

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Inovasi produk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah pada industri fesyen busana muslim di Kota Bandung tergolong ke dalam kategori tinggi berdasarkan sudut pandang pelaku usaha, namun berdasarkan hasil sudut pandang pelanggan, masih terdapat beberapa aspek yang masih belum tinggi seperti produk yang dikeluarkan oleh perusahaan berorientasi pada pelanggan. Artinya, para pelaku usaha busana muslim di Kota Bandung telah menciptakan kemampuan berinovasi pada produk dengan tinggi. Berdasarkan hasil analisis data juga dapat disimpulkan bahwa kinerja operasional pelaku usaha mikro, kecil dan menengah pada industri fesyen busana muslim di Kota Bandung tergolong ke dalam kategori tinggi. Ini berarti, para pelaku usaha busana muslim di Kota Bandung telah melakukan kinerjanya dengan efisien dalam bidang biaya, kualitas, pengiriman dan fleksibilitas.
2. Variabel inovasi produk mampu menjelaskan variasi dari variabel kinerja operasional sebesar 0,581 atau 58,1% pada para pelaku usaha skala mikro, kecil dan menengah Industri busana muslim di Kota Bandung. Dimensi inovasi produk memberikan pengaruh sebesar 0,479 atau 47,9% terhadap kinerja operasional pada usaha mikro, kecil dan menengah industri busana muslim di Kota Bandung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis kesimpulan 5.1 diatas, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan:

1. Setelah melakukan analisis dan mendapat kesimpulan pada 5.1 diatas, berikut merupakan saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk para pelaku usaha busana muslim di Bandung:

- Para pelaku usaha sebaiknya melakukan perbaikan pada aspek penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru dengan cara pelaku usaha berlatih sendiri atau memberikan pelatihan serta pengembangan kepada karyawan agar bisa menggunakan suatu *software* dan aplikasi desain tertentu. Pembelajaran dan pengembangan kepada karyawan merupakan salah satu bentuk dari investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini karena dalam berinovasi kemampuan manajer dan karyawan merupakan salah satu faktor pendukung terciptanya inovasi. Contoh dari *software* dan aplikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah *Marvelous Designer*, *Optitex*, *Digital Fashion Pro* dan *Dress Assistant*.
 - Para pelaku usaha sebaiknya melakukan perbaikan pada aspek produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan, misalnya dengan meminta kritik serta saran saat pelanggan telah membeli dan menggunakan produk dari perusahaan. Hal ini dapat membuat perusahaan dengan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pelanggan serta kekurangan apa yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan harus lebih baik dalam mengetahui produk yang sedang disukai oleh para pelanggan, caranya adalah dengan mengakses internet dan media sosial, karena saat ini tren atau sesuatu yang sedang disukai oleh masyarakat yang berpotensi menjadi calon pelanggan terdapat di internet maupun media sosial. Media sosial yang dapat digunakan oleh pelaku usaha adalah *Facebook*, *Instagram*, *Line*, *WhatsApp*, dan yang lainnya
2. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan inovasi produk dan kinerja operasional pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Bandung.

Usaha Mikro:

- Pada skala mikro sebaiknya pelaku usaha meningkatkan aspek produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Pada skala mikro hubungan antar pelaku usaha atau karyawan dengan pelanggan dapat dilakukan lebih dekat

dikarenakan pada skala mikro pelanggan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk bertemu langsung dengan pelaku usaha atau pun manajer yang sebagian besar melakukan desain produknya sendiri, sehingga pelaku usaha dapat menanyakan langsung kepada pelanggan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.

- Pelaku usaha perlu meningkatkan aspek penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru dengan cara memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan untuk belajar menguasai suatu *software* atau aplikasi tertentu. Pelaku usaha perlu mengubah pandangannya dalam berinvestasi, pelatihan dan pengembangan yang dilakukan merupakan salah satu bentuk investasi juga bagi perusahaan.
- Jika kedua aspek telah diperbaiki, pelaku usaha juga perlu untuk meningkatkan kecepatan dalam mengembangkan produk baru dengan menjadi pelopor penghasil produk baru di dalam industri busana muslim. Setelah menjadi pelopor, pelaku usaha juga harus dengan cepat dan tepat memproduksi kapan dan berapa jumlah yang harus diproduksi serta memasarkan dengan cepat, agar pelanggan tidak berpindah kepada produk pesaing yang lebih cepat dalam memasarkannya.

Usaha Kecil:

- Sama seperti skala mikro, pelaku usaha skala kecil juga perlu meningkatkan aspek produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Pada skala kecil, pelaku usaha dapat meminta pelanggan untuk memberikan kritik dan saran secara tertulis setelah pelanggan tersebut membeli dan menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- Pelaku usaha skala kecil juga perlu meningkatkan aspek inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru dengan cara yang sama seperti pada skala mikro, yaitu dengan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan untuk belajar menguasai suatu *software* atau aplikasi tertentu. Pelaku usaha perlu mengubah pandangannya dalam berinvestasi, pelatihan dan pengembangan yang dilakukan merupakan salah satu bentuk investasi juga bagi perusahaan.

- Pelaku usaha skala kecil perlu meningkatkan aspek pengiriman, dikarenakan hasil yang paling rendah diantara skala mikro dan menengah. Hal yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha kecil adalah dengan menyediakan produk dengan lengkap di toko, misalnya menentukan *minimum inventory* bagi produk yang harus selalu tersedia di toko, jika sudah mencapai batas minimum maka perusahaan perlu melakukan *re-stock* produk.

Usaha Menengah:

- Sama halnya dengan skala mikro dan skala kecil, pelaku usaha skala menengah juga perlu meningkatkan aspek produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Pada skala menengah, pelaku usaha dapat melakukan *event* yang mengundang para pelanggan untuk membahas atau *sharing* mengenai produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.
- Pelaku usaha skala menengah juga perlu meningkatkan aspek inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru dengan cara yang sama seperti pada skala mikro dan skala kecil, yaitu dengan memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan untuk belajar menguasai suatu *software* atau aplikasi tertentu. Pelaku usaha perlu mengubah pandangannya dalam berinvestasi, pelatihan dan pengembangan yang dilakukan merupakan salah satu bentuk investasi juga bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini tidak diteliti mengenai bentuk inovasi yang lain, seperti inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi organisasi, maka dibutuhkan untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Kumar, V., Leone, R., & Day, G. (2013). *Marketing Research*. Asia: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Abdallah, A., Anh, P., & Matsui, Y. (2016). Investigating the effects of managerial and technological innovations on operational performance and customer satisfaction of manufacturing companies. *International Journal of Business Innovation and Research*, Vol. 10 No. 2/3, pp 153-183.
- Abdallah, A., Obeidat, B., & Aqqad, N. (2014). The impact of supply chain management practices on supply chain performance in Jordan: the moderating effect of competitive intensity. *International Business Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 13-27.
- Abdallah, A., Phan, A., & Matsui, Y. (2009). "Investigating the relationship between strategic manufacturing goals and mass customization". *The 16th International Annual European Operations Management Association (EurOMA) Proceedings, Goteborg, June*, pp. 1-10.
- Akman, G., & Yilmaz, C. (2008). Innovative Capability, Innovation Strategy and Market Orientation: An Empirical Analysis In Turkish Software Innovation. *International Journal of Innovation Management*, 12, 69-111.
- Badria, Yaya. (2017, March 10). *IlmuSeni.com*. Retrieved from <https://ilmuseni.com/film/sub-sektor-industri-kreatif>
- Calisir, F., Gumussoy, C. A., & Guzelsoy, E. (2013). "Impacts of learning orientation on product innovation performance". *The Learning Organization*, Vol. 20 No. 3 pp. 176-194.
- Chang, Y., Linton, J., & Chen, M. (2012). Service regime: an empirical analysis of innovation patterns on service firms. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 79 No. 10, pp. 1569-1582.
- Cormican, K., & O'Sullivan, D. (2004). Auditing best practice for effective product innovation management. *Technovation*, Vol. 24 No. 10, pp 819-829.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2012). Managerial innovation: conceptions, processes, and antecedents. *Management and Organization Review*, Vol. 8 No. 2, pp.423-454.
- Flynn, B., Huo, B., & Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: a contingency and configuration approach. *Journal of Operations Management*, Vol. 28 No. 1, pp. 58-71.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, I. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, Vol. 133 No.9, pp. 662-676.
- Hashi, I., & Stojcic, N. (2013). The impact of innovation activities on firm performance using a multi-stage model: evidence from the community innovation survey 4. *Research Policy*, Vol. 42 No. 2, pp. 353-366.
- Hedariningrum, R., & Susilo, E. (2008, Mei-Agustus). Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.
- Hilmi, M., Ramayah, T., Mustapha, Y., & Pawanchik, S. (2010). Product and process innovativeness evidence from Malaysian SMEs. *European Journal of Social Science*, Vol. 16 No. 4, pp. 556-565.
- Jajja, M., Kannan, V., Brah, S., & Hassan, S. (2017). Linkages between firm innovation strategy, suppliers, product innovation and business performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 37,1054-1075.
- Kim, D. K., & Kumar, U. (2012). Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*, Vol. 30 No. 4, pp. 1317-1328.
- Kuratko, D., & Hodgetts, R. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practices, 6th ed.* Smith Western, South Western, OH.
- Mahsun, M. (2006). Pengukuran Kinerja Sektor Publik. *BPFE: Yogyakarta*.
- Martino, M. D., & Magnotti, F. (2017). The innovation capacity of small food firms in Italy. *European Journal of Innovation Management*.
- Muchlas, Z. (2015). Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri di kota Batu. *JIBEKA*, Vol. 9 No. 2, pp. 78-91.
- Muller, K. R. (2009). The Role of Creative Industries in Industrial Innovation.
- OECD. (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd ed.* Paris: Oslo manual, OECD Publishing.
- Ortega, C., Garrido-Vega, P., & Machuca, A. (2012). Analysis of interaction fit between manufacturing strategy and technology management and its impact on performance. *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 32 No. 8, pp. 958-981.
- Ottenbacher, M., & Harrington, R. (2009). The product innovation process of quick-service restaurant chains. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 21 No. 5, pp 523-541.

- Phan, A., Abdallah, A., & Matsui, Y. (2011). Quality management practices and competitive performance: empirical evidence from Japanese manufacturing companies. *International Journal of Production Economics*, Vol. 133 No. 2, pp. 518-529.
- Polder, M., Leeuwen, G., Mohnen, P., & Raymond, W. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects. *UNU-MERIT, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology, Maastricht*, pp. 1-46.
- Prajogo, D., & Sohal, A. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20, 901-918.
- Riduwan. (2002). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, E. N. (2013). Analisa Algoritma Apriori untuk Menentukan Merek Pakaian yang Paling Diminati pada Metode Fashion Group Medan. *Pelita Informatika Budi Darma*, Vol: IV, Nomor: 3.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business (6th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tan, K., Kannan, V., & Narasimhan, R. (2007). The impact of operations capability on firm performance. *International Journal of Production Research*, Vol. 45 No. 21, pp. 5135-5156.
- Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high-and-low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, Vol. 21, pp. 687-703.
- Verma, R., Anderson, C., Dixon, M., Enz, C., Thompson, G., & Victorino, L. (2008). Key elements in service innovation: insight for hospitality industry. *Cornell Hospitality Roundtable Proceedings No. 1 (November) Ithaca, Center for Hospitality Research, CORnell University, School of Hotel Administration, NY*, pp. 6-12.
- Wang, C., & Ahmed, P. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 9 No. 1, pp 31-51.
- Zhang, J., & Duan, Y. (2010). The impact of different types of market orientation on product innovation performance. *Management Decision*, Vol. 48 No. 6, pp. 849-867.

Sumber Internet:

Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *BEKRAF Indonesia*. Retrieved from
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/DATA%20BEKRAF%202017.pdf>

Departemen Koperasi. (2018, Juni). Retrieved from <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/>

Jabarprov. (2015, March 11). *Bandung Kiblat Busana Muslim*. Retrieved from
<http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/14696/2015/11/03/Bandung-Kiblat-Busana-Muslim>

xsmfashion. (2016). *xsmfashion.com*. Retrieved from
<http://xsmfashion.com/tab/695/trend-busana-muslim-bangkitkan-industri-fashion-indonesia->