

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pengolahan data dari penilaian rubrik, berikut ini adalah kesimpulan mengenai praktik manajemen rantai pasok dan kinerja inovasi pada sepuluh perusahaan busana muslim di Kota Bandung:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap sepuluh perusahaan busana muslim di Kota Bandung, penerapan praktik manajemen rantai pasok yang dilakukan saat ini sudah cukup baik karena rata-rata perusahaan sudah melakukan hal yang terkait tiga dimensi mengenai *strategic supplier partnership*, *customer relationship*, dan *information sharing*. Dimensi *strategic supplier partnership* menjadi dimensi yang mendapatkan hasil kurang baik karena masih banyak perusahaan yang belum memenuhi indikator di dimensi ini, indikator “perusahaan melibatkan pemasok dalam kegiatan perencanaan dan penetapan tujuan perusahaan” menjadi indikator yang tidak dimiliki sama sekali oleh sepuluh perusahaan yang diteliti. Dimensi *customer relationship* menjadi dimensi yang mendapatkan hasil paling baik karena rata-rata perusahaan berusaha untuk terus terhubung dengan konsumennya untuk dapat mengetahui kebutuhan, ekspektasi dan kepuasan konsumen, akan tetapi indikator “perusahaan sering berinteraksi dengan konsumen untuk mengetahui keandalan pegawai dan responsif terhadap pelanggan untuk menjadi standar perusahaan” menjadi indikator yang tidak dimiliki sama sekali oleh sepuluh perusahaan yang diteliti. Dimensi *information sharing* merupakan dimensi yang mendapatkan hasil cukup baik karena perusahaan dengan mitra usaha dalam bertukar informasi sudah cukup saling terbuka satu sama lain, akan tetapi indikator “perusahaan dengan mitra usaha bertukar informasi untuk dapat menentukan rencana bisnis ke depannya” menjadi indikator yang hanya dapat dipenuhi oleh satu perusahaan dari sepuluh perusahaan yang diteliti.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap sepuluh perusahaan busana muslim di Kota Bandung, hasil kinerja inovasi yang terjadi saat ini sudah cukup baik karena rata-rata perusahaan sudah melakukan hal yang terkait dua

dimensi mengenai inovasi proses dan inovasi produk. Dimensi inovasi proses menjadi dimensi yang mendapatkan hasil kurang baik karena masih terdapat beberapa perusahaan yang belum memenuhi indikator ini, indikator “perusahaan cepat dalam mengadopsi teknologi yang terbaru” menjadi indikator yang tidak dimiliki sama sekali oleh sepuluh perusahaan yang diteliti. Dimensi inovasi produk menjadi dimensi yang mendapatkan hasil paling baik karena rata-rata perusahaan berusaha untuk mengembangkan produk yang sudah ada atau berusaha untuk mengembangkan produk baru, akan tetapi indikator “perusahaan menggunakan teknologi terbaru untuk pengembangan produk baru” menjadi indikator yang tidak dimiliki sama sekali oleh sepuluh perusahaan yang diteliti.

3. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap sepuluh perusahaan busana muslim di Kota Bandung, penerapan yang diharapkan dari praktik manajemen rantai pasok untuk dimensi *strategic supplier partnership* pada indikator “perusahaan membantu pemasok untuk meningkatkan kualitas produk mereka” dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan yang belum memenuhi penilaian indikator ini dengan cara perusahaan membantu pemasok dalam meningkatkan kualitas produk atau kualitas bahan baku. Untuk dimensi *customer relationship* pada indikator “perusahaan sering mengevaluasi ekspektasi konsumen di masa depan” dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan yang belum memenuhi penilaian indikator ini dengan cara perusahaan bertanya pada konsumennya untuk mencari tahu ekspektasi konsumen di masa depan kemudian mengevaluasi ekspektasi dari konsumen tersebut. Untuk dimensi *information sharing* pada indikator “perusahaan dengan mitra usaha berbagi informasi mengenai permasalahan atau isu terkini yang berkaitan dengan bisnis” dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan yang belum memenuhi penilaian indikator ini dengan cara perusahaan bersama dengan mitra usaha melakukan pertukaran informasi mengenai permasalahan atau isu terkini yang berkaitan dengan bisnis atau industri busana muslim.

Penerapan yang diharapkan dari kinerja inovasi untuk dimensi inovasi proses pada indikator “perusahaan menggunakan teknologi terbaru dalam proses produksi” dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan yang belum memenuhi

penilaian indikator ini dengan cara perusahaan harus sudah menggunakan teknologi terbaru dalam proses produksi. Untuk dimensi inovasi produk pada indikator “perusahaan dapat menghasilkan produk dengan fitur baru” dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan yang belum memenuhi penilaian indikator ini dengan cara perusahaan harus dapat menghasilkan produk dengan fitur baru.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada dimensi *strategic supplier partnership*, perusahaan sebaiknya membantu pemasok dalam meningkatkan kualitas produk atau kualitas bahan baku. Perusahaan dapat memberikan saran atau masukan kepada pemasoknya mengenai cara-cara atau hal-hal yang perlu diperbaiki untuk membuat kualitas produk menjadi semakin baik. Jika pemasok kain dirasa oleh perusahaan sudah memiliki kualitas kain terbaik, perusahaan dapat melakukan pengendalian pada pemasoknya agar konsistensi kualitas bahan baku yang diberikan oleh pemasok tetap sama atau tidak menurun kualitasnya. Dengan perusahaan membantu pemasok dalam meningkatkan kualitas produk atau kualitas bahan baku dapat bermanfaat bagi perusahaan karena hasil produk akhir yang dijual oleh perusahaan dapat konsisten kualitasnya atau dapat meningkatkan kualitas produk yang menyebabkan konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dari perusahaan.
2. Berdasarkan pada dimensi *customer relationship*, perusahaan sebaiknya mencari tahu ekspektasi konsumen di masa depan kemudian memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen mengenai produk perusahaan. Cara-cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat mengetahui ekspektasi konsumen adalah melalui sosial media instagram yang dimiliki masing-masing perusahaan. Karena dari sepuluh perusahaan yang ada semuanya memiliki sosial media instagram, maka perusahaan dapat memanfaatkan hal tersebut dengan bertanya pada konsumennya mengenai keinginan dan harapan dari produk perusahaan. Dengan mengetahui ekspektasi konsumen di masa depan,

perusahaan dapat menentukan strategi bisnis mengenai produk-produk yang akan di produksi, dapat mengetahui kebutuhan konsumen, dan dapat meningkatkan daya saing karena perusahaan lebih mengetahui apa yang saat ini dibutuhkan oleh konsumennya.

3. Berdasarkan pada dimensi inovasi produk, perusahaan sebaiknya mulai mencoba untuk mengembangkan produk yang sudah ada dengan mencoba untuk menambahkan elemen atau fitur baru pada setiap produk baru. Karena jika perusahaan memiliki produk dengan elemen atau fitur baru pada produknya, dapat membuat produk yang dijual oleh perusahaan menjadi lebih mudah diingat konsumen, dapat meningkatkan daya saing karena produk yang dijual menjadi lebih unggul, dan dapat mengatasi kejenuhan pasar.
4. Berdasarkan pada dimensi *information sharing*, perusahaan sebaiknya bersama-sama dengan mitra usaha melakukan pertukaran informasi mengenai permasalahan atau isu terkini yang berkaitan dengan bisnis atau industri busana muslim. Karena jika perusahaan dan mitra usaha saling terbuka dalam berbagi informasi mengenai permasalahan atau isu terkini yang berkaitan dengan bisnis atau industri busana muslim, perusahaan dapat mengetahui kondisi dan fenomena industri busana muslim saat ini di Indonesia atau dunia kemudian perusahaan dapat mengetahui kebijakan-kebijakan pemerintah terhadap keberlangsungan industri busana muslim. Dengan mengetahui isu-isu tersebut, akan membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. Karena keputusan yang akan diambil oleh perusahaan dalam strategi bisnis diambil berdasarkan fenomena yang saat ini terjadi atau berdasarkan informasi-informasi yang valid, bukan berdasarkan asumsi dari internal perusahaan.
5. Berdasarkan pada dimensi inovasi proses, perusahaan sebaiknya secara berkala melakukan pembaharuan teknologi khususnya yang berkaitan dalam proses produksi. Hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan jika masih bergantung pada *makloon* dalam proses produksi adalah terbuka dalam menerima teknologi terbaru dan jangan merasa jika teknologi yang sudah digunakan oleh *makloon* saat ini sudah memenuhi kapasitas, kualitas dan biaya yang murah membuat perusahaan tidak terbuka atau tidak mau menggunakan teknologi terbaru. Karena dengan penggunaan teknologi terbaru dalam proses produksi

dapat membuat perusahaan lebih efisien, seperti contoh menjadi efisien bahan baku jika bekerja sama dengan *makloon* yang memiliki teknologi mesin potong kain terbaru, efisien waktu produksi jika bekerja sama dengan *makloon* yang memiliki teknologi mesin *printing* terbaru, atau dapat mengurangi kerusakan pada jahitan jika bekerja sama dengan *makloon* yang memiliki teknologi mesin jahit terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alain, C. Y., Felix, C. T., Ooi, K., & Sim, J. (2011). Can Malaysian firms improve organizational/innovation performance via SCM? *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 111 Issue: 3, 410-431.
- Anggraeni, R. (2018, 10 16). *Pengembangan Industri Fashion Muslim Indonesia Masih Tertinggal*. Diambil kembali dari ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/1346758/34/pengembangan-industri-fashion-muslim-indonesia-masih-tertinggal-1539706100>
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- BEKRAF. (2017). *Apa itu Ekonomi Kreatif*. Diambil kembali dari bekraf.go.id: <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/ekonomi-kreatif/>
- Calantone, R. J., Cavushil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, Vol. 31 No. 6, 515-524.
- Chen, J., & Tsou, H. (2007). Information technology adoption for service innovation practices. *Information Research*, Vol. 12 No. 3, 1368-613.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design*. London: Sage Publications.
- Fontana, A. (2009). *Innovative We Can!* Jakarta: Grasindo.
- Gandhi, A. V., Shaikh, A., & Sheorey, P. A. (2017). Impact of supply chain management practices on firm performance: Empirical evidence from a developing country. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 45 No. 4, 2017 pp. 366-384.
- Gawankar, S., Kamble, S. S., & Verma, R. (2013). Effect of supply chain management practices on supply chain profitability: an empirical investigation using structural equation modelling in Indian retail sector. *Int. J. Services and Operations Management*, Vol. 16, No. 2.
- Gharakhani, D., Mavi, R. K., & Hamidi, N. (2012). Impact of supply chain management practices on innovation and organizational performance in Iranian Companies. *African Journal of Business Management*, Vol. 6(19), pp. 5939-5949.

- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. *International Journal of Production Economics* (133), 662-676.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 13*. New York: Pearson Higher Education & Professional Group.
- Jabarprov. (2015, 11 03). *Bandung Kiblat Busana Muslim*. Diambil kembali dari jabarprov.go.id:
<http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/14696/2015/11/03/Bandung-Kiblat-Busana-Muslim>
- Jonsson, A., & Svingby, B. (2007). The Use Of Scoring Rubrics: Reliability, Validity, and Educational Consequences. *Educational Research Review* 2, 130-144.
- Karkehabadi, S. (2013). Using Rubrics to Measure and Enhance Student Performance. *Spring 2013 Faculty Workshop Series*.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018, 10 02). *Produk Fesyen Tanah Air Kuasai 1,9% Pasar Dunia*. Diambil kembali dari kemenperin.go.id:
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/19742/Produk-Fesyen-Tanah-Air-Kuasai-1,9-Pasar-Dunia>
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T., & Subba, S. R. (2005). Development and validation of a measurement instrument for studying supply chain management practices. *Journal of Operations Management*, Vol. 23 No. 6, 618-41.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T., & Subba, S. R. (2006). The impact of supply chain. *Omega*, Vol. 34 No. 2, 107-24.
- Petrovic-Lazarevic, S., Sohal, A., & Baihaiqi, I. (2007). Supply chain management performance.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2002). TQM and innovation: a literature review and research. *Technovation* Vol. 21 No. 9, 539-58.
- Riviyastuti, A. (2018, 09 10). *Bekraf Perkuat Ekosistem Industri Fesyen*. Diambil kembali dari bekraf.go.id: <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/bekraf-perkuat-ekosistem-industri-fesyen>

- Sandy, G. (2018, 01 05). 2020, *Indonesia Kiblat Busana Muslim Dunia* . Diambil kembali dari kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/gapey-sandy/5a4daa99ab12ae08e5555eb2/2020-indonesia-kiblat-busana-muslim-dunia?page=all>
- Saunila, M. (2016). Performance measurement approach for innovation capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 65 No. 2, 162-176.
- Sekaran, & Bougie. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach 5th Edition*. New York: John Wiley Sons.
- Stalk, G., & Hout, T. M. (1990). *Competing Against Time*. New York, NY.: The Free Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tan, K. C., Lyman, S. B., & Wisner, J. D. (2002). Supply chain management: a strategic perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22 No. 5/6, 614-31.