BAB V
KESIMPULAN

Pada bab ini akan membahas kesimpulan dan rekomendasi studi dari penelitian yang telah dilakukan.

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.1.1. Perkembangan Industri Kreatif Fashion

- Perkembangan industri kreatif fashion berdasarkan jumlah distro semakin bertambah jumlahnya.
- Perkembangan berdasarkan jenis produk juga mengalami perkembangan. Perkembangan ini dilihat dari perubahan jenis produk dan desain dari tahun ke tahun.
- Perkembangan berdasarkan *brand* juga melihatkan perkambangannya. Perkembangan ini dilihat dari penambahan jumlah *brand* distro.
- Perkembangan industri kreatif fashion juga dilihat dari cara pemasarannya, cara pemasaran dari awal adanya distro sampai sekarang sudah sangat mengalami perubahan. Dimana perubahannya yang sangat terlihat dari cara pemasaran yaitu dengan cara penjualan *online*.

5.1.2. Hubungan Pemanfaatan ICT dengan Perkembangan Industri Kreatif Fashion.

- Hubungan Pemanfaatan ICT dengan Desain dan Produk Fashion

- Hubungan antara jumlah pergantian desain dengan jumlah komputer dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,021. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara jumlah pergantian desain dengan jumlah komputer dengan nilai korelasi sebesar 0.478, nilai ini dapat diartikan tingkat hubungannya adalah sedang.
- Hubungan antara Jumlah pergantian desain dengan jumlah komputer dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,036. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara Hubungan antara Jumlah pergantian desain

dengan jumlah komputer dengan nilai korelasi sebesar 0.201, nilai ini dapat diartikan tingkat hubungannya adalah sedang.

- Hubungan antara jumlah produksi dengan jumlah pergantian desain dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,05. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara jumlah produksi dengan jumlah pergantian desain dengan nilai korelasi sebesar 0.19, nilai ini dapat diartikan tingkat hubungannya adalah rendah.

• Hubungan Pemanfaatan ICT dengan Jumlah Penjualan Produk

- Hubungan antara jumlah penjualan dan jumlah media sosial dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,047. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara jumlah penjualan dan jumlah media sosial dengan nilai korelasi sebesar 0.088, nilai ini dapat diartikan adanya hubungan antara pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif fashion.
- Hubungan antara jumlah penjualan dengan jumlah pemakaian internet dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,09. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara jumlah penjualan dengan jumlah pemakaian internet dengan nilai korelasi sebesar 0.449, yang menunjukan terdapat hubungan antara jumlah penjualan dengan jumlah situs retail jumlah penjualan dengan jumlah pemakaian internet.
- Hubungan antara jumlah penjualan dengan jumlah situs retail dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-sided) nya. Nilai Asymp. Sig. (2-sided) adalah sebesar 0,041. Nilai ini menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara jumlah pergantian desain dengan jumlah komputer dengan nilai korelasi sebesar 0.311, yang menunjukan terdapat hubungan antara jumlah penjualan dengan jumlah situs retail.

5.1.3 Pola Hubungan Pemanfaatan ICT Dengan Perkembangan Industri Kreatif Fashion

- Dilihat dari pola hubungan kelompok pertama, untuk perkembangan industri kreatif *fashion* dilihat dari hubungan pemanfaatkan komputer dan softwarenya. Jika memanfaatkan komuter dan *software*nya *intents* maka jumlah *desain* dan jumlah produksi akan semakin banyak. Pola ini ditunjukan dari analisis yang telah dilakukan. Dalam analisis ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion.*
- Jika dilihat dari kelompok kedua, untuk perkembangan industri kreatif *fashion* dilihat dari pemanfaatkan internetnya. jika semakin banyak memanfaatkan jumlah media sosial maka semakin meningkatkan penjualan, begitu juga dengan jumlah situs retail. Jika penjualan semakin banyak maka pemakain jumlah media soasial dan situs retail semakin banyak dan intens. Hal ini berpengaruh pada jumlah pemakain internetnya. Dari pemanfaatan media sosial dan situs retail ini juga dapat mempengaruhi jumlah pemakain internetnya.
- Hubungan juga terlihat antara polapemanfaatan kelompok 1 dan pola pemanfaatan kelompok 2. dimana pola pemanfaatan ICT dengan jumlah penjualan produk dan pola pemanfaatan ICT dengan jumlah penjualan produk. Karena jika jumlah penjualan semakin banyak maka jumlah produksi akan semakin bertambah. Dan jika jumlah produksi semakin bertambah maka jumlah penjualan semakin meningkat. Hal ini sangat berhubungan dengan pemanfaatan ICT yang sudah dijelaskan pada penjalasan di atas. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemfaatan ICT sangat berhubungan dengan perkembangan industri kreatif *fashion*.

5.2. Rekomdendasi

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwa menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion*. Maka dari itu rekomendasi yang diberikan untuk perkembangan industri kreatif *fashion*nya adalah mengembangkan jaringan internet Bandung Juara

di Kawasan studi ini. Dan untuk pemerintah serta *stakeholder* terkait dengan industri kreatif *fashion* harus bekerja sama dalam mengembangkan industri kreatif *fashion*nya. Agar Kota Bandung menjadi klibat *fashion* untuk indonesia.

5.2. Saran Studi Lanjutan

1. Dalam penelitian ini hanya melihat satu *stakeholder*, yaitu para pelaku distronya saja. Untuk penelitian lebih lanjut diharapkan mampu untuk melihat dari sisi konsumen dan memperdalam kawasan distro tersebut.
2. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjutnya adalah membuat penelitian tentang hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif yang ada di Kota Bandung.
3. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut adalah mengidentifikasi perkembangan industri kreatif sebagai daya saing Kota Bandung.