

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kapabilitas inovasi memiliki tujuh (7) dimensi, yaitu kepemimpinan, struktur, kesejahteraan kerja, keterampilan, pembaruan, pengetahuan eksternal, dan aktivitas karyawan. Setiap perusahaan perlu memiliki kapabilitas inovasi yang baik untuk menghasilkan inovasi yang memiliki nilai. Dari 10 perusahaan busana muslim yang diwawancarai, perusahaan yang memiliki skor kapabilitas inovasi tertinggi sampai terendah, yaitu Deenay, Yuffa Collection, Pillar Hawa, House of Shasmira, Gallery Mutiez, Mezora, Ethica, Shafira, Modis Hijab, dan Rabbani Men.

Deenay sebagai perusahaan sudah memiliki kapabilitas inovasi yang baik, namun belum memenuhi satu (1) dimensi, yaitu dimensi struktur. Yuffa Collection sudah memenuhi semua dimensi kecuali satu (1) dimensi, yaitu dimensi kepemimpinan. Pillar Hawa sudah memenuhi semua dimensi kecuali satu (1) dimensi, yaitu dimensi keterampilan. House of Shasmira belum memenuhi dua (2) dimensi, yaitu dimensi struktur dan pembaruan. Gallery Mutiez juga belum memenuhi dua (2) dimensi, yaitu dimensi struktur dan pengetahuan eksternal. Mezora belum memenuhi tiga (3) dimensi, yaitu dimensi struktur, kesejahteraan kerja, dan pengetahuan eksternal. Ethica belum memenuhi dua (2) dimensi, yaitu dimensi struktur dan pembaruan. Namun, untuk dimensi pembaruan, Ethica tidak memenuhi satu (1) pun indikator yang ada. Modis Hijab juga belum memenuhi tiga (3) dimensi, yaitu dimensi keterampilan, pembaruan, dan pengetahuan eksternal. Shafira belum memenuhi empat (4) dimensi, yaitu dimensi kepemimpinan, struktur, pembaruan, dan pengetahuan eksternal. Terakhir, Rabbani Men yang belum memenuhi lima (5) dimensi, yaitu dimensi kepemimpinan, struktur, kesejahteraan kerja, pengetahuan eksternal, dan aktivitas karyawan. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki skor terendah belum

memenuhi hampir seluruh dimensi kapabilitas inovasi, yaitu tidak memenuhi lima (5) dimensi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki skor tertinggi yang hanya satu (1) dimensi saja yang belum terpenuhi.

2. Dimensi yang sudah baik pada 10 UMKM busana muslim di Kota Bandung adalah kesejahteraan kerja dan aktivitas karyawan dengan skor 48. Masing-masing perusahaan sudah memenuhi indikator-indikator yang ada, kecuali Rabbani Men yang belum memenuhi salah satu indikator di dimensi aktivitas karyawan serta salah satu indikator di dimensi kesejahteraan kerja dan Mezora yang belum memenuhi salah satu indikator di dimensi kesejahteraan kerja.

Pada dimensi kesejahteraan kerja, perusahaan telah memiliki kerja sama yang baik antara manajer atau pemilik dengan karyawannya. Karyawan juga sudah berani mengungkapkan ketidaksetujuannya pada suatu hal. Karyawan juga didorong memiliki beberapa keterampilan dalam menjalankan tugasnya. Karyawan juga sudah merasa beruntung dapat bekerja di perusahaannya. Serta, karyawan diperlakukan adil oleh manajer atau pemilik dengan bonus, gaji, lembur, dan jatah cuti sesuai dengan porsinya masing-masing.

Pada dimensi aktivitas karyawan, karyawan bersedia berpartisipasi dalam pengembangan perusahaannya dengan cara menyumbang ide atau masukan model dan warna, dan bersedia dilatih oleh perusahaan. Saat mencoba cara baru, karyawan juga mudah mengadopsi cara tersebut dalam waktu yang cukup cepat, yaitu tiga (3) hari sampai satu (1) bulan. Selain itu, karyawan juga mampu mengetahui bagaimana bersikap kritis kepada suatu tindakan saat dibutuhkan.

5.2. Saran

Setelah melakukan analisis, berikut merupakan saran yang dapat peneliti berikan untuk meningkatkan kapabilitas inovasi untuk 10 UMKM busana muslim di Kota Bandung:

1. Para UMKM busana muslim sebaiknya memperbaiki di dimensi pembaruan. Manajer sebaiknya lebih aktif untuk mencari cara baru dalam berbagai bidang seperti penjualan, produksi, atau pengiriman. Apabila mencari cara baru

dalam penjualan, diharapkan dapat meningkatkan penjualan, mencapai target yang sudah ditetapkan, dan akan memberi pengaruh positif kepada manajer atau pemilik dan perusahaan itu sendiri. Apabila mencari cara baru dalam produksi, diharapkan dapat mengurangi biaya produksi, penghematan waktu produksi, atau dapat meningkatkan kualitas barang tersebut. Apabila mencari cara baru dalam pengiriman, diharapkan dapat mengurangi waktu pengiriman dan lebih terkendali oleh perusahaan.

2. Para UMKM busana muslim sebaiknya memperbaiki di dimensi pengetahuan eksternal. Para UMKM sebaiknya mulai untuk membandingkan operasional perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih berkembang dan menjadikannya sebagai motivasi agar usahanya juga dapat berkembang. Para UMKM sebaiknya tidak berfokus pada perusahaan sendiri saja karena bila demikian dapat menyebabkan perusahaan tersebut tidak mengikuti perkembangan di dunia fesyen muslim. Menurut Shen, Tan, dan Xie (2000), membandingkan perusahaan sendiri dengan perusahaan lain merupakan alat peningkatan produktivitas di antara perusahaan. Selain itu, dapat membantu mencapai, mempertahankan keunggulan kompetitif, memperoleh informasi yang diperlukan untuk mendukung peningkatan berkelanjutan dan mendapatkan keunggulan kompetitif, membantu membuat keputusan strategis, dan perbandingan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, UMKM sebaiknya melakukan perbandingan dengan UMKM lain agar usahanya dapat lebih berkembang.

5.3. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti memiliki rekomendasi untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian lebih mendalam tentang kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) busana muslim di Kota Bandung. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengklasifikasi UMKM untuk melihat apakah terdapat perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dan lebih menjelaskan perbedaan atau persamaan antara masing-masing dimensi dalam kategori UMKM tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2017). RUBRIK PENILAIAN: KRITERIA PENILAIAN PROSES DAN HASIL BELAJAR MAHASISWA. Retrieved from <http://fpk.unair.ac.id/rubrik-penilaian-kriteria-penilaian-proses-dan-hasil-belajar-mahasiswa/>
- Basuki, S. (2010). *Metode Penelitian*. Cet 2. Jakarta: Penaku.
- Bekraf. (2015). Enam Belas Subsektor Ekonomi Kreatif. Retrieved from <https://www.Kotakreatif.id/16-subsektor>
- Bekraf. (2017). BEKRAF FESTIVAL: Festival Kinerja Badan Ekonomi Kreatif. Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/bekraf-festival-festival-kinerja-badan-ekonomi-kreatif>
- Bekraf. (2018). Ekspor Ekonomi Kreatif 2010 – 2016. Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/ekspor-ekonomi-kreatif-2010-2016>
- Bohang, F. K. (2015). Setahun Jokowi, Bagaimana Kinerja Badan Ekonomi Kreatif?. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/15020087/Setahun.Jokowi.Bagaimana.Kinerja.Badan.Ekonomi.Kreatif>
- Deenay. (n.d.). Deenay. Retrieved from <http://www.deenaystyle.com/>
- Dgip. (n.d.). UU No. 19 Tahun 2002. Retrieved from www.dgip.go.id/images/ki-images/.../uu.../uu_no_19_th_2002.pdf
- Dtpeduli. (2018). Islam dan Perkembangan Budaya Busana Muslim Indonesia. Retrieved from <http://www.dtpeduli.org/islam-dan-perkembangan-budaya-busana-muslim-indonesia>
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Alfabeta.
- Ethica. (n.d.). *Ethica*. Retrieved from <http://ethicafashion.com>
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16. <http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240/18108>
- Hafiz, M. P. A. (2017). Para Pemenang ICSB Indonesia City Awards 2017 Natamukti. Retrieved from <http://marketeers.com/icsb-indonesia-city-awards-2017-gelar-penghargaan-natamukti>
- Haladinar. (2018). State of the Global Islamic Economy Report 2018/19. Retrieved from <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25-32.
- Iddris, F., & Auwah, G. B., & Gebrekidan, D. A., (2016). Achieving supply chain agility through innovation capability building. *International Journal of*

Supply Chain and Operation Resilience, 2(2), 114-143.
<https://doi.org/10.1504/IJSCOR.2016.078181>

- Indonesiainvestment. (2017). Penduduk Indonesia. Retrieved from <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67?#poll0>
- Instagram. (n.d.). Gallery Mutiez. Retrieved from https://www.instagram.com/gallery_mutiez/
- Instagram. (n.d.). Modis Hijab. Retrieved from https://www.instagram.com/modis_hijab
- Instagram. (n.d.). Rnapillar. Retrieved from <https://www.instagram.com/rnapillar/>
- Instagram. (n.d.). Yuffa Collection. Retrieved from https://www.instagram.com/yuffa_collection/
- Jonsson, A., Svingby, G. (2007). The use of scoring rubrics: Reliability, validity and educational consequences, *Educational Research Review*, 2, 130-144. doi:10.1016/j.edurev.2007.05.002
- Julianto, P. A. (2017). Inilah Tiga Sektor Ekonomi Kreatif yang Sedang Naik Daun. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/13/203000326/inilah.tiga.sektor.ekonomi.kreatif.yang.sedang.naik.daun>
- Kandampully, J., & Duddy, R., (1999). Competitive advantage through anticipation, innovation and relationships, *Management Decision*, 37(1). 51-56, <https://doi.org/10.1108/00251749910252021>
- Karkehabadi, S. (2013). Using Rubrics to Measure and Enhance Student Performance. Retrieved from https://www.nvcc.edu/assessment/_docs/FTW5.usingrubricsmeasurestuperf-spr13.pdf
- KBBI, (n. d.). Inovasi. Retrieved from <https://kbbi.web.id/inovasi>
- Male, C. A. (2018). Pertama Kali, Hijabfest 2018 Digelar di Bandung dan Jakarta. Retrieved from <https://www.dream.co.id/lifestyle/hijabfest-2018-digelar-di-bandung-dan-jakarta-180427r.html>
- Melissa, N. (2016). Islam dan Perkembangan Budaya Busana Muslim Indonesia. Retrieved from <http://www.inmetmining.com/islam-dan-budaya-busana-indonesia/>
- Mezora. (n.d.). Mezora. Retrieved from <https://www.mezora.co.id>
- Palupi, I. N. (2012). Desain Busana | Fashion Indonesia Online. Retrieved from <http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html>
- Pisano, G. P. (2015). You Need and Innovation Strategy. Retrieved from <https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>
- Priatna, A., & Suprajang, S. E. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*. 1(1), 37-5. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/220>
- Rabbani. (n.d.). Rabbani. Retrieved from <http://www.rabbani.co.id>

- Ramdhani, D., (2016). Bandung Diberi Penghargaan Kota Terbaik dalam Pengembangan UKM. Retrieved from <https://regional.kompas.com/read/2016/11/30/13532821/bandung.diberi.penghargaan.Kota.terbaik.dalam.pe ngembangan.ukm>.
- Ratya, M. P. (2018). Indonesia Berpotensi Besar Jadi Pusat Fashion Muslim Dunia. Retrieved from <https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-3983364/indonesia-berpotensi-besar-jadi-pusat-fashion-muslim-dunia>
- Ridwan. (2018). Wujudkan Indonesia Jadi Kiblat Busana Muslim Dunia, Kemenperin Sempurnakan Peta Jalan Industri Fesyen Muslim. Retrieved from <http://www.industry.co.id/read/43824/wujudkan-indonesia-jadi-kiblat-busana-muslim-dunia-kemenperin-sempurnakan-peta-jalan-industri-fesyen-muslim>
- Rowley, J., (2010). Should your library have an innovation strategy?, *Library Management*, 32(4/5), 251-265. <https://doi.org/10.1108/01435121111132266>
- Saunila. M. (2014). Innovation capability for SME success: perspectives of financial and operational performance, *Journal of Advances in Management Research*, 11(2), 163-175. <http://dx.doi.org/10.1108/JAMR-11-2013-0063>
- Saunila. M. (2017). Understanding innovation performance measurement in SMEs, *Measuring Business Excellence*, 21(1), 1-16. <https://doi.org/10.1108/MBE-01-2016-0005>
- Shafira. (n.d.). Shafira. Retrieved from <https://www.shafira.com>
- Shasmira. (n.d.). Shasmira Official. Retrieved from <https://www.shasmira.com>
- Sekaran, U., Bougie, R. (2016). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Shen, X. X., Tan, K. C., Xie, M. (2000). Benchmarking in QFD for quality improvement, *Benchmarking: An International Journal*, 7(4), 282-291. <https://doi.org/10.1108/14635770010378918>
- Steele, V. (n.d.). Definition of Fashion. Retrieved from Lovetoknow: <https://fashion-history.lovetoknow.com/alphabetical-index-fashion-clothing-history/definitionn-fashion>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R. (2014). Bandung Bersiap Jadi Pusat Fesyen Muslim Dunia. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2014/09/30/103021726/Bandung.Bersiap.Jadi.Pusat.Fesyen.Muslim.Dunia>
- Sutopo, A. H., Arief, A. (2010). *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Suwarno. Y. (2008). *Inovasi di Sektor Publik*. Jakarta: STIA-LAN

Tribunnews. (2018). Yuk Datang Ke Hijab Market, Banyak Diskon Hijab dan Pakaian Muslimah. Retrieved from <http://jabar.tribunnews.com/2018/09/04/yuk-datang-ke-hijab-market-banyak-diskon-hijab-dan-pakaian-muslimah>

Usman, H., dan Akbar, P. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.