

BAB VI

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

6.1 Simpulan

Hasil penelitian yang dilakukan pada *women entrepreneur* UKM fesyen di Jawa Barat maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi digital berada pada kategori tinggi. Dimensi kemampuan mengelola informasi memberikan nilai terbesar, sedangkan dimensi kemampuan menciptakan peluang melalui konten digital memberikan nilai terendah

Orientasi kewirausahaan berada pada kategori tinggi. Dimensi orientasi produk memberikan nilai tertinggi, sedangkan dimensi orientasi proses memberikan nilai terendah.

Co-creation berada pada kategori tinggi. Dimensi kolaborasi dengan karyawan memberikan nilai tertinggi, sedangkan dimensi kolaborasi dengan konsumen memberikan nilai terendah

Inovasi berada pada kategori tinggi Dimensi inovasi produk memberikan nilai tertinggi. Sedangkan dimensi inovasi proses menunjukkan nilai terendah.

Daya saing berada pada kategori tinggi, dengan kepuasan konsumen sebagai dimensi dengan nilai tertinggi, sedangkan dimensi pertumbuhan menunjukkan nilai terendah.

2. Kompetensi digital kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap *co-creation*
3. Kompetensi digital kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi
4. Kompetensi digital kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap daya saing
5. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap *co-creation*
6. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi
7. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap daya saing
8. *Co-creation* memiliki pengaruh positif terhadap daya saing
9. Inovasi memiliki pengaruh positif terhadap daya saing
10. Kompetensi digital kewirausahaan berpengaruh terhadap daya saing melalui *co-creation*

11. Kompetensi digital kewirausahaan berpengaruh terhadap daya saing melalui inovasi
12. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap daya saing melalui *co-creation*
13. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap daya saing melalui inovasi
14. Meningkatkan daya saing ditentukan oleh peran kompetensi digital kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, *co-creation* dan inovasi. Merujuk pada temuan penelitian ini, kompetensi digital kewirausahaan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi daya saing, baik pengaruh secara langsung ataupun melalui *co-creation* dan inovasi.

6.2 Implikasi

Hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan implikasi sebagai berikut:

1. Kemampuan mengelola informasi dan beradaptasi dengan aplikasi digital menjadi faktor utama yang meningkatkan daya saing UKM. Ketika UKM mengintegrasikan teknologi seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi komunikasi, maka efisiensi operasional akan meningkat, jangkauan pasar lebih luas, dan hubungan dengan pelanggan semakin kuat. *Women entrepreneur* yang memanfaatkan teknologi untuk pengelolaan data dan strategi pemasaran berbasis data dapat mempercepat pertumbuhan bisnis.
2. Orientasi produk menjadi hal penting untuk meningkatkan daya saing UKM fesyen. Ketika mampu berinovasi dalam desain produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, akan menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Investasi dalam riset pasar, pemantauan tren global dan lokal, serta kolaborasi dengan desainer profesional memungkinkan UKM menciptakan produk unik yang membedakannya dari pesaing. Jika strategi ini didukung dengan pelatihan inovasi, maka UKM fesyen dapat mendiversifikasi produk, memperluas pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.
3. Berkolaborasi dengan karyawan dalam proses *co-creation* berperan meningkatkan daya saing UKM fesyen. Dengan melibatkan karyawan, seperti desainer dan tenaga penjual, dalam pengembangan produk dan strategi bisnis,

UKM dapat mendorong inovasi. Budaya kerja kolaboratif yang mendukung ide kreatif, seperti *brainstorming*, serta pelatihan dan penghargaan atas kontribusi karyawan, meningkatkan motivasi dan produktivitas. Pendekatan ini membantu UKM menciptakan produk inovatif dan lebih kompetitif di pasar.

4. Inovasi produk dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya saing UKM fesyen. Dengan berinvestasi dalam riset pasar dan pengembangan produk, UKM dapat menciptakan diferensiasi yang relevan, memperkuat loyalitas konsumen, dan menarik segmen pasar baru. Kolaborasi dengan komunitas kreatif atau pengrajin lokal menambah nilai pada produk dan memperkuat posisi UKM sebagai pelaku bisnis inovatif. Strategi ini mendukung pertumbuhan berkelanjutan bagi UKM fesyen.
5. Kepuasan konsumen, melalui fokus pada kebutuhan dan pengalaman pelanggan, adalah kunci daya saing UKM fesyen. UKM dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan layanan personalisasi, kebijakan retur fleksibel, dan pelatihan layanan pelanggan. Penggunaan teknologi digital, seperti chatbot, dapat mempercepat respons dan memberikan pengalaman personal. Strategi ini memperkuat loyalitas, reputasi positif, menarik pelanggan baru, dan mendukung daya saing berkelanjutan.

6.3 Rekomendasi

Hasil penelitian yang dilakukan dan kesimpulan yang telah diperoleh maka rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

Rekomendasi praktis untuk UKM fesyen

1. Untuk meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan kompetensi digital kewirausahaan, terutama pada dimensi kemampuan menciptakan peluang dengan konten digital. *Women entrepreneur* perlu meningkatkan kemampuan pembuatan konten digital melalui pelatihan strategi pemasaran visual dan pemanfaatan aplikasi. Kolaborasi dengan profesional kreatif serta penonjolan nilai unik produk, seperti budaya lokal, dapat memperkuat daya tarik konten, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan menciptakan peluang di pasar digital.

2. Untuk meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan orientasi kewirausahaan, terutama pada dimensi orientasi proses. *Women entrepreneur* disarankan meningkatkan keterampilan manajemen operasional, perencanaan strategis, dan mitigasi risiko melalui pelatihan dan teknologi analitik. Mengoptimalkan efisiensi produksi, analisis biaya, serta kolaborasi dengan mentor bisnis atau komunitas kewirausahaan akan membantu mereka lebih adaptif menghadapi dinamika pasar.
3. Untuk meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan *co-creation*, terutama pada dimensi kolaborasi konsumen. *Women entrepreneur* disarankan untuk lebih aktif melibatkan konsumen melalui strategi *co-creation*, seperti survei atau polling di media sosial untuk memahami preferensi pelanggan. Interaksi ini membantu menciptakan produk yang lebih relevan, memperkuat hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan daya saing bisnis. Analisis feedback konsumen juga penting untuk merancang strategi yang responsif terhadap tren pasar.
4. Untuk meningkatkan daya saing, perlu meningkatkan inovasi, terutama pada dimensi inovasi proses. *Women entrepreneur* disarankan mengintegrasikan teknologi digital, seperti otomatisasi stok dan pemesanan, serta mengikuti pelatihan digital untuk mendukung inovasi, respons pasar cepat, dan memperkuat daya saing UKM fesyen.
5. Untuk meningkatkan daya saing, UKM fesyen perlu mengadopsi kompetensi digital kewirausahaan sebagai kunci menghadapi persaingan di era digital. Integrasi kemampuan menciptakan peluang melalui konten digital, orientasi kewirausahaan berbasis efisiensi proses, kolaborasi konsumen melalui strategi *co-creation*, dan inovasi proses berbasis teknologi menjadi langkah strategis yang harus diambil. Pelatihan pemasaran visual, penggunaan aplikasi digital, dan otomatisasi operasional memperkuat strategi bisnis UKM fesyen. Keterlibatan konsumen melalui survei, polling, dan analisis umpan balik menciptakan produk relevan sesuai tren pasar. Fokus pada inovasi berkelanjutan, perencanaan strategis, dan penerapan teknologi digital

meningkatkan efisiensi, pengalaman personal konsumen, loyalitas, serta daya saing jangka panjang

Rekomendasi Untuk Peneliti

1. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor eksternal, seperti dukungan pemerintah, akses pembiayaan, dan regulasi, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan cakupan yang lebih luas, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih holistik dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UKM di Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan *mixed method* yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman lebih holistik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UKM fesyen. Survei kuantitatif dapat memberikan gambaran umum tentang adopsi teknologi digital, sementara wawancara atau FGD kualitatif dapat menggali lebih dalam mengenai tantangan, motivasi, dan pengalaman *women entrepreneur* dalam menerapkan teknologi digital.

Rekomendasi Untuk Pengambil Kebijakan

1. Pemegang kebijakan diharapkan dapat memperluas dan memperbaiki akses pembiayaan bagi UKM fesyen, khususnya melalui skema pembiayaan yang lebih mudah diakses. Selain itu, program pembiayaan ini sebaiknya dilengkapi dengan pelatihan manajemen keuangan untuk memastikan UKM dapat memanfaatkan dana dengan lebih efisien, sekaligus mendukung pengembangan bisnis yang berkelanjutan.
2. Pemerintah perlu terus menyederhanakan dan memperbaiki regulasi serta proses yang lebih sistematis, khususnya yang berkaitan dengan perizinan, pajak, dan prosedur ekspor-impor bagi UKM. Penyederhanaan proses administrasi ini akan mempermudah UKM dalam mengakses pasar domestik dan internasional, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional mereka.
3. Pemegang kebijakan dapat meningkatkan fasilitas pelatihan terkait adopsi teknologi digital, seperti e-commerce, pemasaran digital, dan manajemen data, yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing UKM fesyen. Selain itu,

perlu dilakukan penguatan infrastruktur digital di daerah-daerah yang masih memiliki akses terbatas agar UKM dapat lebih mudah mengakses platform digital untuk pemasaran dan penjualan, serta mendukung keberlanjutan bisnis mereka di era digital.

4. Pemegang kebijakan juga perlu memperkuat ekosistem bisnis yang lebih terarah dan terintegrasi, menciptakan peluang bagi UKM fesyen untuk berkolaborasi dengan sektor-sektor lain, seperti pendidikan, teknologi, dan industri kreatif. Program kemitraan ini akan memungkinkan UKM fesyen untuk mengakses pengetahuan, teknologi, dan jaringan yang lebih luas, serta meningkatkan kapasitas produksi dan inovasi yang mendukung daya saing mereka.