

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Analisis ekspansi Cover Corporation di Indonesia antara tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan bahwa penerapan budaya Kaizen berdampak positif terhadap pertumbuhan Hololive ID. Data dari YouTube Analytics dan laporan keuangan Cover Corporation mencatat peningkatan signifikan dalam jumlah pelanggan, dari sekitar 200.000 pada tahun 2020 menjadi lebih dari 1,5 juta pada akhir 2022. Selain itu, keterlibatan penggemar juga meningkat, dengan rata-rata durasi menonton per sesi bertambah dari 12 menit menjadi 18 menit dalam periode yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa strategi adaptasi konten yang dilakukan, termasuk interaksi yang lebih aktif dengan penonton serta kolaborasi dengan kreator lokal, mampu meningkatkan loyalitas penggemar. Homma (2020) juga menunjukkan peningkatan produktivitas di perusahaan-perusahaan swasta yang menerapkan budaya Kaizen dan berhasil mengeliminasi *muda, muri, mura*. Laporan dan survey yang dilakukan oleh JICA terhadap perusahaan Jepang yang memiliki cabang di Indonesia juga mendukung hasil penelitian ini dimana JICA menemukan peningkatan sebesar 84% di perusahaan yang berada di sektor jasa. Dari sisi finansial, pendapatan Cover Corporation dari pasar internasional, termasuk Indonesia, mengalami kenaikan sebesar 75%, dengan sumber utama berasal dari donasi (Super Chat), penjualan merchandise, dan sponsorship dengan merek lokal. Hal ini sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Nofrita (2023) dimana budaya Kaizen yang diterapkan di PT Mitsubishi Indonesia meningkatkan performa dan efisiensi pekerja.

Budaya Kaizen yang berfokus pada perbaikan berkelanjutan juga diterapkan dalam inovasi produk dan operasional Hololive ID. Cover Corporation secara rutin mengevaluasi konten dan strategi berdasarkan data keterlibatan penggemar untuk menyesuaikan format siaran langsung, topik, dan gaya komunikasi sesuai dengan preferensi audiens Indonesia.

Penerapan prinsip Kaizen tidak hanya berpengaruh pada pengembangan konten, tetapi juga pada pelatihan berkelanjutan bagi para VTuber untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam berinteraksi dengan komunitas. Upaya ini mencerminkan bagaimana Kaizen dapat digunakan dalam industri kreatif untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta relevansi dengan pasar lokal.

Namun, dalam penerapannya di Indonesia, budaya Kaizen menghadapi tantangan, terutama terkait dengan perbedaan budaya kerja dan ekspektasi pasar. Meskipun strategi adaptasi Hololive ID telah berhasil menarik perhatian audiens lokal, Cover Corporation tetap harus menyesuaikan pendekatan mereka agar tetap relevan. Dibandingkan dengan pesaing, perusahaan ini lebih proaktif dalam memanfaatkan umpan balik penggemar untuk menyempurnakan strategi pemasaran dan konten. Dengan pendekatan berbasis data serta inovasi yang berkelanjutan, Cover Corporation berhasil memperkuat posisinya dalam industri VTuber di Indonesia sekaligus membangun hubungan jangka panjang dengan komunitas penggemar.

6.2. Saran

Cover Corporation dapat lebih meningkatkan keterlibatan dengan penggemar Indonesia melalui strategi yang lebih berfokus pada preferensi lokal. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah mengadakan lebih banyak kolaborasi dengan kreator konten dan selebritas Indonesia untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, mereka juga dapat mengembangkan program pelatihan intensif bagi VTuber agar lebih memahami budaya, bahasa, dan tren lokal, sehingga dapat berinteraksi dengan audiens secara lebih efektif. Strategi pemasaran juga dapat diperkuat dengan menyesuaikan promosi dan merchandise yang lebih relevan dengan selera penggemar Indonesia.

Dari perspektif akademik, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan budaya Kaizen dalam industri kreatif, khususnya pada sektor VTuber, dapat diadaptasi untuk berbagai

pasar global. Studi mendalam mengenai perbedaan budaya kerja antara Jepang dan Indonesia juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam implementasi Kaizen di luar Jepang. Selain itu, penelitian dapat difokuskan pada analisis peran interaksi digital dan keterlibatan penggemar dalam membentuk loyalitas serta pertumbuhan komunitas dalam industri VTuber.