

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Dari hasil analisis yang dilakukan terhadap 10 UKM busana muslim yang ada di Kota Bandung, variabel inovasi yang dilakukan oleh sembilan perusahaan sudah termasuk baik. Berdasarkan indikator variabel inovasi yang dipenuhi oleh 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian, dapat disimpulkan bahwa 10 UKM busana muslim selalu memproduksi produk baru secara rutin dengan minimal produk yang dihasilkan adalah tiga (3) produk. Produk baru yang diproduksi mayoritas adalah pengembangan dari produk yang sudah ada menjadi sesuatu yang lebih baru. 10 UKM busana muslim juga yakin dengan sistem produksi yang diterapkan tidak kalah dibandingkan dengan perusahaan lain. Namun, 10 UKM busana muslim masih belum melakukan inovasi radikal serta menciptakan produk yang baru pertama kali ada di pasar. Inovasi produk yang dilakukan mayoritas hanya berada pada konsep yang sama. Mayoritas perusahaan juga tidak memberikan pelatihan kepada sumber daya manusia dalam persiapan menghadapi perubahan.

Dari 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian, Hijab-In merupakan satu-satunya UKM busana muslim dari antara 9 UKM lainnya yang memiliki tingkat inovasi paling rendah dengan total skor hanya lima (5). Hijab-In dalam memproduksi produk baru belum terlalu fokus dalam penggunaan inovasi teknologi, Hijab-In juga belum pernah memproduksi produk yang pertama kali bagi pasar. Dari 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian, perusahaan yang paling baik dalam melakukan inovasi adalah House of Shasmira, Alisha Fancy Shop, dan Anggia Handmade dengan total skor sebesar sembilan (9).

2. Dari hasil analisis yang dilakukan terhadap 10 UKM busana muslim yang ada di Kota Bandung, variabel kualitas yang dilakukan oleh 10 UKM busana muslim terbilang cukup baik. Berdasarkan hasil penilaian indikator variabel kualitas, dapat disimpulkan bahwa 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian sama-sama yakin sudah memproduksi produk dengan kualitas

terbaik. Hal tersebut dikarenakan masing-masing UKM memiliki aturan dan standar kualitas yang memastikan bahwa produk yang dihasilkan akan lebih baik dibandingkan produk perusahaan lain. Meskipun standar kualitas yang ditetapkan berbeda-beda bagi setiap perusahaan, produk yang dihasilkan oleh 10 UKM tersebut selalu mencapai standar kualitas tersebut dan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga mereka yakin bahwa produk mereka memiliki kualitas terbaik secara konsisten.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi perhatian utama 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian. Dari hasil rubrik penilaian, dapat disimpulkan bahwa 10 UKM memperhatikan setiap aspek yang dapat memberikan pengalaman berbelanja yang baik bagi konsumen. 10 UKM juga dengan rutin melakukan evaluasi untuk mempertahankan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan. Dari hasil rubrik penilaian pula dapat disimpulkan bahwa dengan pengukuran yang dilakukan oleh 10 UKM untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, rata-rata konsumen 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian menikmati pengalaman berbelanja yang diberikan.

Dari 10 UKM busana muslim yang menjadi objek penelitian, Queenerikha, Hijab-In, dan Nusseyba Activewear merupakan UKM dengan tingkat kualitas yang paling rendah jika dibandingkan dengan 10 UKM yang diteliti dengan skor sebesar tiga (3) pada rubrik penilaian. Sedangkan tujuh UKM lainnya memiliki tingkat kualitas yang sama. Meskipun kualitas yang diberikan merupakan yang terbaik dari antara 10 UKM yang menjadi objek penelitian, Shasmira, Alisha Fancy Shop, Ethica, Zysku Xena, Rabiya, Lamia, dan Anggia Handmade dengan total skor sebesar empat (4) pada rubrik penilaian.

## **5.2 Saran**

Dari hasil kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat penulis berikan:

1. Meskipun inovasi yang dilakukan oleh sepuluh perusahaan sudah dapat dikatakan baik, inovasi masih harus ditingkatkan lagi melihat tidak ada satu perusahaan yang meraih skor maksimal yaitu sepuluh (10). Berdasarkan rubrik

penilaian variabel inovasi, perusahaan harus meningkatkan inovasi radikal atas produk baru yang diproduksi karena inovasi radikal merupakan hal yang tidak dilakukan oleh paling banyak perusahaan. Selain itu, 10 UKM busana muslim juga harus meningkatkan inovasi terhadap produk baru yang akan diciptakan agar dapat menjadi yang pertama di pasar sehingga perusahaan memiliki keuntungan dan dikenal sebagai pencetus tren. Perusahaan juga mungkin harus mempertimbangkan pemberian pelatihan kepada sumber daya manusia agar siap menghadapi perubahan serta secara rutin membandingkan proses produksi dengan perusahaan lain agar dapat terus mengejar ketertinggalan.

House of Shasmira, Alisha Fancy Shop, dan Anggia Handmade yang memiliki skor tertinggi pada variabel inovasi tetap harus memperbaiki dan meningkatkan beberapa hal. House of Shasmira masih harus meningkatkan inovasi untuk memproduksi produk yang bisa menjadi yang pertama di pasar begitu pula dengan Anggia Handmade. Selain itu, Anggia Handmade mungkin harus mempertimbangkan pelatihan untuk sumber daya manusia sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan. Alisha Fancy Shop harus mempertimbangkan untuk melakukan perbandingan proses produksi dengan perusahaan lain meskipun sudah percaya jasa pihak ketiga. Hal tersebut dapat membantu Alisha Fancy Shop untuk menilai kinerja dan proses produk pihak ketiga yang dipercaya dengan proses produksi perusahaan lain.

Hijab-In dan Ethica yang menempati posisi paling bawah dalam tingkat inovasi yang dilakukan, harus mulai memikirkan dan melakukan perubahan baik pada produk yang dikeluarkan ataupun proses produksi yang diterapkan. Melihat mayoritas perusahaan yang sudah berada jauh di atas Hijab-In dan Ethica, kedua perusahaan tersebut harus berhati-hati apabila terjadi perubahan dan harus melakukan usaha lebih untuk mengejar ketertinggalan.

2. Meskipun kualitas yang dilakukan oleh sepuluh perusahaan juga sudah dapat dikatakan baik, kualitas tetap masih harus ditingkatkan lagi karena tidak ada satu perusahaan yang meraih skor maksimal yaitu lima (5). Perusahaan harus meningkatkan kualitas dari aspek lain bukan hanya kualitas produk tetapi kualitas pelayanan, kualitas pemasaran, dan kualitas sistem operasi yang

diterapkan serta masih banyak lagi sehingga perusahaan bisa menjadi UKM busana muslim dengan kualitas terbaik dari segala aspek mengingat tidak ada satupun perusahaan yang yakin dapat menjadi UKM busana muslim terbaik dari segala aspek.

Shasmira, Alisha Fancy Shop, Ethica, Zysku Xena, Rabiya, Lamia, dan Anggia Handmade yang merupakan UKM yang sudah memiliki kualitas produk dan pelayanan yang baik, masih harus meningkatkan kualitas yang diberikan bukan hanya pada segala aspek perusahaan mengingat tidak ada perusahaan yang yakin sudah menjadi UKM busana muslim dengan kualitas terbaik dari segala aspek. Queenerikha, Hijab-In, dan Nusseyba Activewear yang merupakan UKM dengan kualitas terendah apabila dibandingkan dengan 10 UKM yang diteliti, memiliki ketertinggalan pada aspek yang sama dimana ketiga perusahaan tersebut harus meningkatkan kualitas baik pada produk ataupun pelayanan yang diberikan. Pada aspek pelayanan, ketiga perusahaan tersebut harus mulai menetapkan aturan dan standar kualitas sehingga pelayanan yang diberikan selalu maksimal dan tidak kalah dibandingkan 10 UKM lain yang menjadi objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam. Westbrook, R. (1997). *International Journal of Operations & Production Management. An international study of quality improvement approach and firm performance.*
- Adner, R., & Levinthal, D. (2001). *Management Science. Demand heterogeneity and technology evolution: implications for product and process innovation.*
- Agarwal, J. (2016). *Quality performance of SMEs in a developing economy : direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation.*
- Ahmed, P. K., & Shepherd, C. D. (2010). *Innovation management, context, strategies, system and process.*
- Alegre, J., & Chiva, R. L. (2014). *A Measurement Scale For Product Innovation Performance. European Journal of Innovation Management.*
- Ayu, M. M., Topan, A., & Martina, D. (2015). *Rencana Pengembangan Seni Rupa Nasional 2015-2019.* Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Corbett, L. M., & Rastrick, K. N. (2000). *International Journal of Quality & Reliability Management. Quality performance and organizational culture: A New Zealand study.*
- Damanpour, F. (1991). *Academy of Management Journal. Organizational innovation : a meta-analysis of effects of determinants and moderators,* Vol. 34, No. 3, 555-590.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). *Journal of Management Studies. The dynamics of the adoption of product and process innovation in organizations.*
- Daniel I. Prajogo, A. S. (2003). *International Journal of Quality & Reliability Management. The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance.*
- Dewar, R. D., & Dutton, J. E. (1986). *Management Science. The adoption of radical and incremental innovation : An empirical analysis.*
- Ettlie, J. E., Bridges, W. P., & O'Keefe, R. D. (1984). *Management Science. Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation.*
- Evan, W. M. (1966). *Human Organization. Organizational lag,* Vol. 25, No.1, 51-53.
- Fynes, B., & Burca, S. d. (2005). *The effects of design quality on quality performance.*

- Fynes, B., Voss, C., & Burca, S. d. (2005). *The impact of supply chain relationship quality on quality performance*.
- Hurley, & Hult, G. (1998). *Journal of Marketing. Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination*.
- (2016). *Infografis Ringkasan Data Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Bekraf.
- Inkinen, H. T., Kianto, A., & Vanhala, M. (2005). Knowledge Management Practices and Innovation Performance in Finland. *Journal of Knowledge*.
- Jajja, M. S., Kannan, V. R., Brah, S. A., & Hassan, S. Z. (2017). Linkages Between Firm Innovation Strategy, Suppliers, Product Innovation, and Business Performance. *International Journal of Operations & Production*.
- Karkehabadi, S. (2013). *Using Rubrics to Measure and Enhance Student Performance. Spring 2013 Faculty Workshop Series. Northern Virginia Community College*.
- Karppusami, G., & Gandhinathan, R. (2006). A literature review and analysis. *Pareto analysis of critical success factors of total quality management*.
- Karuppusami, G., & Gandhinathan, R. (2006). *Pareto analysis of critical success factors of total quality management*.
- Kurniasari, R. D. (2018). Retrieved from Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing
- Li, H., & Atuahene-Gima. (2001). *Academy of Management Journal. Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China*, Vol. 44 No. 6, 1123-1134.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). *The effect of market orientation on product innovation*.
- Meyers, P. W., & Tucker, F. G. (1989). *Defining roles for logistics during routine and radical technological innovation*.
- Miller, D. (1987). *Strategic Management Journal. The structural and environmental correlates of business strategy*, Vol. 8, 55-76 .
- Muhammad Shakeel Sadiq Jajja, Vijay R. Kannan. (n.d.).
- Munawir. (2018). Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Pusat Perbelanjaan Kota Banda Aceh dengan Metode SERVQUAL. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 1-2.
- Myers, & Marquis. (1969). *Successful industrial innovations*.
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). Industrial Marketing Management. *Entrepreneurship: Its relationship with*

*market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value.*

- Ndubisi, N. O., & Agarwal, J. (2014). *Journal of Business & Industrial Marketing. Quality performance of SMEs in a developing economy: direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation.*
- Ndubisi, Oly, N., Capel, Marie, C., & C., G. (2015). *Innovation Strategy and Performance of International Technology Services Ventures. Journal of Service Management.*
- Nord, W., & Tucker, S. (1987). *Implementing routine and radical innovation*, 6.
- Nuraini. (2015). *Warta Ekspor Fesyen Muslim Indonesia*. Jakarta: Ditjen PEN.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2003). *International Journal of Quality & Reliability Management. The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination.*
- Ryan, D. H. (1999). *Managing Service Quality: An International Journal. Small service firms – creating value through innovation*, Vol. 9 Iss 6 pp. 411 - 422.
- Saghier, N. M. (2015). *Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study.*
- Shetty, Y. K. (1987). *Product quality and competitive strategy.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suroso, E., & Azis, Y. (2015). *Defining Mainstreams Of Innovation: A Literature Review*, 388.
- Thomson Reuters. (2013). *State Of The Global Islamic Economy 2013 Report*. Thomson Reuters.
- Thomson Reuters. (2014). *State of The Global Islamic Economy 2014-2015 Report*. Thomson Reuters.
- Thomson Reuters. (2015). *State of The Global Islamic Economy Report 2015/16*. Thomson Reuters.
- Thomson Reuters. (2016). *State of The Global Islamic Economy Report 2016/17*. Thomson Reuters.
- Utterback, J. M., & Abernathy, W. J. (1975). *A dynamic model of process and product innovation*, Vol. 3, No. 6.
- Yasamis, F., Arditi, D., & Mohammadi, J. (2002). *Construction Management and Economics. Assessing contractor quality performance.*

Zeithaml, V. A. (1988). *Journal of Marketing*. *Consumer perceptions of price, quality, and value: A Means-End Model and synthesis of evidence*, Vol. 52, No. 3, pp. 2-22.



### Sumber Internet:

- Aldilla, G. (2009). Retrieved from <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/125832-S-5798-Hubungan%20faktor-Methodologi.pdf>
- Bekraf. (2017). Retrieved from [http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf\\_file/180719-opus-bekraf-outlook-2017.pdf](http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/180719-opus-bekraf-outlook-2017.pdf)
- Burhanuddin, A. (2013, Mei 21). Retrieved from <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif/>
- Direktorat Inovasi dan Inkubator Bisnis. (2016). Retrieved from <http://diib.ui.ac.id/wp-content/uploads/2016/08/Inovasi2.pdf>
- Fitinline. (2015, Januari 13). Retrieved from <https://fitinline.com/article/read/celana-palazzo/>
- Hariyanti, D. (2018, Oktober 1). Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2018/10/01/gaya-busana-muslim-kekuatan-baru-industri-fesyen-di-kancah-global>
- Hariyanti, D. (2018, Oktober 1). Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2018/10/01/gaya-busana-muslim-kekuatan-baru-industri-fesyen-di-kancah-global>
- Kurniawan, A. (2018, Agustus 27). Retrieved from <https://www.gurupendidikan.co.id/5-pengertian-kualitas-menurut-para-ahli/>
- Kurniawan, A. (2018, Agustus 27). Retrieved from <https://www.gurupendidikan.co.id/8-jenis-bentuk-dan-pengertian-wawancara-menurut-para-ahli-beserta-contohnya/>
- Sabdarini, I. T. (2018, Februari 27). Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/9/83-infografis-ringkasan-data-statistik-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Sabdarini, I. T. (2018, Februari 27). Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/9/83-infografis-ringkasan-data-statistik-ekonomi-kreatif-indonesia>
- Susanti, R. (2014, September 30). Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2014/09/30/103021726/Bandung.Bersiap.Jadi.Pusat.Fesyen.Muslim.Dunia>
- Susilana, R. (2014). Retrieved from [http://file.upi.edu/Direktori/DUAL-MODES/PENELITIAN\\_PENDIDIKAN/BBM\\_6.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/DUAL-MODES/PENELITIAN_PENDIDIKAN/BBM_6.pdf)

Zakky. (2018, Mei 7). Retrieved from <https://www.zonareferensi.com/pengertian-observasi/>

Zulaikha, M. (2018, Agustus 21). Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/13/bekraf-financial-club-di-jakarta>

Zulaikha, M. (2018, Agustus 21). Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/financial-club-diskusi-pelaku-ekraf-subsektor-fashion-muslim-dengan-sumber-pembiayaan>

Zulaikha, M. (2018, Agustus 21). Retrieved from <http://www.bekraf.go.id/berita/page/10/bekraf-financial-club-untuk-dorong-akses-permodalan-fashion-muslim>