

**Analisis Faktor Penghambat Usaha Mikro dan Kecil pada
Industri Fashion Hijab di Kota Bandung**

Silmi Izdihar¹, Siska Noviaristanti²,

Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Telkom University

silmiiz@student.telkomuniversity.ac.id¹, siskamarhen@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRACT

The fashion creative industry is the 2nd largest business unit in Indonesia, especially the fashion business category in clothing including hijab, which experienced a minimal increase in 2019-2021. Business competition can have an impact on business bankruptcy. So, it is important to create a long-term business strategy for businesses to minimize obstacles when running a business in order to avoid business bankruptcy. The purpose of this study is to determine what are the most dominant or frequent inhibiting factors in the development of micro and small businesses in the hijab fashion industry in Bandung City. This research method utilizes quantitative methods. The data collection technique used a questionnaire given to 105 respondents in Bandung City. The results of this study resulted in five factors inhibiting the development of micro and small businesses in the hijab fashion industry in Bandung City, namely Capital Limitations, Internet Mastery, Management Quality, Human Resource Limitations, and Marketing Difficulties. Limited human resources is the dominant or frequent inhibiting factor in business development. So it is recommended to involve training and continuing education to improve HR skills in the hijab fashion industry, through workshops, partnerships with educational institutions, and joining communities or business associations.

Keywords: *Inhibiting Factors, Factor Analysis, Business Development, Hijab Fashion Industry, MSMEs*

ABSTRAK

Industri kreatif *fashion* merupakan unit usaha ke-2 terbesar di Indonesia terutama kategori usaha *fashion* pada pakaian termasuk hijab mengalami peningkatan yang minim di tahun 2019-2021. Persaingan bisnis dapat berdampak pada kebangkrutan usaha. Maka, pentingnya menciptakan strategi bisnis untuk jangka panjang pada usaha untuk meminimalisir hambatan saat menjalankan usaha agar menghindari kebangkrutan usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor penghambat apa saja dan paling dominan atau sering terjadi dalam pengembangan usaha mikro dan kecil pada industri *fashion* hijab di Kota Bandung. Metode penelitian ini mempergunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data mempergunakan kuesioner yang diberikan kepada 105 responden di Kota Bandung. Hasil penelitian ini menghasilkan lima faktor penghambat pengembangan usaha mikro dan kecil pada industri *fashion* hijab di Kota Bandung, yaitu Keterbatasan Modal, Penguasaan Internet, Kualitas Manajemen, Keterbatasan Sumber Daya Manusia, dan Kesulitan Pemasaran. Keterbatasan SDM faktor penghambat dominan atau sering terjadi pada pengembangan usaha. Maka disarankan untuk melibatkan pelatihan dan pendidikan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan SDM di industri *fashion* hijab, melalui *workshop*, kemitraan dengan institusi pendidikan, serta bergabung dalam komunitas atau asosiasi bisnis.

Kata kunci: Faktor Penghambat, Analisis Faktor, Pengembangan Usaha, Industri Fashion Hijab, UMKM

PENDAHULUAN

Saat ini di sektor kreatif, terutama pada skala UMKM terus berkembang karena mereka paling banyak membantu menciptakan tenaga kerja, memanfaatkan sumber daya alam lokal, dan mengembangkan kekayaan budaya nasional. dari tiga sub sektor yang menyediakan partisipasi terbesar untuk pertumbuhan ekonomi kreatif, yaitu *fashion* menduduki posisi kedua, dengan persentase 18,01 persen pada tahun 2020. Namun, karena terjadi pandemi global, persentasenya turun menjadi 17,64 persen pada tahun 2021. Namun, sekarang ini terdapat masalah, yaitu keterbatasan dalam kualitas sumber daya manusia menjadi satu dari penghambat dalam pengembangan bisnis hijab apabila tidak melakukan inovasi untuk keunggulan bersaing pada industri *fashion* hijab (Imamah Nur, 2023). Keterbatasan modal juga sering kali dianggap menjadi faktor penghambat UMKM yang modal bisnis didapatkan dari modal sendiri yang memiliki kesulitan untuk mengembangkan usaha dalam produksi hijab yang memerlukan alat pendukung proses produksi atau pelatihan karyawan (Hamdani et al., 2023).

Penulis telah melakukan wawancara pada lima pelaku usaha dalam industri *fashion* hijab di Kota Bandung. Para pelaku usaha tersebut membuka bisnis hijab melalui *offline*, *online*, dan keduanya (*offline* dan *online*). Hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka saat ini mengalami penurunan omset yang signifikan pada tahun 2020 semenjak melonjaknya kasus Covid-19 hingga saat ini dan hadirnya kembali fitur TikTok Shop dari pasca penutupan selama 2 bulan pada 4 Oktober 2023. Penurunan omset yang dialami oleh pelaku usaha pada industri *fashion* termasuk produk hijab yang hanya menjalankan bisnisnya tanpa menggunakan TikTok Shop atau dilakukan secara *offline* saja mencapai hingga 50%. Berdasarkan survei yang digelar oleh Kumparan (2024) bahwa Hilangnya TikTok Shop berdampak beragam terhadap pendapatan pemilik UMKM. Mayoritas responden, yakni 36%, melaporkan penurunan pendapatan antara 26% hingga 50%.

Tidak hanya permasalahan finansial, Penghentian layanan TikTok Shop mengakibatkan pelaku usaha harus melakukan penyesuaian anggaran, termasuk pengurangan jumlah karyawan. Dengan demikian, penelitian ini akan menilai apakah pengusaha industri *fashion* hijab di Kota Bandung dapat mengatasi tantangan yang terkait dengan pengembangan usaha agar mereka dapat memasuki pasar dengan sukses. Penulis mengangkat tulisan di atas sebagai latar belakang penelitian untuk fenomena ini yang berjudul: "Analisis Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Industri Fashion Hijab Di Kota Bandung".

METODE PENELITIAN

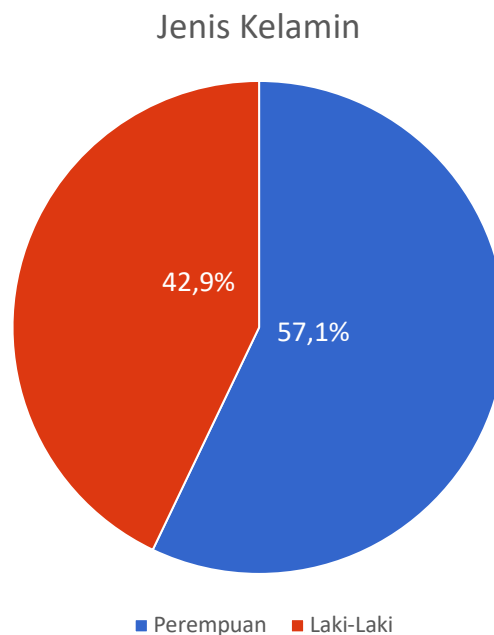
Metode penelitian yang periset gunakan pada riset ini ialah metode kuantitatif. Sugiyono (2017:13), memaknai penelitian kuantitatif sebagai sebuah metodologi yang berlandas pada pemikiran positivisme. Metode ini diterapkan guna

mengkaji suatu kelompok populasi ataupun sampel khusus, dengan pengumpulan data dilakukan melalui perangkat penelitian tertentu. Proses menganalisis data mengandalkan pendekatan kuantitatif atau statistik. Riset ini berfokus pada identifikasi faktor – faktor yang menjadi penghambat perkembangan usaha di industri *fashion* hijab. Penelitian yang dianalisis oleh peneliti sebagian besar sumber data berasal dari jurnal ilmiah baik di nasional maupun internasional. Pendekatan penelitian mencakup analisis deskriptif dan analisis faktor untuk mendapatkan faktor yang menghambat pengembangan usaha *fashion* hijab di Kota Bandung.

Keterlibatan peneliti yang diterapkan bersifat observasional, tanpa intervensi langsung dari peneliti. Pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan yang melibatkan pengusaha hijab di Kota Bandung sebagai responden kuesioner. Penelitian ini dilakukan secara *cross-sectional*, di mana pengambilan data dilakukan dalam periode tertentu, diikuti dengan analisis data dan penarikan kesimpulan.

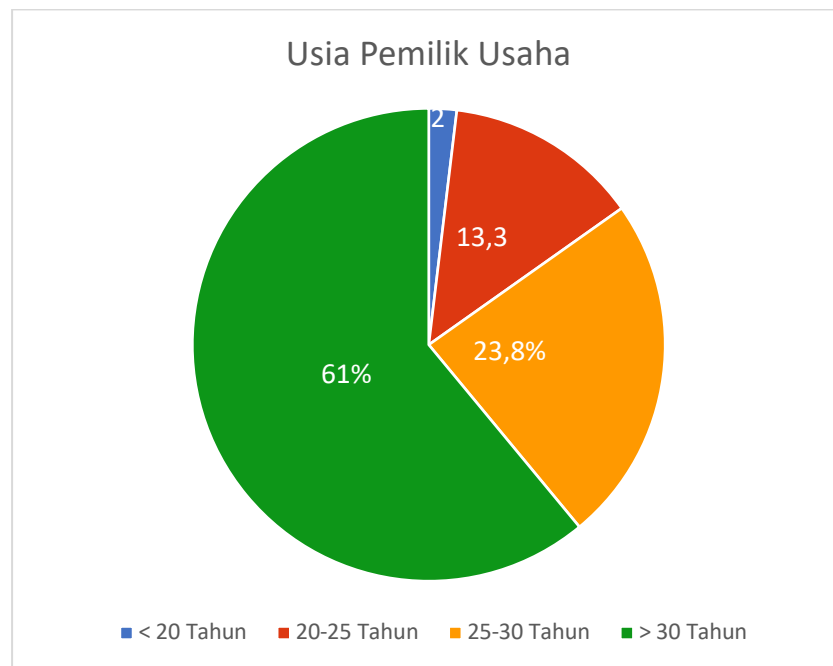
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, para responden diklasifikasikan berdasarkan *screening question* pelaku usaha hijab di Kota Bandung yang terdiri dari: jenis kelamin pemilik usaha, usia pemilik usaha, umur usaha, jumlah pekerja, dan omset per bulan. Kuesioner ini disebarkan kepada para responden secara *online* dan *offline* mendapatkan tanggapan sebanyak 105 responden.

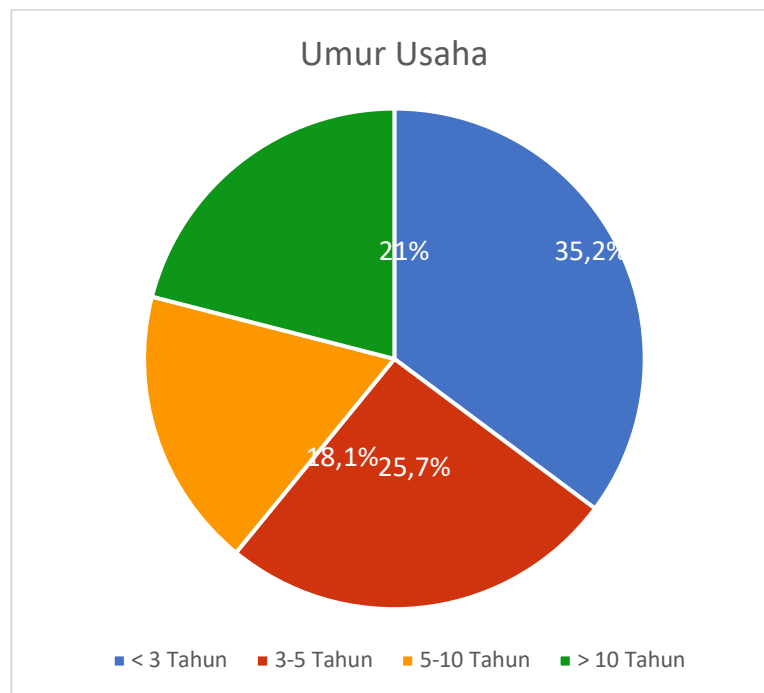


Gambar 1. Screening Question Berdasarkan Jenis Kelamin

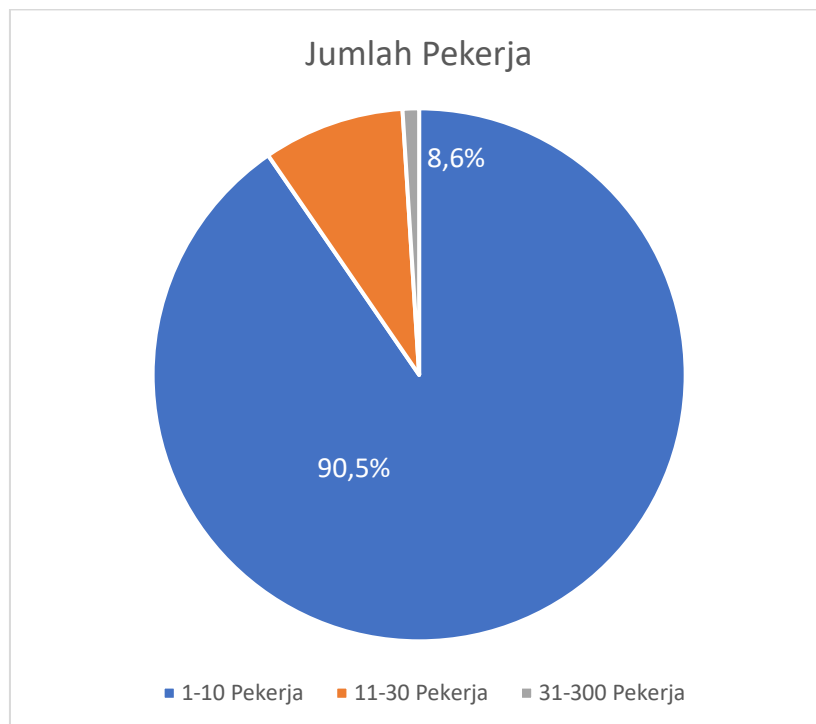
Sumber: Olahan Data Periset (2024)



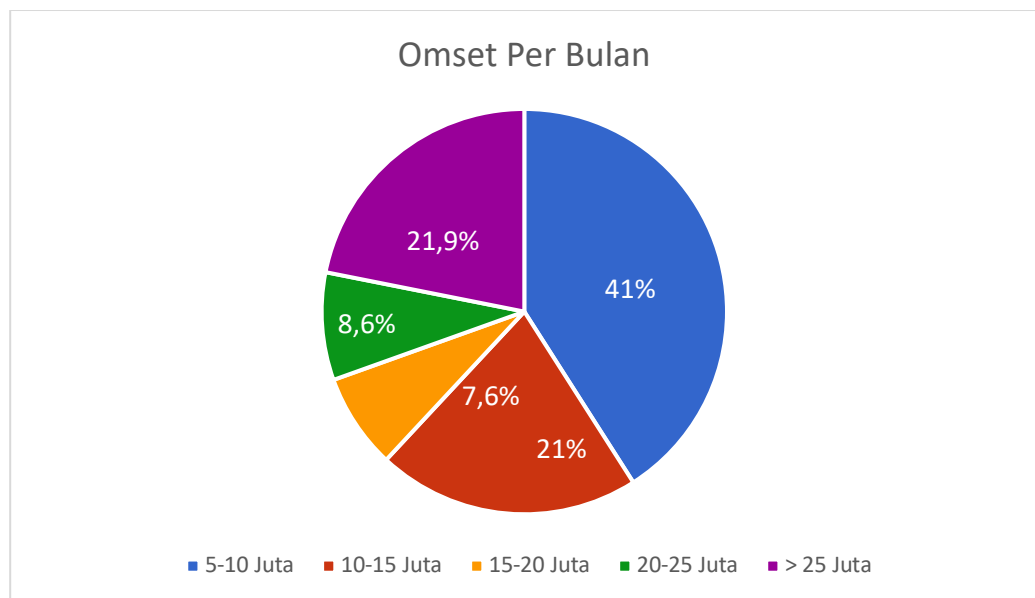
Gambar 1. Screening Question Berdasarkan Usia Pemilik Usaha
Sumber: Olahan Data Periset (2024)



Gambar 2. Screening Question Berdasarkan Umur Usaha
Sumber : Olahan Data Periset (2024)



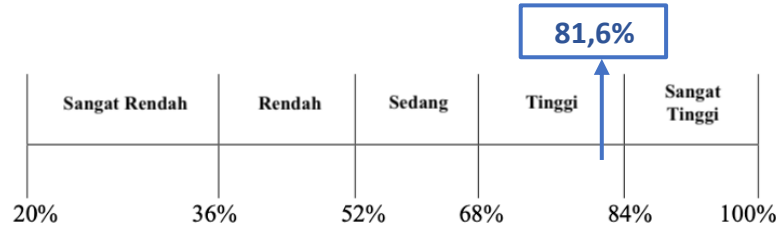
Gambar 3. Screening Question Berdasarkan Jumlah Pekerja
Sumber: Olahan Data Periset (2024)



Gambar 4. Screening Question Berdasarkan Omset Per Bulan
Sumber: Olahan Data Periset (2024)

Analisis Tanggapan Responden

Tanggapan Responden Mengenai Keterbatasan Modal (X1)

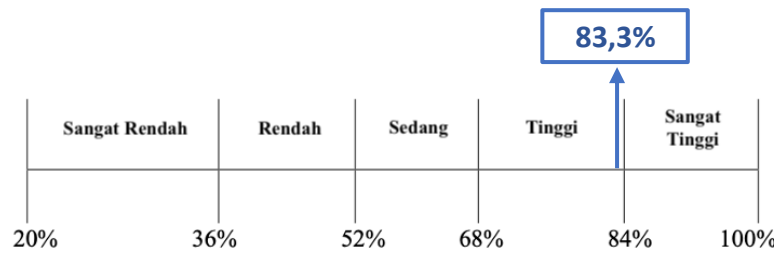


Gambar 5. Tanggapan Responden Mengenai Keterbatasan Modal

Sumber: Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total X1 sejumlah 1281 ataupun 81,6%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Keterbatasan Modal berada pada kategori tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Penguasaan Internet (X2)

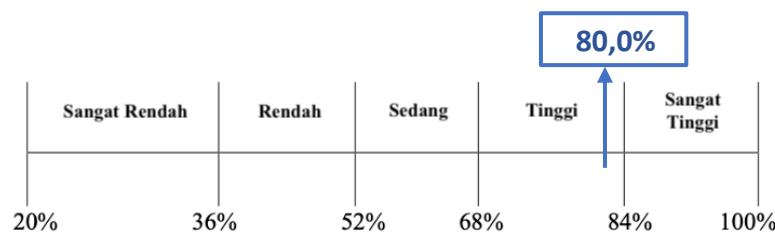


Gambar 6. Tanggapan Responden Mengenai Penguasaan Internet

Sumber: Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total X2 sejumlah 1313 ataupun 83,3%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Penguasaan Internet berada pada kategori tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Manajemen (X3)

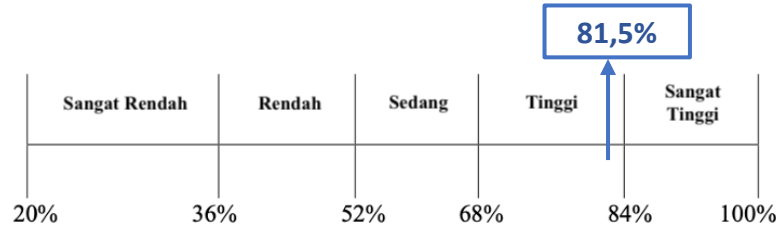


Gambar 7. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Manajemen

Sumber: Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total X3 sejumlah 1266 ataupun 80,0%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Kualitas Manajemen berada pada kategori tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Keterbatasan Sumber Daya Manusia (X4)

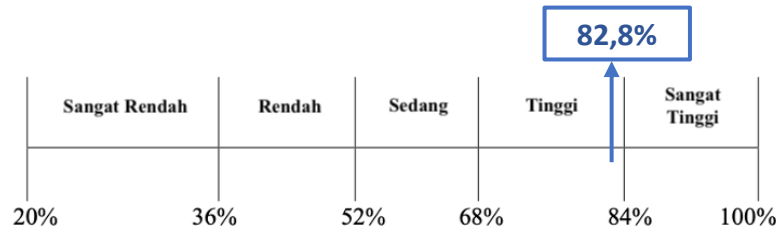


Gambar 8. Tanggapan Responden Mengenai Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Sumber : Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total X4 sejumlah 1717 ataupun 81,5%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Keterbatasan Sumber Daya Manusia berada pada kategori tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Kesulitan Pemasaran (X5)

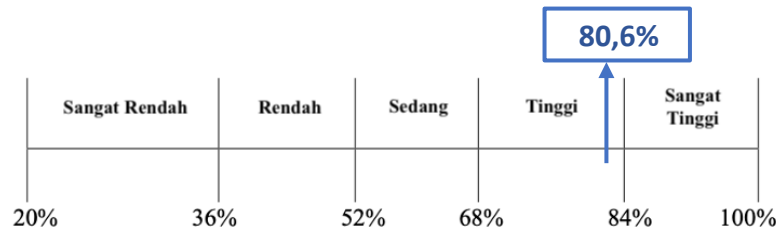


Gambar 9. Tanggapan Responden Mengenai Kesulitan Pemasaran

Sumber : Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total X5 sejumlah 1740 ataupun 82,8%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Kesulitan Pemasaran berada pada kategori tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Hambatan Pengembangan Usaha (Y)



Gambar 10. Tanggapan Responden Mengenai Kesulitan Pemasaran

Sumber : Olahan Data Primer Periset (2024)

Skor Total Y sejumlah 2118 ataupun 80,6%. Maka penilaian kategori persentase dalam garis kontinum, Hambatan Pengembangan Usaha berada pada kategori tinggi.

Hasil Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan antar sejumlah variabel yang saling berhubungan satu sama lain, dengan tujuan untuk menyederhanakan beberapa variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal (Santoso, 2006:11). Pada penelitian ini menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) karena mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel dengan mengungkapkan faktor-faktor (dimensi-dimensi) yang mendasari hubungan tersebut.

Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO) and Bartlett's Test of Sphericity

Tabel 1. Hasil Uji Kaiser-Meyer Olkin (KMO) dan Bartlett's Test KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.795
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1355.58
	df	2
	Sig.	136
		.000

Sumber: Data Primer Olahan Penulis (2024)

Pada tabel *output* di atas dapat dilihat bahwa nilai KMO - MSA sebesar 0.795 (lebih besar dari 0,5) menunjukkan bahwa variabel bisa diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut. Angka signifikan Bartlett's Test of Sphericity sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa variabel penelitian dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.

Anti-Images Matrices

Nilai tersebut terdapat pada bagian diagonal utama yang ditunjukkan dengan angka-angka yang diberi huruf (a). Nilainya harus lebih besar dari 0,5 karena angka ini menunjukkan seberapa besar suatu indikator dapat dijelaskan oleh indikator-indikator lainnya sehingga semakin besar semakin baik.

Tabel 2. Nilai Anti Image Matrices

Item	Anti-image Matrices
Keterbatasan Modal 1	0.776
Keterbatasan Modal 2	0.644
Keterbatasan Modal 3	0.694
Penguasaan Internet 1	0.834
Penguasaan Internet 2	0.681
Penguasaan Internet 3	0.690

Kualitas Manajemen 1	0.757
Kualitas Manajemen 2	0.703
Kualitas Manajemen 3	0.788
Keterbatasan SDM 1	0.866
Keterbatasan SDM 2	0.864
Keterbatasan SDM 3	0.852
Keterbatasan SDM 4	0.849
Kesulitan Pemasaran 1	0.850
Kesulitan Pemasaran 2	0.830
Kesulitan Pemasaran 3	0.811
Kesulitan Pemasaran 4	0.869

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Ekstraksi Variabel

Tahap selanjutnya dari analisis faktor adalah mengekstraksi sekumpulan variabel yang dipilih untuk membentuk satu atau lebih faktor. Semakin besar komunalitas variabel, semakin kuat hubungan variabel dengan faktor-faktor yang terbentuk. Sebaliknya, semakin kecil komunalitas suatu variabel, maka semakin lemah hubungan variabel tersebut dengan faktor-faktor yang terbentuk.

**Tabel 3. Nilai Komunalitas
Communalities**

	Initial	Extraction
Keterbatasan Modal 1	1.000	.855
Keterbatasan Modal 2	1.000	.865
Keterbatasan Modal 3	1.000	.840
Penguasaan Internet 1	1.000	.774
Penguasaan Internet 2	1.000	.799
Penguasaan Internet 3	1.000	.783
Kualitas Manajemen 1	1.000	.842
Kualitas Manajemen 2	1.000	.867
Kualitas Manajemen 3	1.000	.845
Keterbatasan SDM 1	1.000	.879
Keterbatasan SDM 2	1.000	.904
Keterbatasan SDM 3	1.000	.898
Keterbatasan SDM 4	1.000	.898
Kesulitan Pemasaran 1	1.000	.749
Kesulitan Pemasaran 2	1.000	.778
Kesulitan Pemasaran 3	1.000	.807
Kesulitan Pemasaran 4	1.000	.791

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Semakin besar nilai *extraction* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan faktor yang nantinya akan terbentuk.

Menentukan Jumlah Faktor (*Factoring*)

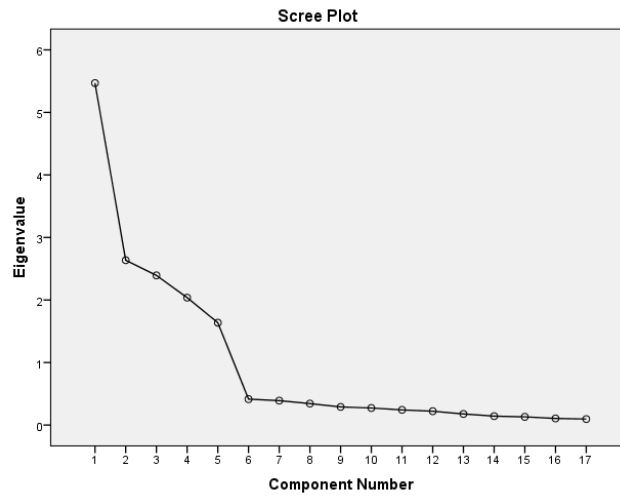
**Tabel 4. Tabel Total Variance
 Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.469	32.171	32.171
2	2.636	15.506	47.676
3	2.393	14.077	61.754
4	2.038	11.986	73.740
5	1.637	9.628	83.367
6	0.414	2.435	85.802
7	0.39	2.296	88.099
8	0.343	2.020	90.119
9	0.29	1.705	91.824
10	0.273	1.604	93.428
11	0.242	1.426	94.853
12	0.221	1.302	96.155
13	0.178	1.046	97.201
14	0.143	0.841	98.042
15	0.131	0.771	98.813
16	0.106	0.623	99.436
17	0.096	0.564	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Dari Tabel 4 diperoleh informasi bahwa jumlah faktor yang terbentuk adalah 5 faktor, yaitu faktor pertama yang mempunyai eigen value sebesar 5.469, faktor kedua yang mempunyai eigen value sebesar 2.636, faktor ketiga mempunyai eigen value sebesar 2,393, faktor keempat mempunyai eigen value sebesar 2.038, dan faktor kelima mempunyai eigen value sebesar 1,637. Dari tabel tersebut dapat diperoleh lima faktor dengan persentase varians masing-masing faktor sebesar 32,17%; 15,50%; 14,07%; 11,98% dan 9,63%. Dengan demikian, total persentase sebesar 73,74% dari seluruh variabel yang ada dapat dijelaskan oleh 5 faktor yang terbentuk.



Gambar 11. Scree Plot

Gambar 11 menunjukkan hasil pengelompokan berdasarkan eigen value baru. Semakin tinggi nilai eigen suatu faktor maka semakin tinggi pula penempatannya, dimana terdapat 5 faktor yang memiliki nilai eigen di atas 1.0, sedangkan item yang berada di sepanjang garis menurun adalah item yang memiliki nilai eigen di bawah 1.0.

Rotasi Faktor

Menurut Sutopo dan Slamet, (2015:185), rotasi faktor harus dilakukan agar tidak ada kesulitan dalam menafsirkan faktor baru. Dalam penelitian ini menggunakan rotasi ortogonal dengan prosedur varimax (*variance of maximun*) karena menghasilkan struktur faktor sederhana dengan memaksimalkan jumlah *variance* dari faktor yang memuat nilai loading kuadrat.

**Tabel 5. Nilai Faktor Rotation
 Rotated Component Matrix^a**

	Component				
	1	2	3	4	5
Keterbatasan Modal 1				.911	
Keterbatasan Modal 2				.916	
Keterbatasan Modal 3				.912	
Penguasaan Internet 1					.817
Penguasaan Internet 2					.871
Penguasaan Internet 3					.865
Kualitas Manajemen 1			.906		
Kualitas Manajemen 2			.919		
Kualitas Manajemen 3			.889		
Keterbatasan SDM 1	.915				
Keterbatasan SDM 2	.941				
Keterbatasan SDM 3	.917				

Keterbatasan SDM 4	.917				
Kesulitan Pemasaran 1		.827			
Kesulitan Pemasaran 2		.833			
Kesulitan Pemasaran 3		.889			
Kesulitan Pemasaran 4		.854			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Factor Transformation Matrix

Nilai korelasi antara faktor 1 sampai faktor 6 yang terbentuk dapat diketahui dengan melihat *Factor Transformation Matrix*.

**Tabel 6. Factor Transformation Matrix
 Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3	4	5
1	.611	.531	.363	.254	.384
2	.347	-.588	.141	.650	-.302
3	-.698	.101	.526	.437	.185
4	-.131	.264	-.753	.558	.186
5	.028	-.540	-.065	-.103	.832

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Penamaan Faktor

Tahapan selanjutnya untuk mempermudah penamaan faktor yang telah terbentuk, *item-item* pertanyaan dari setiap faktor diurutkan sesuai dengan *factor loading*-nya

Tabel 7. Pengelompokan Item Pernyataan sesuai Urutan Factor Loading

Faktor	Pernyataan	Factor Loading
1	Kurangnya tingkat kecocokan antara keterampilan karyawan dan persyaratan pekerjaan dapat menghambat usaha mikro dan kecil dalam meningkatkan efisiensi produksi hijab.	0.915
	Kurangnya partisipasi karyawan dalam program pelatihan dan pengembangan dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengikuti perkembangan terbaru dalam industri <i>fashion</i> hijab.	0.941

	Kurangnya kejelasan dalam penyampaian informasi organisasi yang disampaikan kepada karyawan dapat mempengaruhi tujuan bisnis usaha mikro dan kecil di industri <i>fashion</i> hijab.	0.917
	Kurangnya tingkat kepuasan karyawan terhadap kompensasi dan kinerja pada usaha mikro dan kecil di industri <i>fashion</i> hijab.	0.917
2	Kecilnya persentase konsumen yang menyadari merek atau produk dapat menjadi indikasi bahwa strategi pemasaran usaha mikro dan kecil dalam industri <i>fashion</i> hijab belum mencapai audiens target secara optimal.	0.827
	Meningkatnya jumlah pesaing pada usaha sejenis di pasar menuntut usaha mikro dan kecil dalam industri <i>fashion</i> hijab untuk lebih inovatif dalam pengembangan usaha.	0.833
	Tingkat kesulitan dalam menentukan dan mengidentifikasi target pasar dapat mempengaruhi strategi pemasaran usaha mikro dan kecil dalam industri <i>fashion</i> hijab.	0.889
	Tingkat respons pelanggan terhadap keluhan atau pengembalian produk menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas layanan usaha industri <i>fashion</i> hijab.	0.854
3	Keterbatasan dalam keterlibatan berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan pada usaha mikro dan kecil di industri <i>fashion</i> hijab	0.906
	Keterbatasan dalam menerapkan tindakan pencegahan dan manajemen risiko dapat mempengaruhi tingkat keberlanjutan usaha mikro dan kecil di industri <i>fashion</i> hijab.	0.919
	Melakukan evaluasi terhadap kualitas dan efektivitas sistem manajemen yang diterapkan di usaha <i>fashion</i> hijab	0.889
4	Keterbatasan modal R & D (<i>Research & Development</i>) menjadi tantangan nyata dalam meningkatkan kualitas produk pada pengembangan usaha industri <i>fashion</i> hijab.	0.911
	Pemotongan biaya lain (manufaktur, pemasaran, dll) dapat menjadi tantangan dalam pengembangan inovasi produk pada usaha industri <i>fashion</i> hijab.	0.916
	Mengelola modal yang besar menjadi tantangan dalam mengembangkan kapasitas produksi usaha mikro dan kecil pada usaha industri <i>fashion</i> hijab.	0.912

5	Tingkat adaptasi rendah terhadap penggunaan internet dapat membatasi potensi inovasi pada produk hijab di kalangan industri usaha mikro dan kecil <i>fashion</i> hijab.	0.817
	Usaha mikro dan kecil pada industri <i>fashion</i> hijab akan kesulitan menghadapi tantangan inovatif jika terdapat keterbatasan ilmu pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi internet.	0.871
	Adanya keterbatasan pengembangan internet akan membatasi usaha mikro dan kecil dalam mengakses informasi terkini tentang tren <i>fashion</i> hijab.	0.865

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Tabel 8. Tanggapan Responden Pada Masing-masing Variabel

Variabel	Skor	% Skor	Kategori
Keterbatasan Modal	1281	81.6	Tinggi
Penguasaan Internet	1313	83.3	Tinggi
Kualitas Manajemen	1266	80.0	Tinggi
Keterbatasan SDM	1717	81.5	Tinggi
Kesulitan Pemasaran	1740	82.8	Tinggi
Rata-rata	1463.4	81.84	Tinggi

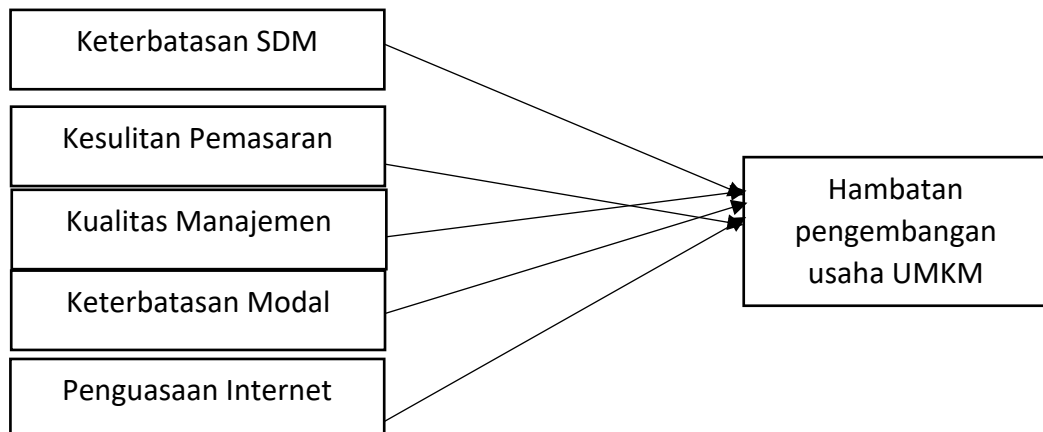
Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi adalah terhadap variabel Penguasaan Internet dengan skor 83,3%, diikuti dengan Kesulitan Pemasaran 82,8%, Keterbatasan Modal 81,6%, Keterbatasan SDM 81,5% dan terakhir adalah Persepsi Kualitas Manajemen skor 80,0%.

Tiga faktor dengan nilai penghambat usaha hijab yang tertinggi yaitu penguasaan internet, kesulitan pemasaran dan keterbatasan modal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terbentuk 5 (enam) faktor yang menjadi penghambat usaha hijab. Berdasarkan nilai Variance Explained seperti yang tertera pada Tabel 8, diketahui bahwa kelima faktor yang signifikan menjadi penghambat usaha hijab berturut-turut adalah faktor Keterbatasan SDM (faktor 1) dapat dinilai paling dominan menjadi faktor penentu penghambat usaha hijab dengan nilai 32,17%. Selanjutnya faktor Kesulitan Pemasaran (faktor 2) dapat menjelaskan 15,50%. Kemudian faktor Kualitas Manajemen (faktor 3) dapat menjelaskan sebesar 14,07%. Kemudian faktor Keterbatasan Modal (faktor 4) dapat menjelaskan sebesar 11,98%. Kemudian factor Penguasaan internet (faktor 5) dapat menjelaskan sebesar 9,63%. Secara keseluruhan kelima faktor mampu menjelaskan 73,74% yang menentukan penghambat pengembangan usaha UMKM

Berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya, faktor yang menjadi penghambat usaha hijab terdapat 5 (lima), Setelah dilakukan pengolahan data dan diperoleh hasil bahwa kelima faktor sudah masuk dalam faktor yang dan sesuai dengan pengelompokan faktor. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Gambar 12. Faktor-faktor Penghambat Usaha Pengembangan UMKM pada Industri Hijab di Kota Bandung

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Faktor Keterbatasan Modal berada pada kategori tinggi dengan skor total sebesar 1281 atau 81,6% yang berarti keterbatasan modal menjadi faktor penghambat usaha hijab yang tinggi dalam menghadapi tantangan penelitian riset dan pengembangan kualitas produk hijab, tantangan pemotongan biaya lain (manufaktur, pemasaran, dll), dan tantangan mengelola modal yang besar untuk mengembangkan kapasitas produksi usaha.

Faktor Penguasaan Internet berada pada kategori tinggi dengan skor total sebesar 1313 atau 83,3% yang berarti penguasaan internet menjadi faktor penghambat usaha hijab yang tinggi dalam menghadapi tantangan adaptasi yang rendah terhadap penggunaan internet, kesulitan menghadapi tantangan inovatif jika terdapat keterbatasan ilmu pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi internet, dan keterbatasan pengembangan internet akan membatasi usaha mikro dan kecil dalam mengakses informasi terkini tentang tren *fashion* hijab. Maka dari itu, Faktor Penguasaan Internet menjadi faktor penghambat yang paling sering atau dominan terjadi pada usaha mikro dan kecil dalam sektor *fashion* hijab.

Faktor Kualitas Manajemen berada pada kategori tinggi dengan skor total sebesar 1266 atau 80,0% yang berarti kualitas manajemen menjadi faktor penghambat usaha hijab yang tinggi dalam menghadapi tantangan keterlibatan berbagai pihak dalam proses pengambilan keputusan, tantangan dalam menerapkan tindakan pencegahan dan manajemen risiko dapat mempengaruhi tingkat keberlanjutan usaha, dan tantangan dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas dan efektivitas sistem manajemen usaha.

Faktor Keterbatasan Sumber Daya Manusia berada pada kategori tinggi dengan skor total sebesar 1717 atau 81,5% yang berarti Keterbatasan Sumber Daya Manusia menjadi faktor penghambat usaha hijab yang tinggi dalam menghadapi tantangan kecocokan antara keterampilan karyawan dan persyaratan pekerjaan, tantangan partisipasi karyawan dalam program pelatihan dan pengembangan dapat

mempengaruhi kemampuan karyawan untuk mengikuti perkembangan terbaru dalam industri *fashion* hijab, tantangan kejelasan dalam penyampaian informasi organisasi yang disampaikan kepada karyawan dapat mempengaruhi tujuan bisnis, dan tantangan kepuasan karyawan terhadap kompensasi dan kinerja.

Faktor Kesulitan Pemasaran berada pada kategori tinggi dengan skor total sebesar 1740 atau 82,8% yang berarti Kesulitan Pemasaran menjadi faktor penghambat usaha hijab yang tinggi dalam menghadapi tantangan kecilnya persentase konsumen yang menyadari merek atau produk, tantangan meningkatnya jumlah pesaing pada usaha sejenis di pasar, tantangan tingkat kesulitan dalam menentukan dan mengidentifikasi target pasar, dan tantangan tingkat respons pelanggan terhadap keluhan atau pengembalian produk.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu dari 17 faktor yang secara teoritis berpengaruh terhadap pengembangan UMKM pada Industri Hijab di Kota Bandung, terbentuk 5 faktor yang mempengaruhi. Berdasarkan nilai Variance Explained dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.0, diketahui bahwa 5 faktor tersebut yaitu Faktor Keterbatasan SDM (faktor 1) dapat dinilai paling dominan menjadi faktor penentu penghambat usaha hijab dengan nilai 32,17%. Selanjutnya faktor Kesulitan Pemasaran (faktor 2) dapat menjelaskan 15,50%. Kemudian faktor Kualitas Manajemen (faktor 3) dapat menjelaskan sebesar 14,07%. Kemudian faktor Keterbatasan Modal (faktor 4) dapat menjelaskan sebesar 11,98%. Kemudian faktor Penguasaan internet (faktor 5) dapat menjelaskan sebesar 9,63%. Dari 5 faktor baru yang terbentuk, yang paling berpengaruh terhadap pengembangan UMKM pada Industri Hijab di Kota Bandung adalah Keterbatasan SDM.

Saran

Saran Praktis

1. Berdasarkan faktor – faktor yang menghambat pengembangan usaha di industri *fashion* hijab bahwa faktor yang paling berpengaruh adalah keterbatasan SDM dan penggunaan internet maka dari itu disarankan melibatkan pelatihan dan pendidikan berkelanjutan, seperti *workshop* dan kemitraan dengan institusi pendidikan serta bergabung dalam komunitas atau asosiasi bisnis bagi usaha mikro yang dapat menawarkan dukungan, berbagi pengetahuan, dan membuka peluang *networking* yang bermanfaat.
2. Memfasilitasi akses ke sumber daya dan teknologi terbaru dengan mengadakan pelatihan tentang penggunaan teknologi canggih dan platform digital untuk pemasaran dan produksi dapat membantu Pelaku usaha dalam mengatasi masalah keterbatasan SDM.
3. Menyediakan Pelatihan digital dan literasi internet seperti *workshop* pemasaran digital dan kursus dasar penggunaan internet, serta kemitraan dengan penyedia teknologi untuk akses ke platform digital dan perangkat terbaru. Selanjutnya Pelatihan pembuatan konten dan manajemen media

sosial, peningkatan akses internet cepat dan fasilitas umum, serta dukungan teknis dan forum komunitas *online* juga penting.

Saran Teoritis

1. Melaksanakan penelitian tentang analisis faktor penghambat pengembangan usaha di industri *fashion* yang lebih luas selain usaha mikro dan kecil industri hijab, seperti pakaian muslimah, pakaian yang sedang tren, sepatu, tas dan lainnya.
2. Kepada penelitian selanjutnya agar lebih mencakup wilayah atau objek yang lebih luas dan berbeda seperti meneliti daerah lain.
3. Melakukan eksplorasi penelitian variabel-variabel hambatan pengembangan usaha menurut para ahli lainnya sehingga analisis faktor penghambat pengembangan usaha dapat diidentifikasi menjadi lebih luas dan relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, R. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Kerja dan Etos Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada UMKM Elhasna Hijab di Kabupaten Bandung*. 2. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Arsita, Y. (2024). *Membangun Ekonomi Digital UMKM Indonesia Pasca Pandemi*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/yosefine-arsita/membangun-ekonomi-digital-umkm-indonesia-pasca-pandemi-22EZV1iW1Ea/full>
- Biller Yadiman, P. (2019). *Manajemen Strategis* (1st Ed). LEKKAS.
- Chandra, I., & Fitria, S. E. (2018). Analisa Faktor Penghambat Pengembangan Produk Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Industri Kulit , Barang Dari Kulit Dan Alas Kaki Di Bandung). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1577–1583.
- David, F. R. (2017). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing Konsep* (edisi 15). Salemba Empat.
- Fransisca, N. (2017). *Analisis Innovation Value Chain pada Usaha Mikro dan Kecil Industri Fashion Hijab di Balubur*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM 23* (Cetakan 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, R., Fadillah Rezky, S., Suherdi, D., Sari, K., & Syahputri, A. (2023). Pemanfaatan dan Pelatihan Penggunaan Marketplace Shopee Sebagai Sarana Pemasaran Pada Toko Maysara Hijab. *Jumas : Jurnal Masyarakat Implementasi Metode Talaqqi Pada Pembelajaran Tahfidzul Qur'an Di Smp It Nurul Azmi Medan*, 02(02), 101–108.
- Hamilton, L., & Mostert, C. L. (2019). Investigating the Factors Inhibiting Entrepreneurial Activity Amongst Business Management Students at a South

African Higher Education Institution. *Polish Journal of Management Studies*,
19(1), 157–169. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.1.12>