

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.
 - b. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.
 - c. Akses pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.
 - d. Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kecepatan adaptasi pasar.
 - e. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kecepatan adaptasi pasar.
 - f. Akses pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap kecepatan adaptasi pasar.
 - g. Kecepatan adaptasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.
 - h. Kecepatan adaptasi pasar memediasi secara signifikan hubungan antara digitalisasi dan kinerja penjualan.
 - i. Kecepatan adaptasi pasar memediasi secara signifikan hubungan antara inovasi produk dan kinerja penjualan.
 - j. Kecepatan adaptasi pasar memediasi secara signifikan hubungan antara akses pembiayaan dan kinerja penjualan.
 - k. Berdasarkan hasil analisis tesis, digitalisasi merupakan faktor paling dominan yang mempengaruhi kinerja penjualan dengan koefisien

jalur 0.412 ($p < 0.001$), diikuti oleh inovasi produk dengan koefisien 0.367 dan akses pembiayaan dengan koefisien 0.295. Digitalisasi mencakup pemanfaatan e-commerce, media sosial, digital supply chain, dan analitik pasar, sementara inovasi produk berkontribusi melalui pengembangan desain baru dan diferensiasi produk. Kecepatan adaptasi pasar berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh tidak langsung ketiga variabel tersebut terhadap kinerja penjualan, dengan efek mediasi tertinggi pada jalur digitalisasi-adaptasi pasar-kinerja penjualan sebesar 0.198. Sehingga dapat dikatakan digitalisasi menjadi kunci utama peningkatan kinerja penjualan, sedangkan kemampuan adaptasi pasar berfungsi vital sebagai penghubung untuk memaksimalkan efektivitas strategi bisnis.

5.2 Implikasi

1. Implikasi Teoretis

- a. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan teori *Resource-Based View* (RBV), khususnya dalam memahami bagaimana sumber daya internal (seperti digitalisasi, inovasi, dan pembiayaan) perlu dimobilisasi melalui kapabilitas dinamis agar menghasilkan keunggulan kompetitif. Hasil penelitian menegaskan bahwa kecepatan adaptasi pasar berperan sebagai variabel mediasi penting dalam menjelaskan hubungan antara sumber daya dan hasil kinerja.

- b. Penelitian ini memperluas literatur mengenai determinan kinerja penjualan pada sektor industri berorientasi ekspor, khususnya dalam konteks manufaktur padat karya seperti industri rambut palsu. Dengan menempatkan variabel kecepatan adaptasi sebagai penghubung strategis, penelitian ini menawarkan pendekatan konseptual baru yang dapat diterapkan pada sektor industri lainnya.

2. Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini memiliki relevansi praktis yang kuat, khususnya bagi perusahaan rambut palsu di Kabupaten Purbalingga, yang menjadi pusat industri ekspor rambut palsu terbesar di Indonesia. Rekomendasi ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja penjualan yang berbasis pemanfaatan sumber daya internal dan kemampuan adaptif terhadap pasar global yang dinamis.

a. Optimalisasi digitalisasi secara menyeluruh

Digitalisasi harus dipandang bukan sekadar sebagai alat promosi, tetapi sebagai sistem kerja yang menyatu dalam proses bisnis. Perusahaan rambut palsu perlu memperluas digitalisasi ke dalam sistem manajemen produksi, *customer relationship management* (CRM), pemantauan tren pasar, hingga pengelolaan inventori dan logistik. Misalnya, pemanfaatan *platform e-commerce* internasional seperti Alibaba atau Amazon Handmade dapat membantu memperluas akses pasar luar negeri. Di sisi lain, implementasi sistem

ERP (*Enterprise Resource Planning*) dapat meningkatkan efisiensi dan kecepatan dalam memproses permintaan buyer secara real time.

b. Strategi inovasi produk berbasis pasar ekspor

Inovasi produk tidak cukup jika hanya mengedepankan kualitas teknis, tetapi harus diarahkan pada relevansi pasar tujuan. Perusahaan rambut palsu di Purbalingga disarankan untuk menjalin kolaborasi langsung dengan agen buyer dari Afrika, Eropa, dan Amerika Selatan untuk memahami preferensi gaya, warna, panjang, dan bahan yang sedang diminati. Selain itu, menciptakan lini produk *custom-made* dengan *lead time* yang cepat bisa menjadi keunggulan diferensiatif yang mendorong loyalitas pembeli. Program seperti “produk edisi terbatas sesuai musim” juga dapat memperkuat daya tarik di pasar fashion rambut palsu yang sangat dinamis.

c. Pemanfaatan akses pembiayaan untuk mendukung kapabilitas adaptif

Dukungan pembiayaan dari koperasi industri, perbankan, atau program pembiayaan ekspor pemerintah (seperti LPEI/Eximbank) harus dimanfaatkan bukan hanya untuk penambahan modal kerja, tetapi juga untuk peningkatan kemampuan adaptif. Misalnya, dana tersebut dapat dialokasikan untuk pelatihan tenaga kerja dalam memahami karakter pasar global, modernisasi alat produksi untuk mempercepat pemrosesan pesanan, atau pembangunan fasilitas riset kecil di perusahaan untuk pengembangan desain rambut terbaru.

Skema pembiayaan berbasis proyek juga dapat mendorong kolaborasi lintas perusahaan untuk ekspansi ke pasar baru.

- d. Penguatan kecepatan adaptasi pasar sebagai fondasi strategi bisnis
Kecepatan dalam menanggapi perubahan pasar perlu dibangun sebagai budaya organisasi. Perusahaan rambut palsu di Purbalingga perlu mengembangkan sistem intelijen pasar internal, seperti membentuk tim riset kecil yang bertugas memantau tren TikTok, Instagram, atau fashion event internasional yang berkaitan dengan gaya rambut. Respons cepat terhadap perubahan tren harus didukung dengan proses pengambilan keputusan yang terdesentralisasi, sehingga setiap unit produksi dapat segera melakukan penyesuaian tanpa menunggu instruksi sentral. Hal ini penting karena perubahan gaya rambut di pasar internasional dapat terjadi sangat cepat dan bersifat musiman.

3. Implikasi Manajerial

- a. Strategi Digitalisasi menjadi prioritas utama dalam implikasi manajerial, dimana perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi digital secara menyeluruh dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Penggunaan e-commerce, media sosial, dan katalog digital interaktif terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi penjualan secara signifikan. Untuk merealisasikan hal tersebut, manajer harus membangun kapabilitas digital internal melalui

program pelatihan SDM yang komprehensif dan investasi strategis pada sistem digital supply chain yang terintegrasi.

- b.** Penguatan Inovasi Produk memerlukan fokus pada pengembangan desain produk inovatif yang responsif terhadap tren konsumen sebagai kunci utama daya saing perusahaan. Manajer perlu mendorong terciptanya budaya inovasi yang berbasis riset pasar mendalam dan memanfaatkan umpan balik pelanggan secara sistematis untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Siklus inovasi harus dipercepat melalui implementasi co-creation digital dan pemanfaatan data analitik untuk memahami preferensi konsumen secara real-time dan akurat.
- c.** Optimalisasi Akses Pembiayaan menuntut perusahaan untuk memanfaatkan secara maksimal kemudahan akses pembiayaan formal dari berbagai sumber seperti perbankan, fintech, dan program pemerintah guna mendukung investasi teknologi dan pengembangan produk inovatif. Manajer perlu menyusun proposal bisnis yang kredibel dan berbasis data konkret untuk menarik minat investor dan lembaga keuangan dalam memberikan dukungan finansial. Alokasi pembiayaan harus diarahkan secara strategis pada aktivitas-aktivitas yang memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kemampuan adaptasi pasar dan optimalisasi kinerja penjualan.
- d.** Peningkatan Kecepatan Adaptasi Pasar menekankan pentingnya respons cepat terhadap perubahan tren konsumen sebagai variabel

mediasi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kinerja penjualan perusahaan. Manajer perlu membangun sistem pemantauan pasar berbasis digital yang sophisticated untuk mendeteksi perubahan preferensi konsumen secara real-time dan mengantisipasi tren masa depan. Kolaborasi strategis dengan asosiasi industri dan platform digital dapat mempercepat proses adaptasi dan inovasi, sehingga perusahaan dapat merespons dinamika pasar dengan lebih efektif dan efisien.

Dari implikasi manajerial yang disebutkan di atas menegaskan bahwa manajer di industri rambut palsu dan sektor padat karya lainnya harus memandang digitalisasi, inovasi, dan pembiayaan sebagai ekosistem strategis yang saling mendukung dan terintegrasi. Kecepatan adaptasi pasar bukan hanya merupakan hasil dari kapabilitas internal perusahaan, tetapi juga mencerminkan ketepatan strategi manajerial dalam mengorkestrasi sumber daya secara optimal untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil secara umum. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada 30 perusahaan rambut palsu di Kabupaten Purbalingga, sehingga hasilnya bersifat kontekstual dan belum tentu dapat digeneralisasikan ke industri lain atau wilayah yang berbeda. Selain itu, jumlah sampel yang relatif kecil juga

dapat memengaruhi kekuatan statistik dan validitas eksternal dari temuan yang diperoleh.

Kedua, pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dan berbasis persepsi responden melalui kuesioner. Meskipun pendekatan ini mampu mengukur hubungan antar variabel secara terstruktur, namun tidak mampu menangkap dinamika internal perusahaan secara lebih mendalam, seperti budaya organisasi, kepemimpinan, atau hambatan adaptasi dalam praktik. Selain itu, variabel kecepatan adaptasi pasar diukur secara subjektif berdasarkan pandangan responden, tanpa dilengkapi data objektif seperti kecepatan inovasi produk atau durasi pengambilan keputusan.

Ketiga, penelitian ini belum mempertimbangkan pengaruh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi global, perubahan regulasi ekspor, atau fluktuasi permintaan internasional yang sangat relevan dalam industri berbasis ekspor seperti rambut palsu. Dengan demikian, meskipun hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting, interpretasinya perlu dilakukan dengan mempertimbangkan konteks dan keterbatasan tersebut, serta menjadi peluang untuk pengembangan riset selanjutnya dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya maupun praktik di lapangan:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak responden serta mencakup industri dan wilayah lain, agar hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan secara lebih luas dan merepresentasikan dinamika industri yang beragam.
2. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini sebaiknya dilengkapi dengan pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau studi kasus, untuk menggali lebih dalam strategi adaptasi pasar dan dinamika internal perusahaan secara lebih kontekstual.
3. Penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penggunaan data objektif seperti durasi time-to-market dan memperhatikan faktor eksternal seperti regulasi ekspor atau tren global, guna memberikan gambaran yang lebih akurat dan relevan terhadap dinamika kinerja penjualan.
4. Menambahkan variabel seperti *agility* organisasi, *perceived market turbulence*, dan *learning orientation*, sebagai penguat dalam menjelaskan bagaimana perusahaan bisa memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan kinerja di tengah ketidakpastian pasar.