

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tematik dari 15 wawancara fenomenologis dengan perempuan penjahit di komunitas Surabaya, penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi teknologi digital seperti aplikasi desain seperti aplikasi desain (IbisPaint, Procreate, Corel, 3D CAD, Pinterest, Canva, Rich Peach, Adobe Illustrator, Gemini AI, Pinterest) dan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia, , E-Peken) atau sosial media seperti (Instagram, TikTok, Whatsapp. mengalami dinamika kompleks yang dipengaruhi oleh faktor sosial, generasi, dan psikologis. Secara keseluruhan, model *Community-Driven Digital Empowerment* terbukti efektif dengan komunitas sebagai pusat pemberdayaan utama.

Kesimpulan Utama per Rumusan Masalah:

1. Adopsi Teknologi Digital: Penjahit wanita Surabaya menggunakan aplikasi desain (IbisPaint, Procreate, Corel, 3D CAD, Pinterest, Canva, Rich Peach, Adobe Illustrator, Gemini AI, Pinterest) dan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia, E-Peken) atau sosial media seperti (Instagram, TikTok, Whatsapp) dalam *hybrid workflow*, dengan persepsi positif terhadap kemudahan ("teknologi digital ini memang sangat membantu"-Nana) meskipun dibatasi resistensi tools kompleks (Corel).

2. Motivasi dan Dukungan Sosial: Motivasi internal rendah diimbangi social influence kuat dari komunitas keluarga (anak→ibu), dan pelatihan kecamatan yang mempercepat adaptasi melalui peer learning dan solidaritas kelompok.
3. Peran Komunitas: Komunitas (Jawel Bradel, HIMAPETA) berfungsi sebagai ekosistem pembelajaran kolektif yang mengubah norma dari "sulit" menjadi "standar operasional", meskipun tersegmentasi oleh faktor usia (Ana: "faktor usia saja").
4. Hambatan Utama: Mindset generasi (66,67%: ibu-ibu >40 tahun resisten), *content creation fatigue* (60%: "jangan males-males bikin konten" - Isa), dan *time poverty* domestik menghambat keberlanjutan, mencerminkan gender digital divide lokal.
5. Implikasi Strategis: Transisi bertahap melalui aplikasi ringan dan inter-generasi mentoring dan gamifikasi konten merupakan jalur realistis menuju transformasi digital berkelanjutan hingga 2027.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disampaikan saran praktis dan akademis yang bersifat kontekstual untuk mengatasi hambatan adopsi teknologi digital pada komunitas penjahit perempuan Surabaya adalah sebagai berikut:

### 1. Pelatihan Digital Bertingkat & Mentorship Lintas-Generasi

Komunitas dan Dinas Koperasi mengadakan pelatihan bulanan (2 jam/minggu) dengan grup terpisah: pemula usia 40 keatas tahun fokus aplikasi ringan (IbisPaint, Instagram), kelompok muda 20-30 tahun ke tools advance (Canva AI, *e-commerce*). Penjahit muda menjadi mentor bagi kelompok senior untuk mengatasi kesenjangan generasi (66,67% responden 40 tahun keatas).

### 2. Subsidi Kuota & Perangkat & Gamifikasi Konten

Pemerintah daerah memberikan subsidi kuota internet dan smartphone entry-level bagi 66,67% responden usia 40 tahun keatas, disertai gamifikasi pelatihan berupa kompetisi desain bulanan dengan hadiah voucher Shopee/Tokopedia untuk mengatasi rasa malas pembuatan konten (60% responden).

### 3. Template AI & Tutorial Khusus UMKM Penjahit

Platform e-commerce (Shopee, Tokopedia) menyediakan template desain AI siap pakai dan tutorial bahasa sederhana dengan demo sosial media aplikasi TikTok live, mengurangi resistensi terhadap aplikasi berat seperti CorelDRAW dan mempercepat transisi *workflow hybrid*.

#### 4. Penelitian Lanjutan Mixed-Methods Longitudinal

Penambahan jumlah responden yang lebih meluas agar hasilnya dapat lebih representative dan menggunakan studi 12-24 bulan menggabungkan wawancara fenomenologi dengan data kuantitatif (penjualan *e-commerce*, *engagement rate* Instagram) untuk mengukur ROI intervensi dan mengidentifikasi best practices skalabel antar-kota (Surabaya-Bandung-Yogyakarta).

Eksplorasi AI Pattern Generator secara spesifik pada komunitas fashion lokal, menguji efektivitas tools seperti Canva Magic Studio terhadap produktivitas manual vs digital *workflow*.

Saran ini berbasis model *Community-Driven Digital Empowerment* secara sistematis mengatasi dukungan komunitas (53,33%), mindset generasional (66,67%), dan motivasi internal (60%) untuk transformasi digital berkelanjutan UMKM penjahit perempuan Surabaya