

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang didapatkan oleh penulis berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya:

1. Secara keseluruhan kegiatan strategi *differentiation* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 berada pada kategori tinggi. Artinya, pelaku usaha memperhatikan hal-hal apa saja yang membedakan usahanya agar lebih unggul dari persaingan yang terjadi di Balubur Town Square Lantai 2. Menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan konsumen merupakan strategi *differentiation* yang paling banyak digunakan, sedangkan pengumpulan data konsumen oleh pelaku usaha belum banyak dilakukan.
2. Aktivitas *product innovation* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 berada pada kategori tinggi. Artinya, pelaku usaha busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 aktif dalam meningkatkan kualitas produk yang dijualnya. *Product innovation* yang paling sering digunakan pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 adalah mengganti desain busana muslim setiap kali akan mengeluarkan produk baru, sedangkan yang belum banyak digunakan adalah mengganti material yang digunakan untuk busana muslim. Aktivitas *process innovation* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 berada pada kategori tinggi, artinya pelaku usaha selalu berusaha untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usahanya. *Process innovation* yang banyak digunakan adalah memiliki toko berbasis *online*, sedangkan yang belum banyak digunakan adalah peningkatan pelayanan kepada konsumen.
3. Penetapan strategi *differentiation* memberikan pengaruh sebesar 48,2% terhadap *innovation performance* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis kesimpulan (Sub bab 5. 1), berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan:

1. Dilihat dari dimensi *differentiation*, sebaiknya pelaku usaha memulai untuk melakukan pengumpulan data konsumen karena strategi *differentiation* tersebut

belum banyak dilakukan oleh para pelaku usaha, selain itu dengan melakukan strategi *differentiation* tersebut pelaku usaha dapat memiliki hubungan jangka panjang dengan konsumen sesuai dengan strategi *differentiation* yang paling banyak digunakan. Pengolahan data tersebut dapat berupa pembuatan group dalam aplikasi *WhatsApp* atau pengiriman pesan kepada konsumen melalui email.

2. Dilihat dari dimensi *product innovation*, sebaiknya pelaku usaha memperhatikan material yang digunakan pada busana muslim, baik dalam penggantian material agar konsumen tidak bosan maupun pemilihan material yang tidak panas dan nyaman saat digunakan. Material yang digunakan dapat disesuaikan dengan trend busana muslim internasional. Selain itu, pemilihan resleting yang tidak mudah rusak, pemasangan kancing yang tidak mudah lepas, dan kualitas bordir yang kuat juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Jika melihat pada hasil analisis dimensi *process innovation*, sebaiknya pelaku usaha menghilangkan kegiatan dalam proses produksi yang tidak memberikan peningkatan kualitas untuk menghemat biaya. Salah satunya mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan antara memproduksi dengan mesin jahit milik pribadi atau menyerahkan seluruh kegiatan produksi pada jasa makloon.

DAFTAR PUSTAKA

- Kamil, A. (2015). INDUSTRI KREATIF INDONESIA: PENDEKATAN ANALISIS KINERJA INDUSTRI. *10* (No.2), 207 - 225.
- Suroso, E., & Azis, Y. (2015). Defining Mainstreams Of Innovation: A Literature Review. *First International Conference on Economic and Banking* , 387-398.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Prajogo, D. I., Laosirihongthong, T., Sohal, A., & Boon-itt, S. (2007). Manufacturing strategies and innovation performance in newly industrialised countries. *Industrial Management & Data Systems* (1), 52-68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition ed.). England: Pearson Education Limited.
- Abrunhosa, A., & E Sa, P. M. (2008). Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry? *Technovation* 28 , 208–221.
- Bon, A. T., & Mustafa, E. M. (2013). Impact of Total Quality Management on Innovation in Service Organizations: Literature review and New Conceptual Framework. *Procedia Engineering* (53), 516-529.
- Potters, L. (2009). Innovation Input and Output: Differences among sector. *IPTS Working Paper on Corporate R&D and Innovation No. 10* (10), 38.
- Forsman, H., & Temel, S. (2011). INNOVATION AND BUSINESS PERFORMANCE IN SMALL ENTERPRISES. AN ENTERPRISE-LEVEL ANALYSIS. *International Journal of Innovation Management* , 15 (3), 641–665.
- Damanpour, F., Walker, R. M., & Avellaneda, C. N. (2009). Combinative Effects of Innovations Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. *Journal of Management Studies* (46), 650-675.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). EFFECTS OF INNOVATION TYPES ON FIRM PERFORMANCE. *International Journal of Production Economics* (133), 662-676.
- Shafira, S. A. (2017). *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS E-RETAILING ATTRIBUTES PADA WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN E-COMMERCE BUSANA MUSLIM HIJUP DI BANDUNG*. Universitas Katolik Parahyangan, Manajemen. Bandung: Skripsi yang tidak dipublikasikan.
- Levine, D. M., Stephan, D. F., Krehbiel, T. C., & Berenson, M. L. (2011). *Statistics for Managers Using Microsoft Excel* (6th ed.). (S. Jackson, Ed.) New Jersey: Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th Edition ed.). United Kingdom: Wiley.
- Widianto, J. (2012). *SPSS for Windows*. Surakarta: Badan Penerbit FKIP Universitas Muhammadiyah.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 21* (Edisi 7 ed.). Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Internet:

- Agmasari, S. (2014, 09 14). *Bandung Kini Jadi Kiblat Busana Muslim Indonesia - Tribunnews.com*. Retrieved 04 27, 2017, from [tribunnews.com](http://www.tribunnews.com/lifestyle/2014/09/14/bandung-kini-jadi-kiblat-busana-muslim-indonesia):
<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2014/09/14/bandung-kini-jadi-kiblat-busana-muslim-indonesia>
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2016, 11 15). *Membangun Komitmen untuk Sektor Ekonomi Kreatif*. (M. Purba, Producer, & Badan Ekonomi Kreatif

- Indonesia) Retrieved 05 08, 2017, from [bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id):
<http://www.bekraf.go.id/kegiatan/detail/membangun-komitmen-untuk-sektor-ekonomi-kreatif>
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved 06 30, 2017, from [bps.go.id](https://www.bps.go.id): <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/11#subjekViewTab1>
- Indonesia Kreatif. (2014). *Contributions of Economy Creative Economy Indonesia - Program*. Retrieved 06 27, 2017, from indonesiakreatif.bekraf.go.id:
<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/en/research/kontribusi-ekonomi-kreatif-indonesia>.
- Paramaditha, A. (2013, 10 24). *Indonesian designers defy stereotypes of Muslim fashion* | *Reuters*. Retrieved 05 08, 2017, from [reuters.com](http://www.reuters.com):
<http://www.reuters.com/article/indonesia-fashion-idUSL3N0IB2I020131024>