

## **Pengaruh Penerapan Strategi Manajemen SDM Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Ekosistem Fesyen Daerah: Studi Pada Kabupaten Sampang**

### ***The Effect Of The Implementation Of Human Resource Management Strategies And Product Innovation On The Competitiveness Of Regional Fashion Ecosystems: A Study In Sampang Regency***

**Ramadhan Ridho Fadlulloh Iswandia<sup>a\*</sup>, S Anugrahini Irawati<sup>b</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura<sup>a,b</sup>

<sup>a</sup> 220211100130@student.trunojoyo.ac.id, <sup>b</sup> anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id

#### **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of human resource management (HRM) strategies and product innovation on the competitiveness of the regional fashion ecosystem among batik artisans in Sampang Regency. The low competitiveness of Sampang batik compared to other regions in Madura is presumed to be caused by weak human resource development strategies and limited product innovation. This research employs a quantitative inferential method with a Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach using SmartPLS 4 software. Primary data were collected through questionnaires, observations, and interviews involving 30 respondents, consisting of business owners and workers of batik artisans in Sampang Regency, selected through purposive sampling techniques. The results show that HRM strategies have a positive and significant effect on the competitiveness of the regional fashion ecosystem, indicating that improved competence, training, and reward systems strengthen the artisans' competitive advantage. Product innovation also has a positive and significant effect on competitiveness, meaning that renewed designs, motifs, and production techniques enhance value creation and market positioning. Simultaneous testing reveals that HRM strategies and product innovation jointly influence competitiveness significantly, with product innovation being the most dominant variable in shaping competitive advantage. In conclusion, strengthening the competitiveness of the local fashion ecosystem requires the synergy between sustainable human resource development and continuous product innovation. The practical implication of this study is to provide a reference for local governments and batik SMEs in formulating HR development and creative innovation strategies to enhance competitiveness based on local potential.*

**Keywords:** human resource management strategy, product innovation, competitiveness, fashion ecosystem, Sampang batik.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi manajemen sumber daya manusia dan inovasi produk terhadap daya saing ekosistem fesyen daerah pada pengrajin batik di Kabupaten Sampang. Fenomena rendahnya daya saing batik Sampang dibandingkan daerah lain di Madura diduga dipengaruhi oleh lemahnya strategi pengembangan SDM serta terbatasnya inovasi produk. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif inferensial dengan pendekatan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 4*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara terhadap 30 responden yang terdiri atas pemilik dan pekerja pengrajin batik di Kabupaten Sampang, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi manajemen SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekosistem fesyen daerah, yang berarti peningkatan kompetensi, pelatihan, serta sistem penghargaan mampu memperkuat keunggulan pengrajin batik. Inovasi produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, menunjukkan bahwa pembaruan desain, motif, dan teknik produksi meningkatkan nilai tambah serta posisi pasar. Uji simultan menunjukkan

bahwa strategi manajemen SDM dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap daya saing, dengan inovasi produk menjadi variabel yang paling dominan dalam membentuk keunggulan kompetitif. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa penguatan daya saing ekosistem fesyen lokal tidak dapat dilepaskan dari sinergi antara pengembangan sumber daya manusia dan inovasi produk yang berkelanjutan. Implikasi praktis penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan pelaku UMKM batik untuk merumuskan strategi pengembangan SDM dan inovasi kreatif dalam memperkuat daya saing berbasis potensi lokal.

**Kata Kunci:** strategi manajemen SDM, inovasi produk, daya saing, ekosistem fesyen, batik Sampang.

## **1. Pendahuluan**

Strategi manajemen SDM berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha melalui pengelolaan kompetensi, motivasi, dan kinerja karyawan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang efektif dapat meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi (Albrecht *et al.*, 2015; Boon, Eckardt, *et al.*, 2018). Di sisi lain, inovasi produk menjadi faktor penentu daya saing karena mampu memberikan diferensiasi nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan konsumen (Naidoo, 2010; Tidd & Bessant, 2018). Penelitian Irawati & Kuswinarno, (2023) secara khusus menegaskan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, karena perusahaan yang mampu menghasilkan produk baru atau memperbaiki produknya lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Kedua faktor ini sangat relevan bagi pengrajin batik fesyen di daerah, termasuk Sampang, yang masih tertinggal dalam hal kualitas SDM dan keterbaruan produk dibandingkan wilayah lain.

Strategi SDM dan inovasi produk terhadap daya saing merupakan hal yang penting. Menurut, Prieto & Pérez Santana, (2012) menemukan bahwa praktik manajemen SDM berbasis pengetahuan secara signifikan meningkatkan inovasi dan keunggulan bersaing. Penelitian lain oleh Wang & Ahmed, (2004) menyatakan bahwa inovasi produk berhubungan langsung dengan daya saing jangka panjang suatu perusahaan. Namun demikian, sebagian besar studi tersebut dilakukan pada konteks perusahaan besar atau di negara maju, sehingga kurang memberikan gambaran yang sesuai dengan kondisi UMKM di daerah berkembang seperti Sampang.

Jika ditinjau dari data sekunder, jumlah pengrajin batik di Kabupaten Sampang hanya sekitar 180 unit usaha aktif, jauh lebih sedikit dibandingkan Pamekasan yang mencapai lebih dari 700 unit (Disperindag Jatim, 2023). Dari sisi ekspor, kontribusi batik Madura masih didominasi oleh Pamekasan, sementara Sampang belum memiliki daya ungkit signifikan. Data ini memperlihatkan lemahnya daya saing batik Sampang, baik dari jumlah produksi, variasi desain, maupun jaringan pemasaran.

Dari sisi kesenjangan penelitian, masih terdapat beberapa hal yang perlu dijawab. Pertama, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menguji pengaruh manajemen SDM atau inovasi produk secara terpisah, sementara penelitian yang menguji keduanya secara simultan terhadap daya saing ekosistem fesyen masih terbatas. Kedua, konteks penelitian yang dominan pada perusahaan besar di negara maju menimbulkan kebutuhan untuk menguji relevansinya pada **pengrajin** batik fesyen di daerah berkembang. Ketiga, penelitian terdahulu lebih banyak membahas kinerja perusahaan, sedangkan aspek daya saing ekosistem fesyen sebagai satu kesatuan jarang menjadi fokus (Boon *et al.*, 2018; Tidd & Bessant, 2018).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya pengembangan daya saing pengrajin fesyen lokal sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi daerah. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya

literatur mengenai hubungan strategi manajemen SDM, inovasi produk, dan daya saing, khususnya pada konteks daerah berkembang. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan pelaku **pengrajin batik** fesyen di Kabupaten Sampang dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan SDM serta inovasi produk agar mampu meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas (S. A. Irawati, 2023).

Pemilihan Kabupaten Sampang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada potensi fesyen yang khas, seperti batik Madura dan busana muslim, namun belum dioptimalkan secara maksimal. Rendahnya daya saing fesyen lokal disebabkan oleh keterbatasan strategi pengembangan SDM dan rendahnya tingkat inovasi produk. Strategi pengembangan SDM bukan hanya sebatas pengaturan tenaga kerja, melainkan mencakup proses peningkatan kompetensi, keterampilan teknis, serta penguatan kreativitas pengrajin batik agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan perkembangan teknologi. Melalui pelatihan, pendampingan, serta pemberdayaan berkelanjutan, pengrajin batik diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta memperkuat identitas budaya lokal sebagai daya tarik utama.

Dengan demikian, novelty penelitian ini adalah menguji secara simultan pengaruh strategi manajemen SDM dan inovasi produk terhadap daya saing ekosistem fesyen pada pengrajin batik di Kabupaten Sampang. Fokus ini belum banyak diteliti sebelumnya, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dan praktis yang lebih relevan dengan kondisi UMKM batik di daerah.

## **2. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif inferensial yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi manajemen sumber daya manusia (SDM) dan inovasi produk terhadap daya saing ekosistem fesyen daerah pada pengrajin batik di Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi dilakukan karena Sampang memiliki potensi besar dalam industri batik Madura, namun pengembangannya masih terbatas, terutama dalam aspek pengelolaan SDM dan inovasi produk.

Objek penelitian adalah pengrajin batik di Kabupaten Sampang, yang mewakili kondisi UMKM kreatif di daerah berkembang. Populasi penelitian meliputi seluruh pelaku usaha batik di wilayah tersebut, sedangkan sampel ditentukan secara purposive sampling dengan jumlah minimal 30 responden, sesuai pedoman Roscoe (1975); Sekaran & Bougie (2016). Kriteria responden meliputi pengrajin yang masih aktif, memiliki karyawan lebih dari satu orang, dan telah melakukan inovasi produk dalam 1–2 tahun terakhir.

Data penelitian diperoleh melalui data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara terstruktur, dan observasi lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, laporan instansi, serta publikasi resmi yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin (1–5) untuk mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap pernyataan pada setiap variabel.

Penelitian ini memiliki tiga variabel utama, yaitu strategi manajemen SDM ( $X_1$ ), inovasi produk ( $X_2$ ), dan daya saing ekosistem fesyen ( $Y$ ). Masing-masing variabel dioperasionalkan melalui indikator terukur seperti rekrutmen, pelatihan, penilaian kinerja, pengenalan produk baru, dan perluasan pasar.

Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis meliputi dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antarvariabel laten. Uji statistik yang digunakan mencakup nilai *R-square*, *path coefficient*, *effect size* ( $f^2$ ), serta uji ANOVA simultan untuk melihat pengaruh bersama variabel independen terhadap dependen.

Model penelitian ini mengacu pada teori Huselid (1995) tentang strategi SDM, Eurostat (2005) tentang inovasi produk, dan Chikán *et al.* (2022) tentang daya saing. Hasil analisis diharapkan dapat menunjukkan pengaruh signifikan antara strategi manajemen SDM dan inovasi produk terhadap peningkatan daya saing ekosistem fesyen lokal, serta menentukan variabel yang paling dominan dalam memperkuat keunggulan pengrajin batik di Kabupaten Sampang.

### 3. Hasil Dan Pembahasan

#### Hasil

#### *R-square*

Tabel 1. Uji *R-square*

|          | <i>R-square</i> | <i>R-square adjusted</i> |
|----------|-----------------|--------------------------|
| <b>Y</b> | 0,636           | 0,609                    |

Sumber: Data primer diolah (*Output SmartPLS4*), 2025

Berdasarkan Tabel 1 di atas, nilai *R-square* untuk variabel Daya Saing (Y) sebesar 0,636, yang berarti bahwa 63,6% variasi Daya Saing dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu Strategi Manajemen SDM (X1) dan Inovasi Produk (X2). Sementara itu, sisanya sebesar 36,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti dukungan pemerintah, kondisi pasar, akses permodalan, maupun faktor eksternal lainnya yang tidak dimasukkan dalam model.

Nilai *R-square adjusted* sebesar 0,609 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel bebas dan ukuran sampel, model penelitian ini tetap memiliki kemampuan penjelasan yang baik. Hal ini menandakan bahwa meskipun terdapat sedikit penurunan dari nilai *R-square* awal, model tetap stabil dan layak untuk digunakan dalam analisis struktural.

Menurut kriteria yang dikemukakan oleh Chin (1998) serta Ghozali dan Latan (2015), nilai *R-square* sebesar 0,33–0,67 termasuk dalam kategori model moderat (*moderate model*). Oleh karena itu, hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya prediksi yang cukup kuat, di mana kombinasi antara Strategi Manajemen SDM dan Inovasi Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terjadi pada variabel Daya Saing.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Strategi pengelolaan SDM yang efektif dapat memperkuat kompetensi internal, sedangkan inovasi produk yang berkelanjutan mampu meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi di pasar, sehingga keduanya berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Daya Saing pelaku usaha.

**F-Square**

Tabel 2. Uji F-Square

|                                       | f-square |
|---------------------------------------|----------|
| Strategi MSDM (X1) -> Daya Saing (Y)  | 1,263    |
| Inovasi Produk (X2) -> Daya Saing (Y) | 0,398    |

Sumber: Data primer diolah (*Output SmartPLS4*), 2025

Pengujian pengaruh variabel pada level struktural bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi atau kekuatan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Ukuran yang digunakan untuk menilai besarnya pengaruh tersebut adalah effect size ( $f^2$ ).

Menurut Hair *et al.* (2017) nilai  $f^2$  digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh langsung (*direct effect*) suatu konstruk eksogen terhadap konstruk endogen, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

$f^2 = 0,02 \rightarrow$  pengaruh rendah (*small effect*)

$f^2 = 0,15 \rightarrow$  pengaruh moderat (*medium effect*)

$f^2 = 0,35 \rightarrow$  pengaruh tinggi (*large effect*)

Nilai  $f^2$  dihitung dari perubahan *R-square* pada konstruk endogen ketika konstruk eksogen tertentu dikeluarkan dari model. Dengan demikian, semakin besar nilai  $f^2$ , maka semakin besar pula kontribusi konstruk eksogen dalam menjelaskan variasi konstruk endogen.

Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian menunjukkan bahwa: Nilai f-square untuk hubungan antara Strategi MSDM (X1) terhadap Daya Saing (Y) sebesar 1,263, dan Nilai f-square untuk hubungan antara Inovasi Produk (X2) terhadap Daya Saing (Y) sebesar 0,398. Mengacu pada kriteria Cohen (1988), kedua nilai tersebut termasuk dalam kategori pengaruh besar (*large effect*) karena keduanya berada di atas 0,35. Namun, jika dibandingkan, Strategi MSDM (X1) memiliki nilai f-square yang lebih tinggi (1,263) dibandingkan Inovasi Produk (X2) (0,398). Hal ini menunjukkan bahwa Strategi MSDM merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Daya Saing (Y). Artinya, semakin efektif strategi pengelolaan sumber daya manusia melalui peningkatan kompetensi, pelatihan, dan sistem penghargaan semakin besar pula peningkatan daya saing yang dapat dicapai oleh pelaku usaha. Meskipun demikian, Inovasi Produk (X2) tetap memberikan pengaruh besar terhadap Daya Saing. Faktor ini berperan penting dalam menciptakan diferensiasi dan nilai tambah yang memperkuat posisi bersaing di pasar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel, Strategi MSDM dan Inovasi Produk, sama-sama memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan Daya Saing, dengan Strategi MSDM sebagai faktor yang paling dominan dalam model penelitian ini.

**Path Coefficients/uji Hipotesis**

Tabel 3. Path Coefficients/uji Hipotesis

|                                       | <i>T statistics</i><br>( <i> O/STDEV </i> ) | <i>P values</i> | <i>Conclusion</i> |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------|-------------------|
| Strategi MSDM (X1) -> Daya Saing (Y)  | 7,385                                       | 0,000           | diterima          |
| Inovasi Produk (X2) -> Daya Saing (Y) | 2,751                                       | 0,006           | diterima          |

Sumber: Data primer diolah (*Output SmartPLS4*), 2025

Berdasarkan tabel pengujian *Path Coefficients*/uji Hipotesis pada tabel 3 diatas. Penelitian ini menggunakan Tingkat signifikansi nilai t statistik untuk menentukan pengaruh antar variabel dengan ketentuan  $> 1,96$  serta untuk pengujian hipotesis dengan nilai *P-value*  $< 0.05$ . yang menentukan hubungan positif dan negatif antara variabel independen dan dependen atau hipotesis diterima dan tidak diterima.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (X1) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 7,385 dengan *P-value* sebesar 0,000, yang berarti lebih besar dari 1,96 dan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Strategi Manajemen SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y). Artinya, semakin baik penerapan strategi pengelolaan SDM yang mencakup proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan, penilaian kinerja, serta sistem penghargaan maka semakin tinggi pula tingkat daya saing yang dapat dicapai oleh pelaku usaha.

Variabel Inovasi Produk (X2) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,751 dengan *P-value* sebesar 0,006, yang juga memenuhi kriteria signifikansi ( $t > 1,96$  dan  $p < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima, yang berarti bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi baik dalam hal desain, kualitas bahan baku, maupun strategi pengembangan produk maka semakin besar pula peningkatan daya saing yang dapat diperoleh.

Hasil ini sejalan dengan pandangan Porter (1990) dan Boon *et al.* (2018) yang menegaskan bahwa inovasi merupakan faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan, sementara strategi pengelolaan SDM berperan sebagai fondasi pendukung yang memperkuat kemampuan organisasi untuk berinovasi secara efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Strategi Manajemen SDM dan Inovasi Produk secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan Daya Saing, dengan Strategi Manajemen SDM sebagai faktor yang paling dominan dalam model penelitian ini.

### Regression Analysis

Tabel 4. Uji Summary Anova

|                   | <i>Sum square</i> | <i>df</i> | <i>Mean square</i> | <i>F</i> | <i>P value</i> |
|-------------------|-------------------|-----------|--------------------|----------|----------------|
| <b>Total</b>      | 3150.800          | 29        | 0.000              | 0.000    | 0.000          |
| <b>Error</b>      | 1271.954          | 27        | 47.109             | 0.000    | 0.000          |
| <b>Regression</b> | 1878.846          | 2         | 939.423            | 19.941   | 0.000          |

Sumber: Data primer diolah (*Output SmartPLS4*), 2025

Berdasarkan hasil uji simultan (ANOVA) pada Tabel 4. di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 19,941 dengan nilai signifikansi (*P-value*) sebesar 0,000. Nilai *P-value* yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi signifikan secara simultan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Strategi Manajemen SDM (X1) dan Inovasi Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing (Y).

Artinya, kombinasi antara penerapan strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif dan kemampuan inovasi produk yang berkelanjutan mampu secara simultan menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Daya Saing. Hasil ini juga memperkuat temuan sebelumnya pada uji parsial yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing.

Dengan nilai F-hitung yang tinggi (19,941) dan *P-value* yang sangat kecil (0,000), model regresi dapat dinyatakan layak digunakan (fit) dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja daya saing pelaku usaha secara signifikan dipengaruhi oleh efektivitas pengelolaan sumber daya manusia serta kemampuan berinovasi dalam produk. Secara keseluruhan, hasil uji ANOVA ini menegaskan bahwa model penelitian memiliki kekuatan prediktif yang baik, di mana Strategi MSDM dan Inovasi Produk secara simultan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Daya Saing (Y).

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Strategi Pengembangan SDM terhadap Daya Saing Ekosistem Fesyen Daerah di Kabupaten Sampang**

Nilai *t-statistic* sebesar 7,385 ( $> 1,96$ ) dan *P-value* sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa Strategi Manajemen SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan strategi manajemen SDM yang dilakukan, maka semakin tinggi pula daya saing ekosistem fesyen daerah di Kabupaten Sampang. Strategi ini meliputi pelatihan, pengembangan keterampilan, sistem penilaian kinerja, serta pemberian kompensasi dan penghargaan yang adil kepada pengrajin. Ketika SDM dikelola dengan baik, produktivitas dan inovasi meningkat, sehingga memperkuat posisi kompetitif para pelaku usaha batik.

Temuan ini konsisten dengan teori *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang menjelaskan bahwa sumber daya manusia yang bernilai, langka, dan sulit ditiru merupakan sumber keunggulan bersaing berkelanjutan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Boon *et al.*, (2018) yang menegaskan bahwa strategi pengelolaan SDM yang terintegrasi melalui pelatihan, penilaian kinerja, dan sistem penghargaan berbasis kompetensi secara signifikan meningkatkan kinerja organisasi dan daya saing usaha. Demikian pula, penelitian Khatri & Budhwar, (2020) menunjukkan bahwa praktik manajemen SDM strategis berperan penting dalam membentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan efektivitas kerja.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pengembangan SDM menjadi fondasi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya saing ekosistem fesyen daerah, khususnya di Kabupaten Sampang.

#### **Pengaruh Inovasi Produk terhadap Daya Saing Ekosistem Fesyen Daerah di Kabupaten Sampang**

Nilai *t-statistic* sebesar 2,751 ( $> 1,96$ ) dan *P-value* sebesar 0,006 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, peningkatan inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha fesyen di Kabupaten Sampang, seperti pengembangan motif batik baru, kombinasi warna yang lebih menarik, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta penyesuaian desain dengan tren pasar, secara nyata dapat meningkatkan daya saing produk.

Temuan ini sejalan dengan teori *Competitive Advantage Porter* (1990) yang menegaskan bahwa inovasi merupakan sumber utama keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Selain itu, teori *Dynamic Capabilities Teece et al.*, (1997) menjelaskan bahwa kemampuan untuk mendeteksi, memanfaatkan, dan mengonfigurasi peluang

inovasi merupakan faktor penting bagi organisasi agar mampu bertahan di pasar yang dinamis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Irawati *et al.*, (2020) yang menemukan bahwa perilaku inovatif dan kreativitas pengrajin batik memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi elemen penting dalam mempertahankan daya saing di industri batik daerah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Haryanto dan Sugiarto (2021) yang menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM batik di Jawa Tengah. Bentuk inovasi seperti pembaruan desain motif, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta adaptasi terhadap tren pasar terbukti meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa inovasi produk merupakan faktor dominan dalam memperkuat daya saing industri batik dan fesyen lokal di tingkat daerah.

### **Pengaruh Strategi Pengembangan SDM dan Inovasi Produk secara Simultan terhadap Daya Saing Pengrajin Batik di Kabupaten Sampang**

Hasil uji simultan melalui *Summary ANOVA (Regression Analysis)* diperoleh nilai F-hitung sebesar 19,941 dengan *P-value* sebesar 0,000. Karena *P-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Manajemen SDM (X1) dan Inovasi Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing (Y). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dan penerapan inovasi produk secara bersamaan mampu memperkuat daya saing pengrajin batik di Kabupaten Sampang. Artinya, upaya peningkatan kompetensi SDM dan kemampuan berinovasi harus berjalan seiring agar tercipta ekosistem fesyen daerah yang adaptif dan kompetitif.

Temuan ini mendukung pandangan Porter (1990) dalam *The Competitive Advantage of Nations* yang menjelaskan bahwa daya saing suatu daerah ditentukan oleh kemampuan inovasi dan pengembangan sumber daya manusianya. Selain itu, teori Resource-Based View (Barney, 1991) juga menjelaskan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan dapat dicapai melalui kombinasi antara sumber daya yang bernilai (human capital) dan kemampuan inovatif (*innovation capability*).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rahman dan Wahyudi (2022) yang meneliti UMKM batik di Yogyakarta. Mereka menemukan bahwa strategi pengembangan SDM dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif usaha. Penelitian tersebut menegaskan bahwa inovasi produk tidak akan optimal tanpa dukungan SDM yang terampil, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat kesimpulan bahwa penguatan daya saing pengrajin batik di Kabupaten Sampang memerlukan sinergi antara peningkatan kualitas SDM dan kemampuan berinovasi secara berkelanjutan.

### **Variabel yang Dominan Berpengaruh terhadap Daya Saing Pengrajin Batik di Kabupaten Sampang**

Berdasarkan tabel di atas, nilai  $f^2$  untuk Strategi Manajemen SDM (X1) sebesar 1,263 termasuk kategori sangat besar, sedangkan nilai  $f^2$  untuk Inovasi Produk (X2) sebesar 0,398 termasuk kategori besar. Menurut kriteria Cohen (1988) dan Hair *et al.* (2017), nilai  $f^2 > 0,35$  menunjukkan pengaruh besar (*large effect*), dan nilai di atas 1,00 tergolong sangat besar (*very large effect*). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

Strategi Manajemen SDM (X1) merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Daya Saing (Y) pengrajin batik di Kabupaten Sampang.

Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing lebih banyak ditentukan oleh kualitas pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia dibandingkan inovasi produk semata. Pengrajin batik yang mendapatkan pelatihan, pembinaan manajerial, dan sistem penghargaan yang tepat akan memiliki motivasi serta kemampuan yang lebih tinggi untuk berinovasi dan beradaptasi terhadap dinamika pasar.

Hal ini memperkuat teori *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang menekankan bahwa sumber daya manusia yang bernilai dan sulit ditiru merupakan sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan teori *Dynamic Capabilities* (Teece et al., 1997) yang menjelaskan bahwa organisasi yang memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan dan mengonfigurasi sumber daya internalnya secara dinamis akan mampu mempertahankan daya saing di lingkungan bisnis yang berubah cepat.

Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Nugraha dan Yuliana (2020) yang meneliti UMKM fesyen di Jawa Barat. Mereka menemukan bahwa manajemen SDM yang efektif berpengaruh lebih besar terhadap daya saing dibanding inovasi produk, karena SDM yang unggul menjadi sumber ide dan pelaksana utama dalam proses inovasi itu sendiri. Dengan demikian, meskipun kedua variabel memiliki pengaruh besar terhadap daya saing, Strategi Manajemen SDM (X1) terbukti menjadi faktor yang paling dominan. Artinya, pengembangan kualitas SDM merupakan kunci utama dalam memperkuat daya saing ekosistem fesyen daerah, terutama di kalangan pengrajin batik di Kabupaten Sampang.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “Pengaruh Strategi Pengembangan SDM dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing Ekosistem Fesyen Daerah (Studi Kasus Pengrajin Batik di Kabupaten Sampang)”, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan sumber daya manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekosistem fesyen daerah di Kabupaten Sampang. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi, pelatihan, serta sistem penghargaan bagi pengrajin mampu memperkuat daya saing usaha batik lokal. Selain itu, inovasi produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, di mana pembaruan desain, motif, serta teknik produksi memberikan nilai tambah dan memperluas pasar batik Sampang. Secara simultan, strategi pengembangan SDM dan inovasi produk bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing pengrajin batik. Dari hasil analisis yang dilakukan, strategi manajemen SDM muncul sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi daya saing, menandakan bahwa penguatan kapasitas manusia menjadi kunci utama dalam membangun keunggulan kompetitif di sektor fesyen daerah.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan bagi berbagai pihak. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Sampang, disarankan untuk berperan lebih aktif dalam pengembangan SDM pengrajin batik melalui program pelatihan berkelanjutan yang berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, kreativitas desain, dan kemampuan manajerial serta digital. Pemerintah juga perlu memperluas program pendampingan kewirausahaan, menyediakan dukungan

promosi dan akses teknologi modern, serta mendorong kolaborasi antara pengrajin, akademisi, dan desainer muda guna memperkuat ekosistem fesyen lokal yang inovatif dan berdaya saing tinggi. Bagi pengrajin batik, disarankan untuk terus mengasah kemampuan melalui pelatihan, pengembangan kreativitas, dan penerapan manajemen usaha yang efektif. Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial menjadi penting dalam memperluas jangkauan pemasaran, menyesuaikan produk dengan tren konsumen, serta membangun merek yang kuat. Bagi pelaku usaha fesyen dan komunitas kreatif, perlu memperkuat kolaborasi dengan pengrajin lokal untuk menciptakan inovasi produk yang menggabungkan nilai budaya dan estetika modern. Sinergi lintas sektor antara pengrajin, desainer, dan pelaku bisnis diharapkan dapat melahirkan desain batik yang lebih adaptif tanpa kehilangan identitas khas Sampang. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti dukungan pemerintah, pemasaran digital, orientasi kewirausahaan, serta inovasi berkelanjutan agar penelitian mengenai daya saing industri batik daerah dapat dikembangkan secara lebih komprehensif dan relevan dengan tantangan industri kreatif di masa depan.

## 5. Daftar Pustaka

- Albrecht, S. L., Bakker, A. B., Gruman, J. A., Macey, W. H., & Saks, A. M. (2015). Employee engagement, human resource management practices and competitive advantage. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 2(1), 7–35.
- Boon, C., Eckardt, R., Lepak, D. P., & Boselie, P. (2018). Integrating strategic human capital and strategic human resource management. *Academy of Management Annals*, 12(1), 282–322.
- Boon, C., Hartog, D. N. Den, & van Veldhoven, M. (2018). SHRM, HRM and Innovation: A Multi-level Perspective. *Human Resource Management Journal*, 28(2), 1–12. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12194>
- Chikán, A., Czakó, E., & Zoltay Paprika, Z. (2008). National and firm competitiveness: a general research model. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 18(1/2), 20–28.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635–672.
- Irawati, A., Purnomo, H., & Jannah, M. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban*. 1–14.
- Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Irawati, S. A., & Kuswinarno, M. (2023). Strategy for developing Culinary MSMEs Based on Creative Economy in Sampang City. ... *Business (Volume 1, 2023)*, 1, 2098–2115. <https://journal.trunojoyo.ac.id/icembus>
- Khatri, N., & Budhwar, P. S. (2020). Strategic HRM Practices and Organizational Performance: A Review and Future Research Agenda. *Human Resource Management Review*, 30(2), 100–112.
- Naidoo, V. (2010). Firm survival through a crisis: The influence of market orientation, marketing innovation and business strategy. *Industrial Marketing Management*,

- 39(8), 1311–1320.
- Eurostat. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3rd ed.). OECD Publishing.
- Prieto, I. M., & Pérez Santana, M. P. (2012). Building ambidexterity: The role of human resource practices in the performance of firms. *Human Resource Management*, 51(2), 235–264. <https://doi.org/10.1002/hrm.21463>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*. Holt, Rinehart and Winston.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (6th ed.). John Wiley & Sons.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313.