

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan yang akan disampaikan pada bab ini meliputi simpulan berdasarkan hipotesis dan simpulan berdasarkan permasalahan yang dihadapi IKM batik di Wilayah Ciayumajakuning.

1. Simpulan Hipotesis

Simpulan hipotesis pada penelitian disertasi ini didasarkan pada hipotesis yang telah diajukan yang kemudian diuji secara empiris signifikansinya. Berikut adalah simpulan hipotesis pada penelitian disertasi ini:

- a. Kemampuan eksplorasi berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovasi, yang memiliki makna yaitu bahwa kemampuan eksplorasi pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada kapabilitas inovasi.
- b. Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan motif *regiocultural*, yang memiliki makna yaitu bahwa kapabilitas inovasi pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada keunggulan motif *regiocultural*.
- c. Keunggulan motif *regiocultural* berpengaruh kemampuan penetrasi pasar, yang memiliki makna yaitu bahwa keunggulan motif

regioculturali pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada kemampuan penetrasi pasar.

- d. Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, yang memiliki makna yaitu bahwa kapabilitas inovasi pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada kinerja pemasaran.
- e. Kemampuan penetrasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, yang memiliki makna yaitu bahwa kemampuan penterasi pasar pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada kinerja pemasaran.
- f. Keunggulan motif *regiocultural* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, yang memiliki makna yaitu bahwa keunggulan motif *regioculturali* pada IKM batik memberikan indikasi atau peningkatan pada kinerja pemasaran.
- g. Keunggulan motif *regiocultural* memediasi pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja pemasaran, yang memiliki makna bahwa keunggulan motif *regioculturali* memiliki peran dalam menghubungkan kapabilitas inovasi dengan kinerja pemasaran.

2. Simpulan terhadap Masalah Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian secara empiris, penelitian disertasi ini menemukan fakta bahwa kapabilitas inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Hasil pengujian secara empiris juga diketahui bahwa keunggulan motif *regiocultural* dapat memediasi peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Sehingga hasil penelitian ini menghasilkan model penelitian yang dapat menjadi solusi dalam menjembatani perbedaan penelitian mengenai peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran dengan menambahkan mediasi keunggulan motif *regiocultural*.

Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa penelitian mengenai pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja pemasaran dapat dilakukan di negara berkembang seperti Indonesia, terlebih dilakukan pada IKM batik yang merupakan sektor usaha kecil dan menengah. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keunggulan motif *regiocultural* memediasi peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi model dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh IKM batik.

B. Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini meliputi implikasi teoritis dan implikasi praktis sebagai bahan masukan bagi IKM batik di Wilayah Ciayumajakuning.

1. Implikasi Teoritis

Penelitian disertasi ini memiliki variabel kebaruan yaitu keunggulan motif *regiocultural*. Keunggulan motif *regiocultural* ini merupakan perwujudan dari sumber daya perusahaan yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak ada substitusinya yang tercipta atas kapabilitas dinamis dan budaya yang bersifat turun-temurun. Sehingga motif *regiocultural* ini akan menjadi keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan. Keunggulan motif *regiocultural* ini merupakan konstruk

yang dibangun dari sintesa dari teori *Resource Advantage Theory and Competition* (RAToC) dan *Cultural Identity Theory*.

Keunggulan motif *regiocultural* pada penelitian ini didefinisikan sebagai superioritas corak, pola, atau sifat dari suatu perwujudan gambaran bentuk yang menunjukkan kinerja, karakter, identitas, simbol, sejarah dan budaya suatu daerah. Superioritas yang dimaksud tersebut adalah kemampuan internal perusahaan yang memiliki nilai, unik, langka, dan sulit ditiru. Corak, pola, atau sifat yang dimaksud adalah motif yang menggambarkan batik. Kinerja, karakter, identitas, simbol, dan sejarah budaya yang dimaksud adalah ciri khas yang melekat pada suatu produk dan bisa diterima oleh pelanggan. Menjelaskan keunggulan motif *regiocultural* dapat dilakukan melalui pegukurannya, antara lain: keunikan gambar yang memiliki makna budaya daerah, warna yang menggambarkan kekhasan karakteristik budaya, isen-isen memiliki nilai, gambar memiliki posisi ikonik di pasar, peran garis pada proses pembuatan produk ikonik, dan gambar memiliki sejarah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi dapat ditingkatkan melalui peran kemampuan eksplorasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi peran dalam meningkatkan keunggulan motif *regiocultural* dan kinerja pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan motif *regiocultural* memiliki peran dalam meningkatkan kemampuan penetrasi pasar. Kemampuan penetrasi pasar itu sendiri, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan perannya

dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Hasil penelitian terakhir menunjukkan bahwa keunggulan motif *regiocultural* berperan sebagai memediasi peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi dalam pengembangan teoritis dan juga pengembangan manajerial. Hasil penelitian tersebut diharapkan bermanfaat untuk pengayaan ilmu manajemen pemasaran, khususnya bagi pengembangan manajemen pemasaran IKM batik di Wilayah Ciayumajakuning. Penilaian kontribusi manajerial didasarkan pada nilai indeks dan temuan manajerial yang bermanfaat bagi kebijakan dalam industri batik. Berikut adalah implikasi praktis yang dapat menjadi kontribusi dari hasil penelitian disertasi ini sebagaimana terlihat pada Tabel 5.1.

No	Temuan	Implikasi Praktis
1.	Kemampuan eksplorasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kapabilitas inovasi	<p>IKM batik harus meningkatkan kemampuan eksplorasi dengan cara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terlibat aktif dalam kegiatan atau forum bisnis, misalnya mengikuti seminar bisnis atau mengikuti kegiatan pameran, serta terlibat aktif dalam mengembangkan jejaring usaha melalui komunitas bisnis agar proses belajar berdasarkan pengalamannya bisa meningkat. 2. Mengikutsertakan karyawan dalam kegiatan pelatihan atau peningkatan keterampilan agar kemampuan karyawan dalam meningkatkan intuisi dan interpretasinya meningkat.

No	Temuan	Implikasi Praktis
		<p>3. Melakukan kegiatan survey pasar secara terencana untuk memperoleh informasi dan ide baru terkait pengembangan usaha.</p> <p>4. Membentuk satu divisi atau bagian khusus di perusahaan yang bertugas dalam kegiatan penelitian dan pengembangan dengan tujuan kegiatan pengembangan eksperimen di perusahaan meningkat.</p>
2.	<p>Kapabilitas inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan keunggulan motif <i>regiocultural</i> dan kinerja pemasaran</p>	<p>IKM batik harus meningkatkan kapabilitas inovasi dengan cara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mensosialisasikan visi, misi, dan aturan perusahaan secara terbuka dan terus-menerus. Tujuannya adalah agar seluruh elemen yang terlibat di perusahaan memiliki budaya kepemimpinan yang baik guna mendukung kemampuan inovasi perusahaan. 2. Mengikutsertakan karyawan dalam kegiatan pelatihan dan keterampilan terkait pengembangan pengetahuan, terutama pada bidang teknologi dan informasi. 3. Aktif dalam komunitas bisnis dan menjalin kerja sama dengan banyak perusahaan lain agar pengetahuan tentang lingkungan eksternalnya meningkat. 4. Memberikan motivasi dan insentif kepada para karyawan melalui kegiatan pelatihan atau keterampilan untuk mendorong kemampuan berinovasi. 5. Melakukan studi banding dengan perusahaan yang lebih maju dalam penggunaan teknologi tepat guna agar bisa mendorong kreatifitas karyawan pada kegiatan operasi.

No	Temuan	Implikasi Praktis
3.	<p>Keunggulan motif <i>regiocultural</i> memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan penetrasi pasar dan kinerja pemasaran. Keunggulan motif <i>regiocultural</i> juga memiliki peran penting dalam memediasi hubungan kapabilitas inovasi dengan kinerja pemasaran.</p>	<p>IKM batik harus mengoptimalkan peran keunggulan motif <i>regiocultural</i> dengan cara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan pengusaha lain untuk menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan dan generasi muda di lingkungan bisnis tentang pembuatan gambar batik khas daerah yang memiliki makna budaya yang sulit ditiru. 2. Bekerjasama dengan pengusaha lain untuk menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan dan generasi muda di lingkungan bisnis terkait pewarnaan batik khas daerah yang memiliki karakteristik budaya. 3. Bekerjasama dengan pengusaha lain untuk menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan dan generasi muda di lingkungan bisnis terkait pembuatan isen-isen dalam mengikui pola gambar utama batik khas daerah agar makna budayanya tidak hilang. 4. Mengikuti kegiatan pameran yang bertujuan untuk mempublikasikan batik yang memiliki gambar khas daerah sehingga dikenal oleh pasar. 5. Bekerjasama dengan pengusaha lain untuk menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan dan generasi muda di lingkungan bisnis terkait pembuatan garis yang sesuai dengan batik khas daerah agar makna budaya yang terkandung pada pembuatan gambar utama batik tidak hilang. 6. Bekerjasama dengan pengusaha lain untuk menyelenggarakan pelatihan bagi karyawan dan generasi muda di lingkungan bisnis terkait sejarah yang terkandung pada batik khas daerah.

No	Temuan	Implikasi Praktis
4.	Kemampuan penetrasi pasar memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran	<p>IKM batik harus meningkatkan kemampuan penetrasi pasar dengan cara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan survey pasar secara terencana dan survey keluhan pelanggan agar perusahaan mampu memasuki pasar dengan tepat. 2. Melakukan kegiatan pengembangan produk secara terus-menerus agar perusahaan memiliki kemampuan dalam perluasan pasar dengan mudah. 3. Mencari alternatif bahan baku yang lebih murah agar biaya operasional produk lebih ekonomis. 4. Menekan biaya operasional perusahaan melalui manajemen rantai pasokan agar perusahaan mampu menentukan harga produk yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing. 5. Menerapkan manajemen mutu secara terpadu (TQM) agar perusahaan mampu menciptakan reputasi produk yang lebih baik dari pesaing.

C. Keterbatasan Penelitian

Studi dalam penelitian ini memiliki kebaruan yaitu keunggulan motif *regiocultural* dalam menjembatani perbedaan hasil penelitian sebelumnya, yaitu pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja pemasaran. Namun terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini direncanakan menggunakan *disproportionate random sampling*, tetapi pada saat melakukan survey secara langsung ke lapangan dihadapkan dengan kendala ketidaksesuaian antara fakta keberadaan IKM batik dengan data sekunder yang didapat. Hal itu sangat menyulitkan kepada peneliti dengan menggunakan metode penentuan sampel yang telah

ditetapkan. Sehingga untuk mengatasi kendala dan mengingat keterbatasan waktu, maka dilakukan penentuan sampel dengan *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih responden secara kebetulan atau secara spontan, di mana siapa saja yang ditemui peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2009). Metode ini termasuk dalam *non-probability sampling* karena tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih.

2. Indikator atau instrumen variabel keunggulan motif *regocultural* ini menyesuaikan dengan produk dan perusahaan yang diteliti, sehingga indikator atau instrumen yang dibuat hanya dapat digunakan pada penelitian serupa.

D. Agenda Penelitian Mendatang

Keunggulan motif *regiocultural* merupakan suatu konsep tentang produk ikonik yang memiliki superioritas corak, pola, atau sifat dari suatu perwujudan gambaran bentuk yang menunjukkan kinerja, karakter, identitas, simbol, sejarah, dan budaya suatu daerah. Produk tersebut memiliki keunggulan karena unik, langka, sulit ditiru, dan tidak ada substitusinya. Berdasarkan pada hal tersebut terdapat agenda bagi penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Adanya ketidaksesuaian data sekunder dengan fakta dilapangan mengenai IKM batik, hal tersebut akan menjadi kendala dalam kegiatan penelitian. Sehingga penelitian mendatang dapat melakukan pendataan ulang IKM

batik di Wilayah Ciayumajakuning untuk memperbaharui data sekunder yang dapat dijadikan rujukan bagi penelitian mendatang.

2. Penelitian ini belum mengakomodir kepentingan dari sisi konsumen.

Pelaku usaha selama ini masih beradaptasi pada penyesuaian kondisi pasar dan produk pesaing. Hal tersebut akan menjadikan pelaku usaha berperan sebagai pengikut. Sehingga penelitian yang akan datang mengadopsi teori *co-creation* agar keunggulan motif *regiocultural* dapat berkembang. Teori *co-creation* ini menekankan bahwa nilai tidak hanya diciptakan oleh produsen, melainkan melalui interaksi dan kolaborasi aktif antara produsen dan konsumen. *Co-creation* tersebut dapat diwujudkan tanpa menghilangkan keunggulan *regiocultural*, karena substansi budaya tetap dijaga. Konsumen hanya dilibatkan dalam ekspresi kreatifnya, sementara makna dan akar budaya tetap dikurasi oleh pelaku lokal. Justru pendekatan ini akan memperkuat keberlanjutan motif, membuatnya relevan dengan generasi baru, tanpa kehilangan identitas aslinya. Sehingga melalui *co-creation* itu, pelaku usaha tak hanya bereaksi terhadap pasar, tapi ikut memimpin arah budaya berbasis nilai lokal yang dikembangkan bersama konsumen. Bentuk *co-creation* itu bisa berupa kompetisi desain budaya, *platform* digital interaktif, *storytelling* bersama konsumen, workshop komunitas (wisata, pelajar, diaspora) dalam proses desain motif, dan lainnya.

3. Penelitian tentang keunggulan motif *regiocultural* dapat dilakukan pada industri lain selain batik, misalnya pada industri fashion lainnya maupun kerajinan lainnya yang memiliki makna budaya dan sejarah. Indikator

keunggulan motif *regiocultural* dalam penelitian ini dirumuskan secara kontekstual pada industri batik, sehingga jika penelitian diterapkan pada industri lain, dimensi intinya masih bisa dipertahankan, tetapi indikator teknisnya dapat mengalami modifikasi sesuai dengan karakteristik produk budaya pada industri yang diteliti.

