

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ANDCraft telah menerapkan *Sustainable Product Innovation* dalam pengembangan produk *ecoprint* melalui tiga dimensi utama, yaitu *planet*, *people*, dan *profit*. Pada dimensi *planet*, penerapan inovasi berkelanjutan terlihat dari penggunaan bahan baku alami, pewarna alami, proses produksi *handmade* yang minim penggunaan bahan kimia, serta pengelolaan limbah melalui pemanfaatan sisa daun sebagai pupuk dan sisa kain menjadi produk turunan. Pada dimensi *people*, ANDCraft tidak hanya berfokus pada kegiatan produksi, tetapi juga berperan dalam edukasi, pelatihan, pemberdayaan masyarakat, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra usaha. Sementara itu, pada dimensi *profit*, inovasi produk berkelanjutan mampu menciptakan nilai tambah melalui keunikan motif *ecoprint*, diversifikasi produk, efisiensi biaya produksi, serta perluasan pasar baik secara lokal, nasional, maupun internasional.

Penerapan *Sustainable Product Innovation* tersebut juga berperan dalam membentuk *competitive advantage* ANDCraft. Keunggulan bersaing ANDCraft tidak hanya terletak pada produk yang ramah lingkungan, tetapi juga pada nilai seni, proses *handmade*, keunikan motif yang tidak dapat diproduksi secara identik, inovasi produk seperti ecotik, serta hubungan personal dengan pelanggan. Selain itu, ANDCraft mampu menciptakan

keseimbangan antara harga, kualitas, dan nilai yang dirasakan konsumen. Dibandingkan dengan kompetitor, ANDCraft memiliki keunggulan pada aspek diferensiasi produk, kedekatan relasi dengan pelanggan, pelayanan personal, harga yang relatif fleksibel, serta kontribusi sosial melalui kegiatan pelatihan dan pemberdayaan. Namun demikian, pengelolaan pemasaran digital dan komunikasi nilai keberlanjutan masih menjadi aspek yang perlu dikembangkan agar keunggulan yang dimiliki dapat terlihat lebih kuat di pasar yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ANDCraft disarankan untuk terus mempertahankan inovasi produk berbasis keberlanjutan yang telah menjadi ciri khas usaha, khususnya melalui penggunaan bahan alami, pengembangan motif, diversifikasi produk, serta pemanfaatan limbah produksi menjadi produk turunan yang bernilai ekonomi. Selain itu, ANDCraft juga perlu meningkatkan pengelolaan limbah non-organik agar penerapan prinsip ramah lingkungan dapat berjalan lebih optimal. Upaya edukasi kepada konsumen mengenai nilai keberlanjutan produk juga perlu diperkuat, sehingga konsumen tidak hanya melihat produk dari sisi estetika, tetapi juga memahami nilai lingkungan, sosial, dan proses handmade yang terkandung di dalamnya.

Dari sisi pemasaran, ANDCraft perlu mengoptimalkan strategi digital marketing secara lebih konsisten, terutama melalui media sosial, katalog produk digital, dan platform penjualan online. Hal ini penting agar produk ANDCraft dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih aktif dalam menggunakan media digital. Selain itu,

dokumentasi kegiatan, produk, proses produksi, dan cerita di balik produk dapat dikembangkan sebagai bagian dari branding agar identitas ANDCraft sebagai *brand eco-fashion* semakin kuat. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian atau membandingkan lebih banyak pelaku usaha *ecoprint* agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai penerapan *Sustainable Product Innovation* dalam membentuk *competitive advantage* pada industri *fashion* berkelanjutan.