

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab IV, maka dapat diambil kesimpulan terhadap penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Komunikasi inovasi aplikasi Kaba Aia oleh Perumda Air Minum Kota Padang belum sepenuhnya maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya komunikasi langsung dengan pelanggan. Selain itu, wilayah yang luas serta keterbatasan akses jaringan internet menghambat penyebaran informasi mengenai aplikasi Kaba Aia. Tingkat keingintahuan pelanggan yang rendah juga menjadi faktor penghambat, sehingga aplikasi ini belum sepenuhnya dikenal atau digunakan oleh pelanggan Perumda Air Minum Kota Padang. Akibatnya, adopsi aplikasi Kaba Aia lebih banyak terlihat di daerah-daerah perkotaan yang lebih dekat dengan kantor Perumda Air Minum Kota Padang dan memiliki akses internet yang lebih baik dibandingkan dengan daerah-daerah pinggiran.
2. Proses adopsi inovasi aplikasi Kaba Aia oleh pelanggan Kota Padang telah melalui beberapa tahapan sebelum akhirnya pelanggan memutuskan untuk menggunakan inovasi ini. Tahapan-tahapan ini dimulai dari pihak internal Perumda Air Minum Kota Padang yang pertama kali mengetahui dan menggunakan aplikasi tersebut, karena mereka yang mengembangkan dan melakukan uji coba terhadap aplikasi Kaba Aia. Setelah itu, Perumda Air Minum Kota Padang melakukan sosialisasi kepada pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, poster, dan komunikasi

interpersonal. Meskipun beberapa pelanggan telah mengadopsi aplikasi ini setelah mendapatkan informasi dan sosialisasi yang memadai, masih ada sejumlah pelanggan yang belum mengetahui tentang keberadaan aplikasi Kaba Aia. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang inovasi aplikasi Kaba Aia menjadi salah satu penghambat utama dalam proses adopsi. Banyak pelanggan yang belum sepenuhnya memahami manfaat, fungsi, dan cara penggunaan aplikasi, sehingga hal ini menimbulkan keraguan untuk beralih dari metode konvensional. Selain itu, kurangnya dorongan atau insentif dari Perumda untuk "memaksa" masyarakat menggunakan aplikasi juga berkontribusi terhadap rendahnya tingkat adopsi.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, penting bagi Perumda Air Minum Kota Padang untuk meningkatkan strategi komunikasi inovasi yang lebih efektif dan inklusif. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik dan kebutuhan pelanggan, serta upaya untuk menjangkau daerah-daerah yang kurang terlayani, diharapkan adopsi aplikasi Kaba Aia dapat ditingkatkan. Selain itu, penerapan insentif yang menarik dapat memberikan dorongan tambahan kepada masyarakat untuk mengadopsi dan memanfaatkan inovasi ini, sehingga inovasi ini benar-benar dapat memberikan manfaat bagi seluruh pelanggan di Kota Padang.

1.2 Saran

a. Saran untuk Perumda Air Minum Kota Padang

1. Penambahan Fitur Pembayaran: Disarankan agar Perumda Air Minum Kota Padang menambahkan fitur pembayaran langsung dalam aplikasi Kaba Aia. Dengan fitur ini, pelanggan dapat melakukan

pembayaran tagihan air secara lebih efisien, yang diharapkan dapat mendorong lebih banyak pelanggan untuk mengadopsi aplikasi ini,

2. Peningkatan Sosialisasi Aplikasi: Perumda perlu meningkatkan sosialisasi mengenai aplikasi Kaba Aia dengan lebih giat melalui komunikasi interpersonal, kelompok, dan media sosial. Karyawan dapat dilatih untuk memberikan penjelasan yang komprehensif kepada pelanggan tentang manfaat dan penggunaan aplikasi, baik di area pelayanan maupun di platform media sosial, guna menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Pengembangan Kompetensi SDM: Penting bagi Perumda untuk mengembangkan kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam hal komunikasi dan promosi. Pelatihan berkala dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam menjelaskan aplikasi dan menjawab pertanyaan pelanggan secara efektif.

b. Saran untuk Pelanggan

1. Proaktif dalam Mencari Informasi: Pelanggan diharapkan lebih proaktif dalam mencari informasi mengenai aplikasi Kaba Aia dan layanan yang ditawarkan. Dengan keterbukaan terhadap teknologi baru, pelanggan dapat lebih mudah menerima inovasi yang memudahkan pengelolaan tagihan air mereka.

2. Mempelajari Teknologi: Pelanggan disarankan untuk berusaha mempelajari cara menggunakan aplikasi Kaba Aia dengan memanfaatkan panduan yang tersedia. Jika mengalami kesulitan, pelanggan sebaiknya menghubungi petugas terkait untuk mendapatkan

bantuan, agar mereka tidak cepat menyerah pada tantangan awal penggunaan aplikasi.

3. Mendukung Penggunaan Aplikasi: Dengan menggunakan aplikasi Kaba Aia, pelanggan dapat memberikan umpan balik yang berharga bagi Perumda, sehingga dapat berkontribusi dalam pengembangan layanan yang lebih baik di masa depan.

c. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pendekatan Kuantitatif: Penelitian selanjutnya dapat mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menganalisis tingkat adopsi aplikasi Kaba Aia di kalangan pelanggan. Dengan menggunakan metode survei, dapat diukur seberapa besar pengaruh berbagai faktor, seperti demografi, pengetahuan teknologi, dan kesadaran akan aplikasi terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan.
2. Studi tentang Aspek Komunikasi Inovasi Lainnya: Penelitian juga disarankan untuk mendalami aspek komunikasi inovasi dari perspektif lain, seperti komunikasi lintas budaya atau dampak komunikasi dalam konteks sosial yang lebih luas. Ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana berbagai faktor memengaruhi penerimaan inovasi di masyarakat yang beragam.
3. Analisis Efektivitas Saluran Sosialisasi: Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi efektivitas berbagai saluran sosialisasi yang digunakan oleh Perumda dalam memperkenalkan aplikasi Kaba Aia. Dengan membandingkan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan media sosial, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih

mendalam tentang saluran mana yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran dan adopsi aplikasi di kalangan pelanggan.

