

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa yang penulis lakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Industri busana muslim di Kota Bandung secara mayoritas sudah menerapkan praktik teknologi informasi dengan cukup baik. Berdasarkan hasil olahan data *scoring rubric* dari 10 (sepuluh) perusahaan, dengan nilai maksimal 5 (lima), rata-rata perusahaan mendapatkan nilai 4 (empat). Berikut perusahaan yang diurutkan berdasarkan dari nilai teratas yaitu Perusahaan Shasmira & MDM Boutique mendapatkan nilai skor 5 (lima). Perusahaan Drbydewirika, Allure Hijabshop, Cullotes, Alzemira dan Kintan Gallery mendapatkan nilai skor 4 (empat). Kemudian Perusahaan Dykke, Athiens, Koraza mendapatkan nilai skor 3 (tiga). Hal ini membuktikan bahwa para produsen Busana Muslim di Kota Bandung telah memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dengan cukup baik.
2. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik teknologi informasi yang harus ditingkatkan / diperbaiki dari praktik yang sudah dijalankan berdasarkan *scoring rubric* adalah Indikator 5 (lima) “Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing.” Dikarenakan indikator lima ini paling minim dipenuhi oleh perusahaan, yang artinya produsen busana muslim masih belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mengumpulkan pengetahuan terkait bisnis mengenai pesaing. Berikut indikator yang diurutkan berdasarkan banyaknya perusahaan yang memenuhi, yaitu:
  1. (indikator dua) Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan komunikasi di seluruh organisasi, sehingga dapat memudahkan pekerjaan dan (indikator tiga) Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan baru dengan para pemangku kepentingan eksternal.
  2. (indikator satu) Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan pencarian dan penemuan informasi secara efisien dan (indikator enam)

Teknologi informasi digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan terkait pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

3. (indikator empat) Teknologi informasi digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan (indikator tujuh) Teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan cara-cara baru untuk mengelola perusahaan.

## 5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat penulis berikan: Para pelaku industri busana muslim harus meningkatkan indikator 5 (lima) “Penggunaan teknologi informasi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi pesaing”, indikator 4 (empat) “Penggunaan teknologi informasi yang digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik” dan indikator 7 (tujuh) “Penggunaan teknologi informasi digunakan untuk megembangkan cara baru untuk mengelola perusahaan.” Sedangkan, indikator yang harus dipertahankan adalah indikator 2 (dua) “Teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan komunikasi di seluruh organisasi, sehingga dapat memudahkan pekerjaan”, indikator 3 (tiga) “Penggunaan teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan baru dengan para pemangku kepentingan eksternal”, indikator 6 (enam) “Penggunaan teknologi informasi untuk mengumpulkan pengetahuan terkait pelanggan”, dan terakhir adalah indikator 1 (satu) “Penggunaan teknologi informasi digunakan untuk memungkinkan pencarian informasi secara efisien.”

Hal ini akan mendukung terjadinya praktik teknologi informasi yang akan membantu tercapainya inovasi pada industri busana muslim di Kota Bandung. Berikut saran untuk indikator yang perlu ditingkatkan:

1. Saran untuk indikator 5 (lima) “Penggunaan teknologi informasi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi pesaing”:

Menggunakan media sosial *instagram* untuk melihat profil perusahaan pesaing, dari *feeds* di *instagramnya*, harga jual, bentuk barang (desain) lalu Identifikasi pesaing meliputi hal-hal berikut:

- a. Mencari tahu jenis produk yang ditawarkan berdasarkan:

✓ Pesaing dekat: perusahaan yang sama atau memiliki produk yang sejenis.

✓ Pesaing jauh: perusahaan yang memiliki produk yang mirip

b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai:

✓ kategori *low/middle/high segment*

Dari hal-hal tersebut, perusahaan dapat mempelajari siapa saja yang menjadi pesaing mereka secara langsung dan tidak langsung.

2. Saran untuk indikator 4 (empat) “Penggunaan teknologi informasi yang digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik”:

Awalnya perusahaan harus mulai mencari tahu dahulu manfaat dari promosi yang dilakukan melalui *instagram story* atau *instagram promote* misalnya, dengan cara mencari tahunya di *google* atau di *youtube*. Setelah mengetahui apa saja *benefit* yang didapat, baru perusahaan akan menyadari untuk melakukan hal tersebut, tidak dapat dilakukan di sembarang waktu dan pada sembarang media, karena akan menjadi sia-sia kalau kita tidak melakukannya pada pasar dan cara yang tepat, apalagi jika promosi tersebut berbayar. Ke depannya perusahaan akan membutuhkan media promosi untuk menarik konsumen-konsumen baru, karena pesaing akan terus bertambah seiring perkembangan zaman. Maka diperlukan peran teknologi informasi untuk membantu membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Peran teknologi informasi disini adalah membantu menyediakan, menelaah, dan mengelola data mengenai konsumen kita, dan target pasar kita selanjutnya.

3. Saran untuk indikator 7 (tujuh) “Penggunaan teknologi informasi digunakan untuk megembangkan cara baru untuk mengelola perusahaan.”:

Di zaman yang serba teknologi ini, hampir semua orang sudah menggunakan *smartphone* tentunya. Dan sudah banyak pula program komputer yang dapat diakses *via smartphone*. Jika perusahaan ingin maju dan tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya, maka perusahaan harus mulai mengunduh aplikasi pencatatan keuangan seperti *moka pos* misalnya, yang merangkap sekaligus menjadi aplikasi untuk kasir juga. Untuk biaya yang dikeluarkan, dapat kita anggap sebagai investasi di awal, karena kalau perusahaan tidak mau

berkecimpung dalam penggunaan teknologi informasi sejak sekarang, maka mau sampai kapan. Setelah perusahaan mempelajari aplikasi tersebut dan mengetahui manfaatnya melalui *google* atau *youtube*, langkah selanjutnya adalah perusahaan harus membiasakan diri terhadap hal tersebut, walaupun pada awalnya menghambat kinerja karena masih dalam tahap proses pembiasaan, selanjutnya perusahaan akan lebih mahir dan menguasainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chi C.G. dan Gursoy D. (2009). Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management*. Vol.28, hal.247,249.
- Daugherty P.J., Ellinger A.E., Rogers D.S. (1995). Information accessibility: Customer responsiveness and enhanced performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 25 No. 1, hal.13-15.
- Hamali S. Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Pakaian Jadi Kota Bandung, Vol.4(1).
- Hariato, Vidyatmoko D., Rosadi H. Y. (2013). Determinan Inovasi Teknologi dan Kebijakan Pengembangan pada Industri Pangan. *PANGAN: Media Komunikasi dan Informasi*,22, 287-298.
- Hermana B. (2004). Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi sebagai Basis Inovasi di Perusahaan, hal. 14. <http://bhermana.staff.gunadarma.ac.id>
- I Made Wirartha. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Ifada L.M. (2011). Pengelolaan Knowledge Management Capability Dalam Memediasi Dukungan Information Technology Relatedness terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 8(1), 55-58 & 72.
- Inkinen H. T., Kianto A., Vanhala M. (2015). Knowledge management practices and innovation performance in Finland. *Baltic Journal of Management*, Vol. 10, 432-455. <https://doi.org/10.1108/BJM-10-2014-0178>
- Johannessen J. A., Olaisen J., Olsen B. (1999). Strategic Use of Information Technology for Increased Innovation and Performance. *Information Management & Computer Security*. Vol.7(1), 5-22.
- Julison B. (2014). Pengukuran Kinerja Inovasi Perusahaan Kontraktor di Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Terapan bidang Teknik Sipil*, 20(1), 30.
- Lexy J. Moleong (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 330.
- Mathew M. B. dan Michael H., Op.cit, hal. 134

- Mertler C. A. (2001). Practical Assessment, Research & Evaluation. *Vol.7 (25)*, 1-2.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64(1), 12e40.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons
- Sucahyo R., Eriyatno, Suroso I. A., Affandi M.J. (2014). Strategi Manajemen Pengetahuan untuk Peningkatan Inovasi Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1-2), 1.
- Utami S.S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol. 8 No. 1, hal. 61 – 67.
- Widiyono (2013). Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI)*. Vol. 10, No. 1, hal. 10-28.

Sumber Internet:

- The University of Texas at Austin, Faculty Innovation Center. Build Rubric from <https://facultyinnovate.utexas.edu/sites/default/files/build-rubric.pdf>
- Universitas Komputer Indonesia. Objek Penelitian. [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/435/jbptunikompp-gdl-guruhtikaf-21713-4-unikom\\_g-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/435/jbptunikompp-gdl-guruhtikaf-21713-4-unikom_g-i.pdf)
- Metode Penelitian. Hal. 79. <http://repository.unpas.ac.id/6485/6/BAB%20III.pdf>
- Merina N. (September 15, 2016). Pengertian UKM & UMKM? Bagaimana Usaha Kecil Menengah di Indonesia. <https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>