

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini menganalisis model gabungan antara kapabilitas yang dimiliki manusia dan tuntutan teknologi digitalisasi dalam mewujudkan daya saing. Penelitian ini mengembangkan model *hybrid* daya saing *human capital* berbasis kompetensi digital pada para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Simpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kapabilitas dinamik pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat sudah berada pada kategori tinggi, begitu pun dimensi pembentuknya yaitu kapabilitas absortif, kapabilitas adaptif, dan kapabilitas inovatif terukur tinggi. Kapabilitas jejaring pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat sudah berada pada kategori sedang, begitu pun dimensi pembentuknya yaitu koordinasi keterampilan berelasi, pengetahuan mitra, dan komunikasi internal terukur sedang. Tingkat kompetensi digital pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat berada pada kategori sedang, adapun dimensi pembentuknya yaitu informasi dan literasi data, komunikasi dan kolaborasi terukur tinggi, konten digital, dan keamanan terukur sedang, adapun indikator mengatasi masalah terukur tinggi. Tingkat daya saing *human capital* pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat berada pada kategori tinggi, begitu pun dimensi pembentuknya yaitu bakat, kinerja unggul, produktivitas, fleksibilitas, inovasi, dan pelayanan terukur tinggi. Hasil gambaran deskriptif menunjukkan tinggi karena data yang diambil akurat langsung ke pelaku yang produktif (gen Y), muda, terbuka, dan berpengalaman dalam bidangnya.
2. Kompetensi digital berpengaruh terhadap kapabilitas dinamik, artinya kompetensi digital dapat meningkatkan kapabilitas dinamik para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Semakin tinggi kapabilitas dinamik maka semakin tinggi pula kompetensi digital para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.
3. Kompetensi digital berpengaruh terhadap kapabilitas jejaring, artinya kapabilitas jejaring dapat meningkatkan kompetensi digital para pelaku industri

kreatif kriya di Jawa Barat. Semakin tinggi kapabilitas jejaring maka semakin tinggi pula kompetensi digital para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.

4. Kapabilitas dinamik berpengaruh terhadap daya saing *human capital*, artinya kapabilitas dinamik dapat meningkatkan daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Semakin tinggi kapabilitas dinamik maka semakin tinggi pula daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.
5. Kapabilitas jejaring berpengaruh terhadap daya saing *human capital*, artinya kapabilitas jejaring dapat meningkatkan daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Semakin tinggi kapabilitas jejaring maka semakin tinggi pula daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.
6. Kompetensi digital berpengaruh terhadap daya saing *human capital*, artinya kompetensi digital dapat meningkatkan daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Semakin tinggi kompetensi digital maka semakin tinggi pula daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.
7. Kapabilitas dinamik memediasi pengaruh kompetensi digital terhadap daya saing *human capital*, artinya kompetensi digital dapat meningkatkan daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat yang dimediasi oleh kapabilitas dinamik. Semakin tinggi kompetensi digital dan mediasi kapabilitas dinamik maka semakin tinggi pula daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.
8. Kapabilitas jejaring memediasi pengaruh kompetensi digital terhadap daya saing *human capital*, artinya kompetensi digital dapat meningkatkan daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat yang dimediasi oleh kapabilitas jejaring. Semakin tinggi kompetensi digital dan mediasi kapabilitas jejaring maka semakin tinggi pula daya saing *human capital* para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat.

5.2 Implikasi

Implikasi penelitian ini adalah semua keterikatan variabel yang diteliti, yakni para pelaku industri kreatif, konsep sumber daya manusia yang telah menjadi *human capital*, dan teknologi yang merupakan keniscayaan perilaku pada digital.

1. Interaksi antar variabel penelitian, kompetensi digital sebagai variabel bebas yang menjadi dasar penelitian ini merupakan upaya dalam meningkatkan daya saing *human capital* pelaku industri kreatif kriya Jawa Barat. Para pelaku industri kreatif kriya masih terkendala melakukan pemasaran dan administrasi, terutama saat pandemic, karena lemahnya kemampuan beradaptasi dan kemampuan membangun jaringan yang diakibatkan pembatasan jarak. Oleh karena itu variabel kompetensi digital merupakan keniscayaan sebagai penyempurna semua kapabilitas, baik kapabilitas dinamik atau kapabilitas jejaring untuk peningkatan daya saing *human capital*.
2. Pelaku industri kreatif sebagai objek penelitian merupakan kajian SDM yang dengan segala kelebihanannya berubah menjadi *human capital*. *Human capital* pelaku industri harus mampu berkontribusi pada kemampuan konseptual dan teknis untuk meningkatkan daya saing dalam menunjang bisnis. Secara konseptual penelitian ini memberikan pedoman dalam membangun daya saing *human capital* dengan memadukan kompetensi teknologi digitalisasi dengan kapabilitas yang sudah dimiliki *human capital*. Konsep membangun daya saing mencakup peningkatan daya saing industri kreatif, peningkatan efisiensi dan inovasi dalam produksi dan pemasaran produk kreatif, peningkatan kemampuan untuk mengatasi perubahan dan tantangan, peningkatan kolaborasi dan akses ke sumber daya. Secara teknis terkait pemanfaatan teknologi digital, peningkatakan kapabilitas dinamik untuk menghadapi perubahan dan tantangan, peningkatan kapabilitas jejaring untuk membangun relasi yang kuat, peningkatan daya saing *human capital* untuk tetap kompetitif di pasar yang semakin luas.
3. Pelaku industri kreatif sebagai *human capital* dituntut untuk bisa beradaptasi dengan teknologi dan berjejaring dengan bantuan internet. Penggunaan teknologi merupakan peluang untuk meningkatkan kompetensi digital untuk memajukan bisnis. Dalam industri kreatif kriya, kompetensi digital menjadi

penting karena teknologi digital memungkinkan pelaku industri untuk menghasilkan karya yang lebih kompleks dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Namun, untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif, pelaku industri kreatif kriya perlu meningkatkan kemampuan mengumpulkan dan memproses data. Hal yang perlu dilakukan adalah pertama peningkatan literasi data, dapat dilakukan melalui pelatihan dan workshop yang fokus pada pengumpulan, analisis, dan interpretasi data. Kedua, peningkatan keamanan data, dapat dilakukan dengan memperkuat kebijakan privasi dan keamanan data, serta memastikan bahwa data hanya digunakan untuk tujuan yang sah. Ketiga, peningkatan penggunaan teknologi digital, dapat dilakukan dengan memperkuat kompetensi digital mereka melalui pelatihan dan workshop, serta dengan memanfaatkan platform digital yang tepat untuk mempromosikan produk dan layanan. Peningkatan kemampuan dalam mengumpulkan dan memproses data, pelaku industri kreatif kriya dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam produksi dan pemasaran produk kreatif. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

4. Industri kreatif terutama kriya merupakan usaha yang didasarkan atas ide dan kreatif, di Indonesia kreatif kriya lebih banyak berinovasi dari kearifan lokal. Dengan adanya teknologi dan inovasi, kearifan lokal ini meningkat menjadi selera internasional sehingga kesempatan mendunia menjadi sangat nyata. Pada akhirnya bisa membantu negara dalam meningkatkan ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat.

5.3 Rekomendasi

Penelitian ini mengembangkan model *hybrid* daya saing *human capital* berbasis kompetensi digital pada para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat. Berdasarkan teori yang dikemukakan, hasil penelitian, dan kesimpulan maka penulis merekomendasikan agar daya saing *human capital*, kompetensi digital, kapabilitas dinamik dan kapabilitas jejering terus meningkat. Dari hasil analisis serta pembahasan pada tiap variabel yang diteliti dan kontribusinya, maka penulis

merekomendasikan beberapa upaya yang dapat ditingkatkan oleh para pelaku industri kreatif kriya di Jawa Barat dalam meningkatkan daya saing *human capital*. Adapun rekomendasinya adalah sebagai berikut.

1. Pelaku industri kreatif kriya harus mampu terus meningkatkan kompetensi digital, supaya bisa mencapai daya saing *human capital* untuk mengembangkan usaha di era society 5.0. Kapabilitas dinamik pada tingkat kapabilitas absortif masih rendah, jadi para pelaku harus bisa meningkatkan penyerapan ilmu pengetahuan agar absortif meningkat. Mereka menganggap bahwa belajar itu saat di bangku sekolah sehingga jika sudah bekerja tidak perlu belajar kembali, karena saat sudah bekerja adalah waktu mencari uang. Saat ini pemerintah sudah menyediakan alat pemersatu komunitas industri kreatif kriya dengan dibuatnya pusat kreatif di kota/kabupaten terpilih, dibuatnya pasar kreatif setiap pekan di tempat tertentu, adanya Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) di setiap kota dan kabupaten. Sehingga tidak ada alasan bagi para pelaku industri kreatif kriya kesulitan menyerap ilmu baru.
2. Selain itu mereka tidak terlalu senang berkomunikasi internal karena dianggap menghabiskan waktu dan menurunkan produktivitas. Oleh karena itu, para pimpinan pelaku usaha harus mulai mengatur level manajemen yang bisa diajak komunikasi dan yang mengerjakan teknis, karena komunikasi ini bisa meningkatkan kinerja dan produktifitas. Sebagai contoh bisa melakukan evaluasi atau doa Bersama dengan *sharing* sebelum dan sesudah bekerja, sehingga terjalin komunikasi internal.
3. Para pelaku belum bisa merubah kebiasaan turun-temurun seperti sulitnya menyerap ilmu pengetahuan, maka perlu adanya kultur baru dengan pembiasaan melaksanakan pendidikan dan pelatihan secara berkala dibantu para akademisi dan pemerintah sehingga pengembangan sumber daya manusia pelaku industri kreatif kriya terus meningkat dan punya daya saing tinggi.
4. Pengembangan Variabel
 - a. Variabel penelitian serta dimensi-dimensinya belum sempurna saling berpengaruh maka pengembangan selanjutnya bisa menambahkan pengaruh mediasi untuk menganalisis variabel lingkungan kerja karena dari penelitian

saat ini para pelaku industri kreatif hanya bisa bekerja hanya dengan lingkungan kondusif.

- b. Pada penelitian ini para pelaku industri kreatif kriya belum bisa memenuhi kebutuhan pasar, maka pengembangan variabel *engagement* bisa dianalisa dan dikaitan dengan daya saing.
- c. Para pelaku juga bisa mengerjakan pekerjaan yang berbeda pada satu waktu tapi belum mampu menerima perintah yang berubah, variabel penelitian yang berkaitan dengan kinerja bisa dikembangkan dengan variabel *polychronic (multitasking)*.
- d. Kompetensi digital pada berupa konten digital pada penelitian ini tidak mempengaruhi kapabilitas dinamik juga kapabilitas jejaring, maka variable konten digital bisa digali diterapkan pada industri lain atau industri kreatif selain kriya yang mendukung penemuan ini.
- e. Kapabilitas jejering pada dimensi komunikasi internal tidak mempengaruhi daya saing *human capital* maka bisa menggunakan variabel komunikasi eksternal atau komunikasi dan kolaborasi untuk pengembangan variabel selanjutnya.

5. Peneliti

Penelitian selanjutnya bisa menggunakan wilayah yang lebih luas, dengan sampel yang lebih merata di setiap daerah. Bisa menggunakan beberapa jenis industri kreatif lain dari 17 sub industri yang ada. Dengan demikian industri yang membutuhkan pengembangan bisa terbantu, supaya semua industri kreatif di Indonesia berkembang pesat.

6. Pemerintah dan akademisi

- a. Memberikan dukungan melalui pendampingan supaya inovasi meningkat. Karena pada kapabilitas absortif para pelaku industri kreatif masih kebingungan dalam melakukan penelitian dan pengembangan.
- b. Melakukan workshop atau pelatihan agar para pelaku industri kreatif kriya bisa langsung praktek menggunakan teknologi digitalisasi dalam pengembangan usahanya.

- c. Kemudahan dari pemerintah pada akses pendanaan supaya perbaikan, pelayanan dan pembelajar terus dilakukan sehingga inovasi bisa ditingkatkan.
- d. Pemerintah bisa menjembatani dengan instansi dan dinas yang lain terutama dinas pariwisata supaya bisa mendongkrak pemasaran sehingga produktivitas terus berlanjut.
- e. Pemerintah dan akademisi berkerjasama memandu para pelaku industri agar bekerjasama dengan institusi pendidikan atau lembaga penelitian dalam menentukan pemetaan supaya strategi pengembangan tepat dan akurat.