

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, berikut merupakan kesimpulan yang telah dibuat oleh penulis:

1. Secara keseluruhan, *Total Quality Management* pada UMKM industri busana muslim di Kota Bandung sudah diterapkan dengan baik. Dimensi *leadership* dan *strategic planning* merupakan penerapan *Total Quality Management* yang sudah dilakukan secara maksimal. Dimensi *customer focus*, *information & analysis*, *people management*, dan *process management* belum dilakukan secara maksimal. Pada hasil nilai rata-rata hitung yang dikelompokkan berdasarkan UMKM, skala Usaha Kecil lebih unggul dalam memaksimalkan penerapan *Total Quality Management* dibandingkan Usaha Mikro dan Menengah. Namun, jika melihat fenomena dari permasalahan penelitian terkait tantangan dalam mengembangkan bisnis fesyen seperti sumber daya manusia yang tidak serius, bahan baku yang masih harus impor, teknologi yang masih sangat sederhana, modal yang minim, dan pemasaran yang belum maksimal, justru bertolak belakang dengan hasil analisis yang menyatakan bahwa tantangan tersebut sudah dapat dihadapi oleh para pelaku usaha dengan menghasilkan penerapan *Total Quality Management* yang baik.
2. Secara keseluruhan, kualitas produk pada UMKM industri busana muslim di Kota Bandung sudah sangat baik dengan menyediakan produk yang mampu melaksanakan fungsinya dengan baik seperti kenyamanan dari sebuah produknya, material dan produknya yang tahan lama, dan ketersediaan berbagai macam ukuran produknya. Dimensi *performance*, *features*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality* sudah sangat maksimal. Namun, untuk dimensi *reliability* masih belum maksimal. Pada hasil nilai rata-rata hitung berdasarkan UMKM, skala Usaha

Kecil lebih unggul dalam menghasilkan kualitas produk yang baik dibandingkan Usaha Mikro dan Menengah.

3. *Total Quality Management* telah mampu menjelaskan variasi dari variabel kualitas produk sebesar 25,8%. Maka, *Total Quality Management* memberikan pengaruh signifikan sebesar 32% terhadap kualitas produk pada industri busana muslim di Kota Bandung. Artinya, dari 100% faktor yang memengaruhi kualitas produk, *Total Quality Management* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 32% terhadap kualitas produk dan sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar *Total Quality Management*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis kesimpulan di atas, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan:

1. Dilihat dari dimensi *Total Quality Management*, sebaiknya pelaku usaha dapat memaksimalkan dimensi *information & analysis* dan *people management* karena memiliki nilai rata-rata hitung terendah dibandingkan dimensi lainnya. Pada dimensi *information & analysis*, nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan “Sistem pengukuran kinerja dalam perusahaan berjalan dengan efektif” dan pada dimensi *people management*, nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan ”Perusahaan sudah melakukan proses pelatihan dan pengembangan pada karyawan”. Jika kedua dimensi tersebut dikaitkan, dimensi *information & analysis* yang tidak maksimal akan menjadikan dimensi *people management* tidak maksimal juga. Artinya, jika sistem pengukuran kinerja dalam perusahaan belum berjalan dengan efektif seperti contohnya kinerja dari karyawannya yang rendah karena minimnya kemampuan dan keterampilan yang dimiliki dalam bekerja, maka perusahaan perlu melakukan proses pelatihan dan pengembangan pada karyawannya agar dapat meningkatkan kemampuan serta keterampilan karyawan. Sebagai contoh, memberikan kesempatan pada karyawan agar mengikuti pelatihan-pelatihan yang sering diadakan oleh Dinas Perindustrian terkait pelatihan di

bidang fesyen seperti pelatihan keterampilan menjahit pakaian jadi, sehingga kinerja karyawan akan meningkat dan kinerja dalam perusahaan juga dapat meningkat.

2. Dilihat dari dimensi kualitas produk, sebaiknya pelaku usaha dapat memaksimalkan dimensi *reliability* karena memiliki nilai rata-rata hitung paling rendah dibandingkan dimensi lainnya. Dari hasil analisis kuesioner pada bagian *reliability*, nilai rata-rata hitung terendah ada pada pernyataan “Setiap desain produk yang sama memiliki aksesoris yang sama”. Sebaiknya perusahaan lebih konsisten dalam menghasilkan kelengkapan aksesoris yang sama pada desain produk yang sama. Perusahaan dapat melakukan pemeriksaan dengan seksama (inspeksi) agar desain produk yang sama memiliki kelengkapan aksesoris yang sama pula sebelum produk jatuh ke tangan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., & Day, G. S. (2013). *Marketing Research (11th Ed)*. Asia: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Akhyar, Y. (2014). Total Quality Management. *Jurnal Potensia*, 1-20.
- Ariani, D. W. (2004). Manajemen Kualitas. *Modul Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 159-168.
- Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). (2017, Maret 8). *Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations Management (Sustainability and Supply Chain Management)*. England: Pearson Education Limited.
- Hidayati, Waluyo, H., & Musmedi, D. P. (2015). Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kualitas Produk Pada DUA SINGA Banyuwangi. *Artikel Ilmiah 2015*, 1-7.
- Jaskulska, J. (2013). Quality of service and product as the main factors influencing customers satisfaction in the clothing retailing industry in Ireland-case study of ZARA Plc. *Dublin Business School*.
- Kresnamurti, A., & Putri, A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur. *Econo Sains*.
- Lee, V.-H., Ooi, K.-B., Tan, B.-I., & Chong, A. Y.-L. (2010). A Structural Analysis of the Relationship between TQM. *Asian Journal of Technology Innovation* 18, 73-96.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Ghalia Indonesia.
- Sebastianelli, R., & Tamimi, N. (2002). How product quality dimensions relate to defining quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 442-253.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach (6th ed)*. Chichester: Wiley.
- Simmamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2006). *Consumer Behaviour: European Perspective*. London: Prentice Hall.
- Troxell, M. D., & Stone, E. (1981). *Fashion Merchandising*. University of Wisconsin, Madison: Gregg Division, McGraw-Hill.

Sumber Internet:

- Badan Ekonomi Kreatif. (2018). *BEKRAF Indonesia*. Retrieved February 23, 2018, from www.bekraf.go.id: <http://www.bekraf.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved February 23, 2018, from www.bps.go.id: <http://www.bps.go.id>
- Bale Bandung. (2016, December 3). *Bale Bandung*. Retrieved February 28, 2018, from [balebandung.com](http://www.balebandung.com): <http://www.balebandung.com/ridwan-kamil-ingin-bandung-jadi-pusat-fesyen-muslim-dunia/>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *Kementrian Perindustrian RI*. Retrieved February 23, 2018, from www.kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2015, November 3). *Website Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat*. Retrieved February 26, 2018, from www.jabarprov.go.id: <http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/14696/2015/11/03/Bandung-Kiblat-Busana-Muslim>
- Sindo News. (2015, Januari 11). *Sindo News*. Retrieved February 28, 2018, from [sindonews.com](https://nasional.sindonews.com/read/949042/162/bandung-bidik-pusat-mode-muslim-1420959136): <https://nasional.sindonews.com/read/949042/162/bandung-bidik-pusat-mode-muslim-1420959136>
- TEMPO.CO. (2016, March 2). *TEMPO.CO*. Retrieved March 1, 2018, from [www.tempo.co](https://bisnis.tempo.co/read/750007/industri-kreatif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri): <https://bisnis.tempo.co/read/750007/industri-kreatif-sumbang-rp-642-triliun-dari-total-pdb-ri>