

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis teliti, penulis mempunyai kesimpulan atas data yang sudah diperoleh mengenai Batik Fractal:

1. Pola manajemen inovasi Batik Fractal dalam mengatasi daya bersaing dengan perusahaan lain memegang teguh efektif dan efisien didalam perusahaan untuk mencapai pasar sasaran, yaitu memiliki harga yang murah tetapi mendapatkan motif sendiri sesuai keinginan konsumen yang memiliki kualitas yang tinggi dan tidak ada motif batik seperti yang Batik Fractal sediakan. Pola manajemen inovasi Batik Fractal terdiri dari:
  - a. Rantai nilai inovasi dalam aktivitas penggalian ide perusahaan mendapatkan ide dari karyawannya maupun masyarakat yang mengikuti workshop yang kemudian dikaji ulang oleh pimpinan perusahaan sebelum diimplementasikan didalam perusahaan.
  - b. Pengembangan dan perubahan ide yang didapatkan melalui penggalian ide sudah dikembangkan oleh pihak Batik Fractal yaitu software yang berbasis teknologi. Pengembangan ide yang dilakukan untuk memberikan nilai tambah kepada perusahaan dan membuat pelanggan menjadi puas atas desain batik yang sesuai dengan keinginannya sendiri.

- c. Penyebaran ide perusahaan Batik Fractal membuat pelanggan mendapatkan dan informasi terbaru dari Batik Fractal. Hal ini menunjang kemajuan usaha Batik Fractal terutama dalam bidang inovasi.
  - d. Produk software Batik Fractal dijadikan sebagai salah satu sumber keunggulan bersaing. Perusahaan dapat mendesain produknya sesuai dengan keinginan pelanggan akan mampu bertahan di tengah persaingan
2. Batik Fractal melakukan produksi, menciptakan software dan melakukan kegiatan workshop secara efektif bagi masyarakat. Efektif berarti sasaran atau tujuan telah tercapai sesuai dengan yang sudah direncanakan. Batik Fractal memproduksi produk tidak hanya bergantung kepada komunitas ibu-ibu dago pojok, melainkan sudah mempunyai bahan yang sudah di beli di Pekalongan, Cirebon, Yogyakarta, dan Banji.
3. Batik Fractal mendapatkan peringkat di dunia ke 24.397.270, peringkat di Indonesia ke 1.048.817, dan peringkat pada kategori pakaian ke 127.373 pada bulan Desember 2017. Peringkat Batik Fractal didapatkan berdasarkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan antara lain:
  - a. Perkembangan usaha Batik Fractal dari bulan oktober hingga desember 2017 mengalami penurunan, yaitu rata-rata kunjungan website kurang dari 5000 pengunjung, rata-rata waktu yang dihabiskan oleh pengunjung saat berada di website Batik Fractal per harinya 2 menit 6 detik, rata-rata halaman yang dibuka oleh pengunjung per harinya adalah 2,17, dan rata-rata angka

persentase antara tingkat kunjungan dengan tampilan halaman website Batik Fractal per harinya 40,98%.

- b. Strategi yang digunakan Batik Fractal untuk mempertahankan posisi perusahaan dalam bidang fashion di Indonesia dan dunia menggunakan strategi fokus diferensiasi dan biaya terbaik.
- c. Segmentasi Batik Fractal tinggal di daerah perkotaan dan wilayah kota-kota besar di Indonesia (Khususnya Bandung) dengan memiliki target pasar yang difokuskan kepada jenis kelamin pria dan wanita dengan usia 17-35 tahun. Tapi tidak menutup kemungkinan bahwa customer dari segmen pasar lain. Positioning Batik Fractal adalah harga yang murah tetapi mendapatkan motif sendiri sesuai keinginan konsumen yang memiliki kualitas yang tinggi.
- d. Promosi yang dilakukan oleh Batik Fractal selalu *up to date*. Batik Fractal selalu memberikan informasi mengenai apa yang sedang dilakukannya untuk dapat dilihat oleh para konsumen dan mengadakan workshop untuk menarik perhatian masyarakat sehingga masyarakat dapat lebih tahu cara pembuatan pola motif batik menggunakan software Jbatik.
- e. Sarana fisik Batik Fractal sudah memadai sehingga dapat memberikan fasilitas terhadap konsumen yang ingin melihat koleksi terbaru dari Batik Fractal.

## 6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis teliti, penulis mempunyai saran atas data-data yang sudah diperoleh mengenai Batik Fractal:

1. Stimulator inovasi Batik Fractal harus melakukan inovasi agar dapat ditingkatkan dengan memadukan elemen antara struktur kepemimpinan di dalam perusahaan dan sumber daya manusia sehingga tidak terpusat kepada pemimpin perusahaan saja.
2. Promosi harus dilakukan setiap saat agar konsumen dapat melihat informasi terbaru dengan cepat sehingga dapat dikunjungi oleh konsumen.
3. Sebaiknya Batik Fractal tidak fokus pada diferensiasi saja karena pesaing dapat meniru dan memodifikasi sehingga diferensiasi tidak berlaku lama dan segmen sasaran menjadi tidak menarik lagi karena sudah *mainstream*.
4. Sebaiknya Batik Fractal membuat aplikasi free untuk di handphone sehingga para remaja dapat mengenal Batik Fractal yang dapat membuat pola motif batik sesuai keinginan konsumen.