

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa dan pengolahan data menggunakan penilaian rubrik, berikut adalah hasil analisa dari sepuluh perusahaan yang bergerak di sektor busana muslim di Kota Bandung.

1. Dari data hasil analisis sepuluh perusahaan busana muslim yang ada di Kota Bandung, aktivitas pengembangan inovasi produk yang dilakukan oleh sepuluh perusahaan busana muslim tersebut sudah berjalan dengan baik dan mendapatkan nilai yang tinggi. Aspek *Observability* dari inovasi produk sepuluh pelaku usaha busana muslim ini sudah baik. Aspek *observability* sangat penting untuk menunjang kegiatan pengembangan inovasi produk agar konsumen dapat mengetahui dan mengadopsi produk hasil dari inovasi yang dilakukan perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan dari sepuluh pelaku usaha busana muslim di Kota Bandung yang diteliti dapat memperlihatkan dan mendeskripsikan produk hasil inovasi mereka melalui toko fisik maupun *online* serta sosial media sehingga produk hasil dari inovasi dapat dengan mudah diketahui dan diadopsi oleh konsumen. Namun dari aspek *relative advantage* sendiri, dari sepuluh perusahaan yang diteliti dua diantaranya tidak melakukan inovasi produknya dalam hal desain maupun bahan produk. Selain itu produk yang ditawarkan tidak memiliki aksesoris yang memiliki fitur tambahan selain hanya untuk mempercantik produk busana. Hal ini yang menyebabkan *relative advantage* memiliki nilai yang cukup rendah.
2. Dari sisi aktivitas pengembangan inovasi proses sepuluh perusahaan busana muslim Kota Bandung dinilai tidak terlalu baik. Hal ini terlihat dari sisi *technological competitiveness* yang menjadi dimensi dengan nilai tertinggi pada inovasi proses. Selain dikarenakan perusahaan-perusahaan yang diteliti ini sudah memiliki peralatan sendiri serta dapat mendesain dan menjahit secara mandiri, perusahaan-perusahaan ini tidak memiliki teknologi terbaru dalam mendesain, menjahit maupun *packaging* yang menyebabkan perusahaan tidak memiliki

peralatan produksi yang kompetitif. Dari sisi *The updated-ness or novelty of technological used in process* mendapatkan nilai yang paling rendah dikarenakan dari sepuluh perusahaan yang diteliti ini belum memiliki kegiatan untuk memperbaharui peralatan dalam hal mendesain, menjahit maupun *packaging*. Perusahaan ini pada umumnya masih tetap menggunakan peralatan yang sudah dibeli dari waktu sebelumnya. Hal ini yang menyebabkan perusahaan tidak memiliki teknologi canggih dalam kegiatan produksi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan 5.1 berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis :

1. Berdasarkan dimensi *relative advantage* sebaiknya perusahaan melakukan lebih sering mengeluarkan produk dengan desain yang unik terutama pada fitur aksesoris yang memiliki manfaat lebih selain hanya untuk mempercantik pakaian serta mencoba untuk menggunakan bahan kain untuk produk busana yang saat ini belum pernah digunakan pada busana muslim.
2. Berdasarkan dari dimensi *the updated-ness or novelty of technological used in process*, sebaiknya para pelaku usaha perlu melakukan pembaharuan khususnya dalam kepemilikan peralatan untuk mendesain, menjahit dan *packaging* yang terbaru. Hal ini bertujuan agar bagi perusahaan dapat mendesain produk busananya sendiri memiliki peralatan yang lebih canggih dan dapat lebih efisien dalam mendesain produk. Selain itu dengan memiliki alat untuk menjahit yang lebih canggih para pengusaha dapat mengurangi kerusakan yang terjadi pada jahitan. Untuk kualitas *packaging* sebaiknya para pengusaha juga mulai menggunakan *packaging* yang ramah lingkungan.

Daftar Pustaka

- Alegra, J. (2008). Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test. *Technovation*, 315-326.
- Baregheh, A., & Rowley, J. (2012). Innovation in food sector SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 300-321.
- Calisir, F. (2013). Impacts of learning orientation on product innovation performance. *The Learning Organization*, 176-195.
- Chesbrough, H. (2015). Open Innovation: Where We've Been and Where We're Going. *Full Terms & Conditions of access and use can be found at*, 20-27.
- Cooper, J. (1998). A multidimensional approach to the adoption of innovation. *Management Decision*, 493-502.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Journal of Academy Management*, 555-590.
- Damanpour, F. (2009). Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations. *JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES*, 650-675.
- Hassan, M., & Shaukat, S. (2013). Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 243-262.
- Hurley, R., & Hult, G. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 42-54.
- Keh, H. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 592-611.

- Koufteros, X. (2005). Internal and External Integration for Product Development: The Contingency Effects of Uncertainty, Equivocality, and Platform Strategy. *Decision Sciences*, 97-133.
- Lager, T. (2002). A structural analysis of process development in process industry : A new classification system for strategic project selection and portfolio balancing. *R and D Management*, 87-95.
- Leonard, D. (1991). The role of process innovation and adaptation in attaining strategic technological capability . *Int. J. Technology Management*, 303-320.
- Neito, M., & Santamaria, L. (2007). The importance of diverse collaborative networks for the novelty of product innovation. *Technovation*, 367–377.
- OECD/Eurostat. (2002). Proposed Standard Practice for Surveys for Research and Experimental Development. *Frascati Manual*.
- Prajogo, D. (2007). Manufacturing strategies and innovation performance in newly industrialised countries. *Industrial Management & Data Systems*, 52-68.
- Rasyid, H., & Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 39-49.
- Rita. (2010). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur. *Binus Business Review*, 474-487.
- Roberts, E. B. (2007). Managing Invention and Innovation. *Research-Technology Management*, 35-54.
- Sekaran & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6nd ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Tidd, J., & Keith, D. (1997). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. *Journal of Entrepreneurial Leadership*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Sumber Internet

- Bekraf. (2016). *Profil*. Diambil kembali dari BEKRAF: <http://www.bekraf.go.id/profil>
- Bisnis.com. (2018, May 28). *Berkah Usaha Fesyen Muslim*. Diambil kembali dari Bisnis Indonesia: <http://industri.bisnis.com/read/20180528/12/800271/berkah-usaha-fesyen-muslim>
- Muharram, A. (2017, March 30). *UKM Busana Muslim Harus Manfaatkan Peluang Global*. Diambil kembali dari Pikiran Rakyat: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/03/30/ukm-busana-muslim-harus-manfaatkan-peluang-global-397553>
- Suhariyanto. (2018, February 27). *Daftar masalah industri kreatif Indonesia, termasuk masih terkonsentrasi di Jawa*. Diambil kembali dari merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/daftar-masalah-industri-kreatif-indonesia-termasuk-masih-terkonsentrasi-di-jawa.html>
- Sungkari, H. (2018, September 8). *Bekraf Dorong Pertumbuhan Industri Fashion*. Diambil kembali dari Investor Daily: <http://id.beritasatu.com/home/bekraf-dorong-pertumbuhan-industri-fashion/180107>
- Winarto, Y. (2018, April 26). *Jokowi nilai potensi industri busana muslim sangat besar*. Diambil kembali dari kontan.co.id: <https://nasional.kontan.co.id/news/jokowi-nilai-potensi-industri-busana-muslim-sangat-besar>