

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan dengan judul “Analisis Difusi Inovasi Produk Pakaian Dalam Mempertahankan Loyalitas Klien di PT Busanaremaja Agracipta”, disimpulkan bahwa perusahaan tersebut telah menerapkan berbagai strategi inovasi dengan menggunakan sistematis dan terstruktur untuk dapat mempertahankan loyalitas klien. PT Busanaremaja Agracipta telah menerapkan proses difusi inovasi yang cukup komprehensif, mulai dari identifikasi kebutuhan pasar hingga evaluasi pasca-peluncuran produk. Perusahaan berhasil menggabungkan riset pasar, kolaborasi internal, dan umpan balik pelanggan untuk menciptakan produk inovatif. Dalam hal ini dalam analisis difusi inovasi mengenai inovasi produk yang dilakukan PT Busanaremaja Agracipta dalam mempertahankan loyalitas dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan telah menerapkan proses difusi inovasi yang cukup baik dengan menggunakan pendekatan sistematis. PT Busanaremaja Agracipta telah membangun sistem identifikasi kebutuhan pasar yang komprehensif melalui kombinasi riset langsung (*direct communication*) dan tidak langsung (*indirect communication*). Pendekatan ini didukung oleh framework terstruktur yaitu *DNA Buyer*, *Blue Sky*, *White Space* yang memadukan kreativitas dengan

orientasi pasar. Namun, metode pengumpulan data masih terbatas pada sumber konvensional seperti brief klien dan ulasan online, sehingga belum mampu mengungkap kebutuhan konsumen secara mendalam. Analisis kompetitif juga belum menyentuh aspek prediktif.

2. PT Busanaremaja berhasil mengelola siklus inovasi produk setiap 6 bulan sesuai musim (Spring/Summer dan Fall/Winter). Secara keseluruhan, manajemen waktu di PT Busanaremaja Agracipta mencerminkan keseimbangan antara strategi jangka panjang yang mengikuti musim, serta respons cepat terhadap dinamika dan kebutuhan individual klien.
3. PT Busnaremaja Agracipta melakukan kombinasi pendekatan melalui saluran komunikasi yaitu *new media* dan media konvensional. Dengan memadukan kekuatan digitalisasi *new media* dan sentuhan personal media konvensional, perusahaan berhasil menciptakan strategi komunikasi yang komprehensif dan kontekstual, sesuai dengan kebutuhan berbagai segmen klien mereka. Pendekatan ini patut dipertahankan dan terus dikembangkan seiring evolusi teknologi komunikasi di masa depan. Komunikasi dengan klien melalui presentasi 2D/3D dan diskusi langsung sudah cukup baik, tetapi sistem umpan

balik masih bersifat reaktif daripada proaktif.

4. PT Busanaremaja Agracipta telah membangun sistem sosial yang efektif melalui kolaborasi antardepartemen yang intensif antara Design Innovation Center (DIC), marketing, dan produksi.
5. Teori Difusi Inovasi Everett Rogers tetap menunjukkan relevansi yang signifikan dalam konteks bisnis modern, meskipun memerlukan beberapa adaptasi untuk menjawab dinamika era digital.

Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh tentang proses difusi inovasi di PT Busanaremaja Agracipta, sekaligus menyoroti area yang perlu diperbaiki. Dengan terus mengadopsi pendekatan berbasis data dan kolaboratif, perusahaan dapat memastikan bahwa inovasinya tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar saat ini tetapi juga tetap relevan di masa depan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh PT Busanaremaja Agracipta untuk dapat meningkatkan menganalisis difusi inovasi produk pakaian upaya untuk mempertahankan loyalitas kliennya. Adapun sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mengembangkan kerangka evaluasi dan mengembangkan kerangka evaluasi terstruktur guna memastikan standarisasi

dalam analisis pasar dan kompetitor,

2. Selain itu, perusahaan perlu melakukan riset kompetitif yang mencakup aspek prediktif untuk memahami tren pasar secara holistik. Untuk memperkuat system data, perusahaan dapat menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti survei pasar atau kelompok fokus, untuk mencakup spektrum konsumen yang lebih luas.
3. PT Busanaremaja Agracipta perlu menerapkan pendekatan proaktif melalui riset prediktif dan sistem umpan balik berbasis data untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar sejak dini.
4. Perusahaan masih perlu meningkatkan edukasi klien melalui metode interaktif, hal ini untuk memudahkan pemahaman fitur produk, dan meningkatkan keterlibatan klien sejak tahap awal pengembangan. Dengan meningkatkan edukasi klien melalui metode interaktif, PT Busanaremaja Agracipta dapat mempercepat adopsi inovasi produk dengan memastikan pemahaman yang lebih baik tentang nilai dan manfaat produk sejak tahap awal pengembangan
5. Saran untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik yang sama diharapkan dapat berfokus pada pengembangan system riset berbasis data dan mekanisme umpan balik yang proaktif. Perlu pendekatan lebih proaktif dan berbasis data dalam seluruh tahap inovasi,

dari riset hingga evaluasi pasca-peluncuran.

Dengan implementasi rekomendasi ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan loyalitas klien dan memperkuat daya saing di industri pakaian.