

Pengaruh Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Inovasi Desain Terhadap Daya Saing Industri Batik Melalui Kepuasan Pengguna Di Kabupaten Sampang

The Effect of Human Resource Management and Design Innovation on The Competitiveness of The Batik Industry Through User Satisfaction In Sampang Regency

Deva Ekasani^a, S. Anugrahini Irawati^{b*}

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan ^{a,b}

^adevaekasani1@gmail.com, ^banugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id*

Abstract

This study aims to analyze the influence of human resource management (HR) and design innovation on the competitiveness of the batik industry through user satisfaction in Sampang Regency. The Sampang batik industry has strong cultural potential, but faces challenges in increasing competitiveness in the midst of competition from the creative industry. This study uses a quantitative approach with an explanatory method. Primary data were obtained through questionnaires, interviews, observations, and documentation of 40 respondents selected using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using the Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS 4 software to test the direct and indirect relationships between variables. The independent variables in this study are human resource management and design innovation, the dependent variable is competitiveness, while user satisfaction plays a role as a mediating variable. The results of the study show that human resource management has a positive and significant effect on user satisfaction and competitiveness of the batik industry, and has a significant indirect influence on competitiveness through user satisfaction. Design innovation has a positive and significant effect on competitiveness, but it does not have a significant effect on user satisfaction, so there is no mediating effect on the relationship. These findings indicate that the increase in the competitiveness of the Sampang batik industry is more influenced by the quality of human resource management than design innovations that are not fully responsive to user preferences. Therefore, the development strategy of the batik industry in Sampang Regency needs to be focused on improving human resource competencies, market-based training, and design innovations that are oriented towards user satisfaction to strengthen competitiveness in a sustainable manner.

Keywords: Human Resource Management, Design Innovation, User Satisfaction, Competitiveness.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan inovasi desain terhadap daya saing industri batik melalui kepuasan pengguna di Kabupaten Sampang. Industri batik Sampang memiliki potensi budaya yang kuat, namun menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data primer diperoleh melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 40 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengelolaan SDM dan inovasi desain, variabel dependen adalah daya saing, sedangkan kepuasan pengguna berperan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dan daya saing industri batik, serta memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap daya saing melalui kepuasan pengguna. Inovasi desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga tidak terdapat efek mediasi pada hubungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan daya saing industri batik Sampang lebih dipengaruhi

oleh kualitas pengelolaan SDM dibandingkan inovasi desain yang belum sepenuhnya responsif terhadap preferensi pengguna. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri batik di Kabupaten Sampang perlu difokuskan pada peningkatan kompetensi SDM, pelatihan berbasis pasar, dan inovasi desain yang berorientasi pada kepuasan pengguna untuk memperkuat daya saing secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pengelolaan SDM, Inovasi Desain, Kepuasan Pengguna, Daya Saing.

1. Pendahuluan

Perkembangan industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peranan yang semakin penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Laksmi & Arjawa, 2023). Salah satu subsektor yang memiliki kontribusi signifikan adalah industri batik. Menurut (Evita et al., 2022) Batik tidak hanya dipandang sebagai produk sandang, melainkan juga sebagai identitas bangsa Indonesia yang telah diakui dunia melalui penetapan batik sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO pada tahun 2009. Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang sangat kaya dan diakui dunia sebagai karya seni tekstil yang luar biasa (T. Rahayu, 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, batik mengalami banyak transformasi dalam teknik dan gaya, salah satunya adalah teknik Shibori (Yaningsih et al., 2024). Sebagai warisan budaya sekaligus komoditas ekonomi, batik terus berkembang dan bersaing di pasar domestik maupun global. Menurut (Pangestu & Nuvriasari, n.d.) Persaingan tersebut menuntut adanya peningkatan kualitas produk, inovasi desain, serta manajemen yang profesional agar batik Indonesia mampu bertahan dan semakin dikenal luas. Tidak hanya di daerah sentra batik besar seperti Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta, tetapi juga di daerah lain yang memiliki potensi khas, termasuk Kabupaten Sampang di Pulau Madura. Berdasarkan data publikasi statistik ekonomi kreatif oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020 dalam Mayvani et al., (2024), Madura menduduki urutan ke 10 terbesar yang menyumbang 2,10% dari keseluruhan jumlah pelaku ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur. Dari persentase tersebut didapatkan sebanyak 14,7% atau sebanyak 700 unit total jumlah pelaku ekonomi kreatif Madura ada pada subsektor industri fesyen berupa batik. Subsektor industri batik di Madura tersebut tersebar di Kabupaten Bangkalan sebanyak 220 unit, Kabupaten Sampang sebanyak 60 unit, Kabupaten Pamekasan sebanyak 270 unit dan Kabupaten Sumenep sebanyak 150 unit. Fakta tersebut menunjukkan bahwa industri batik di Kabupaten Sampang masih tertinggal dalam hal daya saing. Salah satu faktor penting yang memengaruhi keberlangsungan industri batik adalah aspek pengelolaan sumber daya manusia (SDM), dalam industri kreatif seperti batik, SDM tidak hanya diposisikan sebagai tenaga kerja, tetapi juga sebagai aset utama yang menentukan kualitas, kreativitas, dan produktivitas (Najwa et al., 2024).

Tanpa adanya pengelolaan SDM yang baik, kemampuan industri batik untuk beradaptasi dengan perubahan pasar akan terhambat. Menurut (Irawati & Lestari, 2017). Di Kabupaten Sampang, sebagian besar pengrajin batik masih bekerja secara tradisional dengan keterampilan yang diwariskan turun-temurun. Walaupun hal tersebut memperkuat nilai budaya, pola kerja tradisional seringkali membuat inovasi dan produktivitas menjadi terbatas.

Keterbatasan dalam pelatihan, manajemen kerja, serta minimnya pengembangan kapasitas SDM menyebabkan kualitas dan kuantitas produksi batik Sampang belum mampu bersaing dengan daerah lain. Menurut (Khaeruman &

Tabroni, 2024) Pengelolaan SDM yang efektif mencakup aspek rekrutmen, pelatihan, motivasi, dan pengembangan karier. Dalam konteks batik, hal ini berarti bahwa pengrajin perlu dibekali dengan keterampilan baru, misalnya dalam teknik pewarnaan ramah lingkungan, pemanfaatan teknologi digital untuk desain, maupun strategi pemasaran online.

Selain menjadi hasil dari pengelolaan SDM yang efektif, inovasi desain berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi industri batik. Dalam perkembangannya, batik tidak hanya menjadi identitas budaya tetapi juga masuk dalam sektor industri kreatif, khususnya industri fashion dan produk batik mengalami inovasi baik dari segi motif, warna, maupun bahan agar tetap relevan dengan tren mode saat ini (Prameswari & Meliana, 2025). Namun, meskipun memiliki nilai historis yang kuat, industri batik menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam mempertahankan daya saingnya di pasar global.

Dampak langsung dari inovasi desain dapat dilihat melalui kepuasan pengguna. (Effendi & Edison, 2022) Konsumen yang merasa produk batik sesuai dengan kebutuhan estetika dan gaya hidupnya akan lebih puas, sehingga meningkatkan loyalitas terhadap produk tersebut maka dari itu kepuasan pengguna inilah yang menjadi penghubung antara inovasi desain dengan peningkatan daya saing industri batik. Ketika konsumen merasa puas, mereka tidak hanya membeli ulang tetapi juga menjadi agen promosi tidak langsung melalui rekomendasi kepada orang lain, yang pada akhirnya memperluas pasar dan meningkatkan posisi kompetitif industri batik di tingkat lokal maupun nasional (Martanti et al., 2024).

Hal ini sangat relevan bagi Kabupaten Sampang, yang memiliki potensi batik dengan motif khas Madura karena apabila inovasi desain dilakukan dengan memperhatikan karakteristik budaya lokal, namun tetap adaptif terhadap tren pasar, maka kepuasan pengguna akan semakin meningkat. Hal ini akan mendorong daya saing batik Sampang, membuatnya tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan ketat, tetapi juga berpeluang memperluas pangsa pasar hingga ke luar daerah.

Maka dari itu adanya penelitian ini yang menempatkan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengelolaan SDM, inovasi desain, dan daya saing masih terbatas, khususnya pada konteks industri batik di daerah dengan karakteristik unik seperti Kabupaten Sampang. Padahal, kepuasan pengguna memiliki peran penting sebagai indikator keberhasilan inovasi dan manajemen SDM, serta dapat menjadi jembatan yang menjelaskan bagaimana kedua variabel tersebut memengaruhi daya saing secara tidak langsung.

Dengan demikian, hubungan antara inovasi desain, kepuasan pengguna, dan daya saing industri batik menjadi penting untuk diteliti, karena akan memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana kreativitas dan inovasi mampu mendorong kepuasan pelanggan, yang kemudian menjadi pendorong keberlanjutan dan keunggulan kompetitif industri batik di Kabupaten Sampang.

Di tengah derasnya persaingan dengan produk tekstil modern dan batik dari daerah lain, industri batik lokal dituntut untuk mampu bertransformasi agar tetap bertahan. Pengelolaan SDM yang optimal dan inovasi desain yang berkelanjutan merupakan kunci penting untuk menciptakan produk yang kompetitif dan mampu memuaskan pengguna.

Selain itu, kepuasan pengguna perlu diperhatikan sebagai indikator keberhasilan inovasi dan manajemen SDM, karena konsumen yang puas akan meningkatkan loyalitas serta memberikan dampak positif pada daya saing industri.

Oleh karena itu, penelitian ini mendesak dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara pengelolaan SDM, inovasi desain, kepuasan pengguna, dan daya saing, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengambil keputusan, pemerintah daerah, maupun pelaku usaha batik dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada pengaruh pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan inovasi desain terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang, dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi. Fokus ini dipilih karena daya saing industri batik tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan tenaga kerja, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan SDM yang mendorong kreativitas, serta kemampuan industri untuk berinovasi dalam desain sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan selera pengguna. Kepuasan pengguna dipandang sebagai penghubung penting antara variabel-variabel tersebut, karena keberhasilan inovasi dan manajemen SDM pada akhirnya harus tercermin dari kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

2. Metode

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel melalui analisis dan pengujian hipotesis. Objek penelitian difokuskan pada industri batik di Kabupaten Sampang, Madura, Jawa Timur, dengan variabel independen yaitu pengelolaan sumber daya manusia (X1) dan inovasi desain (X2), variabel dependen yaitu daya saing (Y), serta kepuasan pengguna (Z) sebagai variabel mediasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi, dengan data primer dan sekunder sebagai sumber utama. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan berdasarkan pedoman Roscoe, jumlah sampel minimal yang digunakan adalah 40 responden. Pengukuran data dilakukan menggunakan skala Likert lima poin untuk menilai persepsi dan sikap responden terhadap variabel penelitian (Hair et al., 2014; Sugiyono, 2017).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS 4*. Analisis dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan kausal antar konstruk. Validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit diuji guna memastikan konsistensi instrumen. Sementara itu, kekuatan model dinilai melalui nilai *R-square*, *f-square*, dan koefisien jalur (*path coefficient*), serta pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai T-statistik dan T-tabel pada tingkat signifikansi 5%. Pendekatan PLS dipilih karena bersifat robust, tidak menuntut asumsi distribusi normal, serta mampu menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel, termasuk peran mediasi kepuasan pengguna terhadap daya saing industri batik (Ghozali & Latan, 2020).

3. Hasil Dan Pembahasan

a. *R-Square*

Tabel 1. Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0,880	0,863
Z	0,549	0,525

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

Berdasarkan Tabel 1 di atas, nilai *R-square* untuk variabel Daya Saing (Y) sebesar 0,880 menunjukkan bahwa 88,0% variasi pada Daya Saing dapat dijelaskan oleh variabel Pengelolaan SDM (X1), Inovasi Desain (X2), serta Kepuasan Pengguna (Z) sebagai variabel mediasi. Sisanya sebesar 12,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti dukungan kebijakan pemerintah, akses permodalan, kondisi pasar, maupun strategi pemasaran yang tidak dimasukkan dalam model.

Nilai *R-square* adjusted sebesar 0,863 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel bebas dan ukuran sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variabel Daya Saing tetap kuat dan stabil. Artinya, penambahan atau pengurangan sedikit pada variabel dalam model tidak akan banyak mempengaruhi kekuatan penjelasan model tersebut.

Dan nilai *R-square* untuk variabel Kepuasan Pengguna (Z) sebesar 0,549 mengindikasikan bahwa 54,9% variasi pada Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh variabel Pengelolaan SDM (X1) dan Inovasi Desain (X2). Sementara itu, sisanya sebesar 45,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model, seperti kualitas pelayanan, citra merek, harga produk, maupun faktor pengalaman konsumen. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Chin (1998) serta Ghazali dan Latan (2015), nilai *R-square* sebesar 0,67 ke atas menunjukkan model yang kuat (*substantial model*), nilai antara 0,33–0,67 termasuk model moderat (*moderate model*), dan nilai di bawah 0,33 termasuk model lemah (*weak model*). Dengan demikian, nilai *R-square* variabel Daya Saing (0,880) dapat dikategorikan kuat, sedangkan nilai *R-square* variabel Kepuasan Pengguna (0,549) termasuk dalam kategori moderat.

Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara Pengelolaan SDM dan Inovasi Desain, baik secara langsung maupun melalui Kepuasan Pengguna, memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan Daya Saing industri batik di Kabupaten Sampang. Dengan kata lain, semakin baik pengelolaan SDM dan semakin tinggi tingkat inovasi desain yang diterapkan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan pengguna dan daya saing yang dimiliki oleh pelaku industri batik.

c. *Path Coefficients/Uji Hipotesis*

Tabel 2. *Path Coefficients/Uji Hipotesis*

	T statistics ($ O/STDEV $)	P values	Conlusion
X1 -> Y	6,097	0,000	Diterima
X1 -> Z	11,500	0,000	Diterima
X2 -> Y	4,902	0,000	Diterima
X2 -> Z	0,143	0,886	Tidak Diterima
Z -> Y	4,026	0,000	Diterima

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

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 2 diperoleh bahwa sebagian besar hubungan antar variabel dalam model penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan, ditunjukkan oleh nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-value* < 0,05, sedangkan satu hubungan tidak signifikan.

Pengelolaan SDM (X1) → Daya Saing (Y) Hasil uji menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 6,097 dengan *P-value* 0,000, sehingga hipotesis diterima. Hal ini berarti bahwa pengelolaan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Semakin baik pengelolaan SDM, seperti dalam hal pelatihan, penilaian kinerja, kompensasi, dan kedisiplinan, maka semakin tinggi pula kemampuan industri batik untuk bersaing. Hasil ini memperkuat teori *Human Capital Theory* (Becker, 1964) yang menyatakan bahwa investasi pada sumber daya manusia dapat meningkatkan produktivitas dan keunggulan kompetitif organisasi.

Pengelolaan SDM (X1) → Kepuasan Pengguna (Z) Nilai *T-statistics* sebesar 11,500 dan *P-value* 0,000 menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan. Artinya, pengelolaan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja yang dikelola dengan baik akan menghasilkan produk batik berkualitas tinggi dan layanan yang memuaskan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwanto et al. (2020) yang menegaskan bahwa praktik manajemen SDM yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan mutu produk dan pelayanan.

Inovasi Desain (X2) → Daya Saing (Y) Hasil pengujian menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 4,902 dengan *P-value* 0,000, sehingga hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa inovasi desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Inovasi desain yang mencakup kreativitas motif, relevansi dengan tren pasar, serta pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat posisi kompetitif industri batik. Hasil ini konsisten dengan temuan Hertenstein et al. (2013) dan Chai et al. (2020) yang menyatakan bahwa inovasi desain menjadi faktor kunci peningkatan daya saing dalam industri kreatif.

Inovasi Desain (X2) → Kepuasan Pengguna (Z) Nilai *T-statistics* sebesar 0,143 dengan *P-value* 0,886 menunjukkan bahwa hubungan ini tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak. Artinya, inovasi desain tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna batik di Kabupaten Sampang. Hal ini dapat terjadi karena inovasi desain yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi atau kebutuhan pengguna, atau pengguna lebih menilai kepuasan dari aspek lain seperti kualitas bahan, harga, dan pelayanan. Dengan demikian, inovasi desain perlu diarahkan agar lebih responsif terhadap keinginan konsumen agar dapat berdampak langsung pada kepuasan mereka.

Kepuasan Pengguna (Z) → Daya Saing (Y) Hasil menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 4,026 dan *P-value* 0,000, yang berarti hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri batik. Semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap produk batik, maka semakin besar kemungkinan mereka melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing industri. Temuan ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2016) bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam menciptakan loyalitas dan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Dengan demikian hasil uji path coefficients menunjukkan bahwa Pengelolaan SDM dan Kepuasan Pengguna merupakan faktor yang paling dominan dalam

meningkatkan Daya Saing industri batik di Kabupaten Sampang, sedangkan Inovasi Desain berpengaruh langsung terhadap Daya Saing tetapi tidak secara signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini menegaskan pentingnya peningkatan kompetensi SDM dan orientasi kepuasan pelanggan sebagai strategi utama dalam memperkuat posisi daya saing industri batik lokal.

d. Indirect effect (Tidak langsung)

Tabel 3. Indirect effect (Tidak langsung)

	T statistics (O/STDEV)	P values	Conclusion
X1 -> Z -> Y	3,716	0,000	Diterima
X2 -> Z -> Y	0,140	0,889	Tidak Diterima

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

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3, dapat diketahui bahwa terdapat satu jalur mediasi yang signifikan dan satu jalur yang tidak signifikan. Nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-value* < 0,05 menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan, sedangkan nilai di bawah kriteria tersebut menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan.

Pengelolaan SDM (X1) → Kepuasan Pengguna (Z) → Daya Saing (Y) Hasil uji menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 3,716 dengan *P-value* 0,000, sehingga hubungan ini signifikan. Artinya, Kepuasan Pengguna memediasi secara signifikan pengaruh Pengelolaan SDM terhadap Daya Saing. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan SDM yang baik meliputi pelatihan, motivasi, penilaian kinerja, serta pengawasan kerja tidak hanya berdampak langsung terhadap peningkatan daya saing, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna. Dengan kata lain, karyawan yang dikelola dengan baik akan menghasilkan produk dan layanan yang berkualitas, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pengguna dan berkontribusi terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Temuan ini mendukung teori Service-Profit Chain (Heskett et al., 1994), yang menyatakan bahwa kepuasan karyawan dan manajemen SDM yang efektif akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian berdampak pada peningkatan kinerja organisasi.

Inovasi Desain (X2) → Kepuasan Pengguna (Z) → Daya Saing (Y) Hasil menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 0,140 dengan *P-value* 0,889, sehingga hubungan ini tidak signifikan. Artinya, Kepuasan Pengguna tidak memediasi pengaruh Inovasi Desain terhadap Daya Saing. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi desain belum mampu secara langsung meningkatkan kepuasan pengguna, mungkin karena hasil inovasi yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi konsumen atau belum memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

Dengan demikian, meskipun inovasi desain berpengaruh langsung terhadap daya saing, pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna tidak cukup kuat untuk membentuk jalur mediasi yang signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan pengguna tidak semata ditentukan oleh aspek desain, tetapi juga oleh kualitas produk, pelayanan, dan nilai fungsional yang ditawarkan kepada konsumen. Secara keseluruhan, hasil pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna hanya memediasi hubungan antara Pengelolaan SDM terhadap Daya Saing, tetapi tidak memediasi hubungan antara Inovasi Desain terhadap Daya Saing. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks industri batik di Kabupaten

Sampang, faktor pengelolaan SDM memiliki pengaruh yang lebih komprehensif karena tidak hanya meningkatkan daya saing secara langsung, tetapi juga memperkuatnya melalui peningkatan kepuasan pengguna.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Inovasi Desain terhadap Daya Saing Industri Batik melalui Kepuasan Pengguna di Kabupaten Sampang. Berikut adalah pembahasan yang akan diuraikan oleh peneliti sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat:

a. Pengaruh Pengelolaan SDM terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 6,097 dengan *P-value* sebesar 0,000 untuk hubungan antara Pengelolaan Sumber Daya Manusia (X1) terhadap Daya Saing (Y). Karena nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-value* < 0,05, maka hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya, pengelolaan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing industri batik di Kabupaten Sampang.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik praktik manajemen sumber daya manusia meliputi pelatihan, kompensasi, penilaian kinerja, serta motivasi kerja semakin tinggi pula kemampuan industri batik dalam menciptakan produk berkualitas dan bersaing di pasar. Pengelolaan SDM yang efektif menjadi faktor utama dalam mendukung efisiensi kerja, inovasi, serta peningkatan nilai tambah produk lokal.

Keterkaitan hasil penelitian ini dengan *Human Capital Theory* Becker (1964) menunjukkan bahwa sumber daya manusia bukan hanya faktor produksi, melainkan juga aset strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Investasi dalam peningkatan kompetensi, keterampilan, dan pengalaman tenaga kerja akan berdampak langsung pada produktivitas dan inovasi yang memperkuat daya saing usaha (Boon et al. 2018). Dalam konteks industri batik Sampang, penerapan teori ini tampak pada bagaimana peningkatan kapasitas pengrajin melalui pelatihan desain, manajemen produksi, dan pemasaran digital mampu menghasilkan produk yang lebih bernilai dan diminati pasar. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa daya saing industri kreatif tidak hanya bergantung pada sumber daya material, tetapi juga pada kualitas modal manusia yang dimiliki.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil riset Hermawati (2020) yang menegaskan bahwa kemampuan sumber daya manusia berperan penting dalam memperkuat daya saing UMKM melalui orientasi pembelajaran dan inovasi. Begitu pula dengan penelitian Hardani et al. (2020) yang menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi SDM pada UMKM batik secara signifikan mendorong kreativitas dan inovasi produk yang berujung pada peningkatan daya saing. Selain itu, Arifin, (2021) juga menemukan bahwa pengelolaan SDM yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dapat memperkuat posisi kompetitif UMKM fesyen lokal.

Keselarasan hasil ini memperkuat kesimpulan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang baik merupakan faktor fundamental dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, khususnya pada industri batik di Kabupaten Sampang.

b. Pengaruh Inovasi Desain terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 4.14, diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 4,902 dan *P-value* sebesar 0,000 untuk hubungan antara Inovasi Desain (X2)

terhadap Daya Saing (Y). Karena nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-value* < 0,05, maka hipotesis kedua (H2) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan perajin batik dalam menghasilkan desain yang kreatif, unik, dan relevan dengan kebutuhan pasar, maka semakin kuat pula daya saing produk batik yang dihasilkan. Inovasi dalam bentuk pengembangan motif, kombinasi warna, dan pemanfaatan teknologi desain terbukti mampu meningkatkan nilai estetika sekaligus daya tarik konsumen terhadap batik Sampang.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui *Human Capital Theory* Becker (1964) yang menekankan bahwa kemampuan untuk berinovasi merupakan hasil dari akumulasi pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dimiliki oleh individu dalam organisasi. Dalam konteks industri batik, kemampuan desain yang kreatif tidak muncul secara instan, melainkan melalui investasi berkelanjutan dalam pengembangan modal manusia, seperti pelatihan desain digital, pemahaman tren pasar, serta pembelajaran tentang simbolisme budaya lokal. Semakin tinggi kualitas human capital pengrajin batik, semakin besar pula kemampuan mereka untuk menghasilkan inovasi desain yang bernilai tinggi dan memiliki diferensiasi kuat di pasar. Dengan demikian, inovasi desain bukan hanya hasil kreativitas semata, tetapi merupakan cerminan kualitas sumber daya manusia yang unggul, yang berperan langsung dalam membangun daya saing industri kreatif di Sampang.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Hertenstein et al. (2013) yang menyatakan bahwa desain produk yang inovatif mampu meningkatkan citra dan keunggulan kompetitif perusahaan melalui persepsi nilai yang tinggi di mata konsumen. Hasil ini juga sejalan dengan Chai et al. (2020) yang menemukan bahwa inovasi desain pada industri tekstil dan fesyen secara signifikan memperkuat daya saing produk melalui diferensiasi estetika dan fungsi. Selain itu, penelitian Sujadi & Rudianto (2024) membuktikan bahwa UMKM batik dengan desain inovatif memiliki peluang pasar yang lebih luas dan daya saing yang lebih kuat dibandingkan produk batik tradisional. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Nuryakin (2018) yang menunjukkan bahwa inovasi produk dan orientasi pasar menjadi kunci keunggulan bersaing UMKM batik di Jawa Tengah.

Dengan demikian, inovasi desain terbukti menjadi salah satu bentuk aktualisasi human capital yang paling nyata dalam industri kreatif di mana kreativitas, pengalaman, dan kemampuan teknis para pengrajin batik Sampang berperan penting dalam menciptakan nilai tambah dan memperkuat daya saing lokal maupun nasional.

c. Pengaruh Pengelolaan SDM terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 11.500 dengan *P-value* sebesar 0,000 untuk hubungan antara Pengelolaan SDM (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Z). Karena nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna batik di Kabupaten Sampang. Artinya, semakin baik pengelolaan SDM melalui proses rekrutmen, pelatihan, pemberian kompensasi yang layak, serta sistem penilaian kinerja yang transparan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk batik. Pengrajin batik yang kompeten dan termotivasi mampu menghasilkan

produk dengan kualitas lebih baik, pelayanan yang lebih ramah, serta desain yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Hasil ini sejalan dengan *Human Capital Theory* Becker (1964) yang menekankan bahwa peningkatan kompetensi, pengalaman, dan keterampilan SDM merupakan bentuk investasi yang berpengaruh langsung terhadap kualitas output organisasi. Dalam konteks industri batik, kualitas produk yang dihasilkan sangat bergantung pada keterampilan tenaga kerja yang dikelola dengan baik. Pengrajin batik yang memperoleh pelatihan berkelanjutan dan diberi penghargaan atas kinerjanya akan bekerja dengan motivasi tinggi, menghasilkan karya yang berkualitas, dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Dengan demikian, pengelolaan SDM yang efektif tidak hanya meningkatkan kinerja internal organisasi, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh konsumen melalui peningkatan kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna merupakan hasil nyata dari investasi pada modal manusia.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Najam et al., 2020) yang membuktikan bahwa praktik manajemen sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana kepuasan kerja karyawan menjadi faktor perantara yang menghubungkan *HR practices* dengan *customer satisfaction*. Penelitian ini menegaskan bahwa organisasi yang berfokus pada pengembangan SDM cenderung menghasilkan layanan dan produk yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Selanjutnya, Arifin, (2021) menemukan bahwa pengelolaan SDM berorientasi pelanggan mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengguna pada UMKM fesyen di Jawa Timur. Selain itu, Rahayu (2022a) menyatakan bahwa pelatihan berkelanjutan bagi pengrajin batik berdampak langsung pada peningkatan kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Temuan serupa juga diperkuat oleh Boon et al. (2018) yang menjelaskan bahwa praktik HR strategis yang berorientasi pada pengembangan keterampilan karyawan mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.

Dengan demikian dapat disimpulkan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan SDM yang efektif merupakan fondasi utama dalam menciptakan kepuasan pengguna, karena SDM yang kompeten dan terlatih menjadi penggerak utama dalam menjaga kualitas produk batik Sampang, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat reputasi dan keberlanjutan industri batik di daerah tersebut.

d. Pengaruh Inovasi Desain terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 0,143 dan *P-value* sebesar 0,886 untuk hubungan antara Inovasi Desain (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Z). Karena nilai *T-statistics* < 1,96 dan *P-value* > 0,05, maka hipotesis keempat (H4) ditolak. Artinya, inovasi desain tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna batik di Kabupaten Sampang.

Hal ini menunjukkan bahwa upaya pembaruan desain, variasi motif, maupun eksplorasi warna yang dilakukan pengrajin batik belum mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Pengguna batik cenderung menilai kepuasan dari aspek lain seperti kualitas bahan, harga yang terjangkau, serta ketepatan waktu layanan dibandingkan dengan elemen desain semata.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui perspektif *Human Capital Theory* Becker (1964) yang menegaskan bahwa inovasi dan kreativitas merupakan hasil dari investasi dalam pengembangan sumber daya manusia. Namun, inovasi desain baru

akan berdampak positif jika SDM memiliki kemampuan memahami pasar dan menyesuaikan kreativitasnya dengan kebutuhan konsumen. Dalam konteks industri batik Sampang, pengrajin memang memiliki kemampuan artistik, tetapi belum sepenuhnya mengarah pada market-driven innovation yang sesuai dengan selera dan ekspektasi pengguna. Hal ini mencerminkan bahwa investasi dalam human capital yang berorientasi pada riset pasar dan perilaku konsumen masih terbatas, sehingga inovasi desain yang dihasilkan belum mampu menciptakan nilai emosional dan fungsional bagi pelanggan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Hertenstein et al. (2013) yang menyatakan bahwa desain produk inovatif mampu meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan melalui peningkatan citra dan diferensiasi produk. Begitu pula dengan Chai et al. (2020) yang menemukan bahwa inovasi desain di sektor fesyen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memberikan pengalaman emosional dan estetika. Namun, temuan ini sejalan dengan penelitian Rahayu (2022a) yang menyebutkan bahwa inovasi desain tidak selalu berdampak pada kepuasan konsumen apabila aspek fungsional dan kualitas produk belum terpenuhi. Demikian pula dengan penelitian Erniati et al. (2022) yang menjelaskan bahwa inovasi tanpa pemahaman mendalam terhadap kebutuhan konsumen seringkali tidak meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa inovasi desain yang dilakukan pengrajin batik Sampang masih bersifat internal dan belum berorientasi pada kepuasan pengguna. Artinya, kreativitas dalam desain belum dikembangkan berdasarkan preferensi dan perilaku konsumen, melainkan lebih pada estetika subjektif perajin. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan human capital berbasis konsumen, misalnya melalui pelatihan riset tren pasar, desain adaptif, serta pemanfaatan teknologi digital dalam memahami preferensi pelanggan. Dengan penguatan tersebut, inovasi desain di masa depan diharapkan mampu berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan kepuasan pengguna sekaligus daya saing industri batik Sampang.

e. Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang disajikan pada Tabel 4.14, diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 4.026 dengan *P-value* sebesar 0,000 untuk hubungan antara Kepuasan Pengguna (Z) terhadap Daya Saing (Y). Karena nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-value* < 0,05, maka hipotesis kelima (H5) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap produk batik yang dihasilkan, semakin kuat pula posisi kompetitif industri batik tersebut di pasar. Konsumen yang puas tidak hanya cenderung melakukan pembelian ulang, tetapi juga berperan sebagai promotor melalui rekomendasi kepada orang lain, yang pada akhirnya memperluas pangsa pasar dan memperkuat daya saing produk batik Sampang baik di tingkat lokal maupun nasional.

Keterkaitan hasil ini dapat dijelaskan melalui *Human Capital Theory* Becker (1964) yang menegaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan hasil akhir dari kualitas sumber daya manusia yang dikelola secara efektif. SDM yang kompeten, kreatif, dan berorientasi pada pelanggan akan menghasilkan produk dan layanan dengan nilai tambah tinggi, yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen.

Dalam konteks industri batik, pengrajin yang memiliki keterampilan teknis, pemahaman estetika, dan pengetahuan tentang preferensi konsumen mampu menciptakan produk yang memenuhi harapan pengguna. Dengan demikian, kepuasan pengguna merupakan indikator keberhasilan investasi dalam human capital, karena menggambarkan sejauh mana kemampuan, pengetahuan, dan motivasi SDM diterjemahkan menjadi nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Industri batik dengan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi akan memiliki daya saing yang berkelanjutan karena mampu mempertahankan loyalitas pasar dan diferensiasi produk.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Anderson & Mittal (2000) yang menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing organisasi di pasar. Selanjutnya, Zeithaml et al. (2000) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi menghasilkan loyalitas jangka panjang serta meningkatkan keunggulan kompetitif melalui word-of-mouth positif dan pengurangan biaya promosi. Hasil serupa ditemukan oleh Kotler & Keller (2016) yang menjelaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor kunci dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan, karena pelanggan yang puas akan menciptakan hubungan jangka panjang dengan merek dan produk. Secara nasional, hasil penelitian ini diperkuat oleh Sari (2022) yang membuktikan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM kerajinan di Jawa Timur. Demikian pula, Wibowo (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna pada UMKM batik berperan penting dalam memperkuat daya saing melalui peningkatan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk lokal. Selain itu, penelitian Jahrami & Buheji (2013) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing organisasi di berbagai sektor melalui inovasi layanan dan peningkatan pengalaman pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna bukan hanya variabel hasil (outcome), tetapi juga faktor strategis yang memperkuat daya saing industri batik Sampang. Industri batik yang mampu mempertahankan kepuasan pengguna secara konsisten akan memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat, reputasi yang lebih baik, dan keberlanjutan usaha yang lebih stabil di tengah persaingan industri kreatif yang semakin ketat. Kepuasan pengguna yang tinggi mencerminkan keberhasilan pengelolaan SDM dan inovasi desain yang efektif, yang pada akhirnya menjadi dasar utama bagi keunggulan bersaing jangka panjang.

f. Pengaruh Kepuasan Pengguna memediasi Pengaruh Pengelolaan SDM terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 3.716 dengan *P-value* sebesar 0,000 untuk hubungan tidak langsung antara Pengelolaan SDM (X1) terhadap Daya Saing (Y) melalui Kepuasan Pengguna (Z). Karena nilai *T-statistics* > 1,96 dan *P-value* < 0,05, maka hipotesis keenam (H6) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memediasi secara signifikan pengaruh pengelolaan sumber daya manusia terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Artinya, praktik pengelolaan SDM yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna, dan pada gilirannya kepuasan pengguna tersebut akan memperkuat daya saing industri batik. Dengan kata lain, dampak pengelolaan SDM terhadap daya saing tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga terjadi secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna.

Temuan ini dapat dijelaskan berdasarkan *Human Capital Theory* Becker (1964) yang menyatakan bahwa investasi pada manusia melalui pendidikan, pelatihan, dan pemberdayaan akan meningkatkan kompetensi individu yang pada akhirnya menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Dalam konteks industri batik, pengelolaan SDM yang efektif meliputi rekrutmen selektif, pelatihan membatik modern, peningkatan keterampilan desain, dan pemberian kompensasi yang adil akan menghasilkan pengrajin yang lebih profesional, produktif, dan kreatif. SDM yang kompeten tersebut mampu menciptakan produk batik berkualitas tinggi yang memuaskan pengguna, sehingga meningkatkan reputasi dan daya saing industri batik Sampang. Dengan demikian, kepuasan pengguna bertindak sebagai jembatan (mediator) yang menjelaskan bagaimana praktik pengelolaan SDM dapat bertransformasi menjadi kekuatan kompetitif industri.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Najam et al. (2020) yang menemukan bahwa praktik manajemen SDM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut memediasi penuh hubungan antara praktik HR dengan kinerja organisasi. Artinya, organisasi yang mampu mengelola SDM secara efektif akan memperoleh keunggulan kompetitif melalui peningkatan kepuasan stakeholder. Prieto & Pérez Santana (2012) membuktikan bahwa praktik HR strategis berpengaruh signifikan terhadap daya saing organisasi melalui peran mediasi kepuasan pelanggan dan kinerja inovatif. Penelitian nasional juga menunjukkan hasil yang konsisten. Rahayu (2022a) menemukan bahwa kepuasan konsumen memediasi hubungan antara pelatihan SDM dan daya saing UMKM batik di Jawa Timur. Selain itu, Arifin (2021) menegaskan bahwa strategi SDM yang berorientasi pelanggan meningkatkan kepuasan konsumen, yang selanjutnya memperkuat posisi bersaing UMKM fesyen lokal. Penelitian Purwanto et al. (2024) juga menunjukkan bahwa praktik manajemen SDM yang sistematis berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan berimplikasi langsung pada keunggulan kompetitif perusahaan.

Hasil ini memperkuat pemahaman bahwa pengelolaan SDM bukan hanya faktor internal, tetapi juga instrumen strategis yang berorientasi eksternal, di mana keberhasilan manajemen tenaga kerja diukur dari dampak nyata terhadap persepsi dan kepuasan konsumen. Dengan kata lain, SDM yang berkualitas menghasilkan nilai yang dirasakan langsung oleh pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara pengelolaan SDM dan daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Pengelolaan SDM yang baik tidak hanya meningkatkan kinerja internal pengrajin, tetapi juga membentuk pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam human capital secara tidak langsung memperkuat daya saing melalui penciptaan kepuasan pengguna yang tinggi, sehingga menjadikan industri batik Sampang lebih tangguh dan berkelanjutan di tengah persaingan pasar.

g. Pengaruh Kepuasan Pengguna memediasi Pengaruh Inovasi Desain terhadap Daya Saing

Berdasarkan hasil uji efek tidak langsung pada Tabel 4.15, diperoleh nilai *T-statistics* sebesar 0,140 dan *P-value* sebesar 0,889 untuk hubungan Inovasi Desain (X2) terhadap Daya Saing (Y) melalui Kepuasan Pengguna (Z). Karena nilai *T-statistics* < 1,96 dan *P-value* > 0,05, maka hipotesis ketujuh (H7) ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak memediasi secara signifikan hubungan antara inovasi desain dan daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Dengan kata lain, inovasi desain yang dilakukan pengrajin batik tidak secara langsung meningkatkan kepuasan pengguna, sehingga tidak memberikan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap peningkatan daya saing produk batik. Temuan ini menggambarkan bahwa inovasi desain yang dihasilkan oleh pengrajin batik Sampang belum mampu menciptakan nilai tambah yang diakui oleh konsumen. Dalam konteks ini, konsumen belum merasakan dampak inovasi desain terhadap kepuasan mereka, sehingga efek berantai menuju peningkatan daya saing juga tidak terjadi. Konsumen batik di Sampang kemungkinan lebih menilai daya saing produk berdasarkan aspek fungsional seperti kualitas bahan, ketahanan warna, harga, dan pelayanan, bukan dari keunikan atau kebaruan desain yang ditawarkan.

Dari perspektif *Human Capital Theory* Becker (1964) hasil ini menunjukkan bahwa inovasi desain tidak akan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan atau daya saing apabila kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang mendukung inovasi tersebut belum berkembang secara optimal. Human capital yang kuat mencakup keterampilan memahami kebutuhan pasar, mengolah kreativitas menjadi nilai ekonomi, serta menerapkan desain yang sesuai selera konsumen. Ketika investasi dalam peningkatan kemampuan SDM belum diarahkan untuk memahami perilaku konsumen, maka inovasi desain menjadi kurang relevan di mata pengguna dan gagal membentuk kepuasan. Dengan demikian, teori ini menjelaskan bahwa inovasi berbasis human capital harus berorientasi pasar (*market-driven innovation*) agar mampu berkontribusi terhadap kepuasan dan daya saing secara nyata.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Chai et al. (2020) yang menyatakan bahwa inovasi desain berpengaruh signifikan terhadap daya saing melalui kepuasan pengguna, karena desain yang menarik dan sesuai selera pasar meningkatkan loyalitas pelanggan. Begitu pula dengan Hertenstein et al. (2013) yang menegaskan bahwa inovasi desain yang efektif akan memperkuat daya saing perusahaan melalui kepuasan pelanggan. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Erniati et al. (2022) yang menunjukkan bahwa inovasi yang tidak disertai dengan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan tidak memberikan dampak nyata terhadap kepuasan maupun loyalitas konsumen. Rahayu (2022) juga menemukan bahwa pada UMKM batik, inovasi desain yang belum terarah dan tidak sesuai selera konsumen tidak meningkatkan kepuasan pelanggan dan tidak memperkuat daya saing. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa peran mediasi kepuasan pengguna dalam hubungan inovasi desain dan daya saing tidak signifikan, karena inovasi yang dilakukan belum mengarah pada aspek yang benar-benar dihargai oleh konsumen. Pengrajin batik di Sampang perlu memperkuat kapasitas human capital melalui pelatihan yang berfokus pada riset tren pasar, perilaku konsumen, serta integrasi teknologi digital dalam proses desain. Dengan peningkatan kualitas SDM yang memahami kebutuhan pengguna, inovasi desain dapat berkembang menjadi inovasi yang berorientasi kepuasan, dan pada akhirnya berkontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing industri batik Sampang.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia (SDM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri di Kabupaten Sampang. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengelolaan SDM seperti pelatihan, peningkatan motivasi kerja, dan pemberian kompensasi, maka semakin tinggi pula kemampuan industri batik untuk bersaing. SDM yang berkompeten mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan menghasilkan produk yang berkualitas.
- 2) Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri batik di Kabupaten Sampang. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang kreatif, unik, serta relevan dengan tren pasar mampu meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen terhadap produk batik lokal. Inovasi dalam desain menjadi faktor penting untuk menciptakan diferensiasi produk di tengah persaingan industri kreatif.
- 3) Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa SDM yang dikelola dengan baik akan mampu memahami kebutuhan pengguna, memberikan pelayanan berkualitas, serta menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan pengguna terhadap produk batik Sampang.
- 4) Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi desain tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi desain yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi pengguna atau belum optimal dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna batik di Sampang.
- 5) Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas dan *word of mouth* positif, yang pada akhirnya memperkuat posisi kompetitif industri batik di pasar.
- 6) Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memediasi pengaruh pengelolaan SDM terhadap daya saing. Hal ini mengindikasikan bahwa SDM yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan kinerja internal, tetapi juga menghasilkan kepuasan pengguna yang pada gilirannya memperkuat daya saing industri batik.
- 7) Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak memediasi pengaruh inovasi desain terhadap daya saing. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi desain yang ada belum mampu secara signifikan menimbulkan kepuasan pengguna yang berdampak pada peningkatan daya saing.

5. Daftar Pustaka

- Anderson, E. W., & Mittal, V. (2000). Strengthening the satisfaction-profit chain. *Journal of Service Research*, 3(2), 107–120. <https://doi.org/10.1177/109467050032001>
- Arifin, B. (2021). Pengelolaan SDM berorientasi pelanggan dan kepuasan konsumen UMKM fesyen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 77–89.
- Arifin, M. Z. (2021). Pengaruh pengelolaan sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan dan keunggulan kompetitif UMKM fesyen. *Jurnal Manajemen Bisnis*

- Dan Inovasi, 8(2), 230–241.
- Becker, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, First Edition. NBER.
- 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.
- Chai, L., Zhang, H., & Liu, W. (2020). Design-driven innovation in the fashion industry: Exploring consumer experience and satisfaction. *Heliyon*, 6(5), e03956. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03956>
- Effendi, S. P., & Edison, E. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PELANGGAN BATIK BATAM DI DEKRANASDA KOTA BATAM (THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN BATIK BATAM CUSTOMERS OF DEKRANASDA BATAM CITY). 1(April), 15–32.
- Erniati, Romadhoni, & Mappatempo. (2022). Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui produk baru pada PT Prapta Makassar. *Competitiveness: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 10(2), 120–130.
- Evita, Y. N., Trihartono, A., & Prabhawati, A. (2022). PENGAKUAN UNESCO ATAS BATIK SEBAGAI WARISAN BUDAYA TAK BENDA (WBTB). 21(2), 113–128.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, L. R. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hermawati, D. (2020). Orientasi pembelajaran SDM dalam menjaga daya saing UMKM. *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 5(2), 32–47.
- Hertenstein, J. H., Platt, M. B., & Brown, D. R. (2013). Valuing design: Enhancing corporate performance through design effectiveness. *Journal of Product Innovation Management*, 30(S1), S61–S75. <https://doi.org/10.1111/jpim.12070>
- Irawati, S. A., & Lestari, L. (2017). PENGARUH MANAJEMEN BAKAT DAN PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT JAWA POS MEDIA TELEVISI (JTV) DI SURABAYA. 3, 210–224.
- Khaeruman, & Tabroni. (2024). Strategi Efektif Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Era Bisnis Modern. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Vol.3, No.2, Januari 2024 Strategi*, 3(2), 552–560.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall.
- Laksmi, P. A. S., & Arjawa, I. G. W. (2023). KEARIFAN LOKAL DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI PROVINSI BALI Putu. *Scientific of Mandalika (JSM)*, 4(1), 1–15.
- Martanti, D. E., Erawati, Y., & Anggraini, R. N. (2024). *Marketing strategy and portrait of batik msme market in blitar regency as an educational tourism*. 7.
- Mayvani, T. C., Sutikno, & Oktaviani, H. (2024). Analisa Pengembangan Klaster Industri Batik Di Madura. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 24(2). <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v24i2.21718>
- Najam, U., Raza, S. A., & Irshad, S. (2020). The impact of HRM practices on customer satisfaction: The mediating role of employee performance. *SAGE Open*, 10(3), 1–

12. <https://doi.org/10.1177/2158244020945723>
- Najwa, S. P., Lubis, N. W., Hasibuan, L. F. A., & Yasa, P. S. (2024). Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi STRA TE GI PE NINGKA TA N SUMBE R DA YA MA NUSIA KRE A TIF. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(6), 119–124.
- Pangestu, B. S., & Nuvriasari, A. (n.d.). *The Influence of Entrepreneurial Orientation , Market Orientation , and Product Innovation on the Marketing Performance of the Batik Industry*. 2(2), 365–377. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i2.71>
- Prameswari, A., & Meliana, V. (2025). *Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Global Batik*. 4(1).
- 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>
- Purwanto, S., Supangat, Meriam, E., Samuel, S., Felix, C., Akbar, H., Nenden, A., La, M., Endra, G., M., S., Tezar, A., & Sunardi. (2024). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Rahayu, S. (2022). Pelatihan SDM dan inovasi desain terhadap kepuasan konsumen dan daya saing UMKM Batik. *Jurnal Kompetensi*, 19(2), 150–162.
- Rahayu, T. (2021). *Pengembangan Nilai-Nilai Karakter Religius Berbasis Kearifan Lokal pada Siswa MI*. 1(2), 163–176. <https://doi.org/10.35878/guru/v1.i2.290>
- Sari, D. (2022). Kepuasan konsumen dan daya saing UMKM kerajinan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(3), 144–159.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung). Alfabeta, Cv.
- Sujadi, R. H., & Rudianto. (2024). Inovasi produk dan desain dalam memperkuat daya saing industri batik. *Jurnal Pengembangan Industri Nasional*, 5(1), 88–102.
- Wibowo, A. (2021). Kepuasan pelanggan sebagai penentu daya saing UMKM batik. *Jurnal Riset Ekonomi Kreatif*, 6(2), 99–113.