam langkah pengembangan produknya, Bluesville perlu lebih memperkuat dan lebih mengembangkan konsep dari setiap lini produknya itu sendiri, untuk mengatasi pemain baru dengan konsep *Dyed Goods* yang menjual produk sejenisnya.
2. Dalam inovasi produk, Bluesville perlu melakukan eksplorasi yang mendalam dan evaluasi produk yang lebih luas, karena siklus *fashion* yang dinamis dan mudah berubah dalam menciptakan tren-tren baru yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.
3. Dari segi manajemen perusahaan terutama sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan dengan cara memberikan suatu *reward* kepada pegawai yang memiliki kontribusi atau prestasi dalam memberikan gagasan inovasi, yang dapat memperkuat keunggulan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amirullah, S.E., M.M. 2015. *Manajemen Strategi, "Analisis Lingkungan Eksternal", "Analisis Lingkungan Internal"*. Mitra Wacana Media.
- Dr. Muhammad Faisal Amir, 2014. *Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Fred R. David, *Manajemen Strategis*, Edisi ke-10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 6.
- Hamzuri, 1985. *Batik Klasik*. Jakarta, Djambatan.
- H.I Ansoff, 1988. *The New Corporate Strategy*. New York, John Wiley & Sons.
- Kusuma, S.T. 1987. *Psiko Diagnostik*. Yogyakarta, SGPLB Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat*. Bandung, Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2001. *A Framework For Marketing Management*. New Jersey, Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2, Edisi 12*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mellissa A Schilling. 2015. *Manajemen Strategis Inovasi Teknologi*. Pustaka Pelajar.
- Nazir Ph.D, Mohammad. 1999. *Metode Penelitian, Cetakan Ketiga*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Pearce John A. dan Robinson Richard B., 2014. *Manajemen Strategis, Jilid 1*. Salemba Empat.
- Porter, Michael E. 1985. *Creating and Sustaining Superior Performance*, New York, Free Press.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Alfabeta.

Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta, Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.

Jurnal:

Sri Hartini, *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.

<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18375/18200>

Jurnal oleh YA Untoro. Diakses melalui:

e-journal.uajy.ac.id/1574/3/2EM16271.pdf

Gumilar Rusliwa Surwanti, *Memahami Metode Kualitatif*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Nur Afrillita T., 2013. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda*, eJournal Administrasi Bisnis Fisip Unmul.

Julita, Eka Nurmala Sari. *Strategi Generik Porter Bagi UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Studi kasus: Pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang)*. FE Universitas Negeri Padang.

Website:

Sejarah Batik, diakses melalui:

http://indonesia.gunadarma.ac.id/batik/index.php?option=com_content&view=article&id=205&Itemid=232

Bluesville *Official Website*, diakses melalui:

<http://www.thebluesville.com>