

Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Batik Besurek Bengkulu

Veny Puspita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof Dr Hazairin SH, Indonesia
Email: venypuspita2288@gmail.com

Sintia Safrianti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof Dr Hazairin SH, Indonesia
Email: sintiasafrianti19@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether there is an influence between product innovation and product differentiation on the competitive advantage of Bengkulu batik besurek. The nature of causality research or designation of cause and effect with a quantitative approach. The population and samples in this study were all 32 Batik industries in the city of Bengkulu. The sampling technique in this study was non-probability sampling by means of sampling techniques. Saturated data analysis used in this study were: validity and reliability tests; multiple linear regression analysis; hypothesis testing which includes the F test and t test; correlation coefficient; coefficient of determination; and classic assumptions. From the calculation of the multiple linear regression equation it is known that the value of Product Innovation and Product Differentiation has a positive influence on loyalists. The value of the coefficient of determination obtained is 35.5. It is hoped that it will be input for industry players and the Bengkulu provincial government to make besurek cloth products the flagship of Bengkulu province.

Keyword: Product innovation, Product Differentiation and Competitive Advantage

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing batik besurek Bengkulu. Sifat penelitian kausalitas atau penunjukan sebab akibat dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian adalah seluruh industri Batik yang ada di Kota Bengkulu yang mana berjumlah 32. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan cara pengambilan teknik sampling jenuh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji validitas dan reliabilitas; analisis regresi linear berganda; uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t; koefisien korelasi; koefisien determinasi; dan asumsi klasik. Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linier berganda diketahui bahwa nilai Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalist. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar sebesar 35,5. Penelitian ini di harapkan menjadi masukan bagi para pelaku industri dan pemerintah Provinsi Bengkulu untuk menjadikan produk kain besurek menjadi unggulan provinsi Bengkulu

Kata kunci: Inovasi produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Dalam memenangkan persaingan usaha perlu para pelakunya harus memiliki keunggulan kompetitif diantara para pesaingnya. (Porter, 1980) menyatakan bahwa perumusan

strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. Struktur industri mempunyai pengaruh yang kuat dalam menentukan aturan permainan persaingan selain strategi-strategi yang secara potensial tersedia bagi perusahaan. Kekuatan-kekuatan di luar industri penting terutama dalam artian relatif; karena kekuatan-kekuatan luar biasanya mempengaruhi semua perusahaan yang ada dalam suatu industri, maka kuncinya terletak pada kemampuan yang berlainan diantara perusahaan-perusahaan yang bersangkutan untuk menunggulangnya (Sulistiani, 2013). Selain itu, kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi, inovasi harus diciptakan perusahaan karena inovasi adalah salah satu sumber pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang inovatif adalah perusahaan yang dapat memenangkan persaingan di dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu tugas utama perusahaan atau produsen adalah meningkatkan penjualan barang dan jasa yang dihasilkannya (Masda, 2013)

Batik besurek merupakan batik khas masyarakat di Provinsi Bengkulu yang ditulis dan dibuat dengan motif kaligrafi arab dengan potongan ayat suci alquran. Karena motifnya ini bercorak arab gundul yang bisa dibaca. Saat ini yang dilakukan untuk mendobrak tradisi sehingga batik kain besurek tidak hanya digunakan pada prosesi adat dilakukan dengan menDiferensiasikan produk dan memberikan inovasi setiap produk yang dihasilkan. Batik tidak lagi di lihat sebagai fashion yang digunakan oleh orang tua, kaum generasi melenial tidak lagi malu dan sungkan menggunakan fashion ini. Perkembangan model kain batik dari waktu ke waktu menunjukkan eksistensinya. Inilah yang akan membuka peluang bisnis melalui fashion batik dengan konsep kekinian. Saat ini Kain batik besurek masih kalah perkembangannya dengan batik yang ada dipulau jawa dan daerah lainnya batik besurek tidak dikenal oleh masyarakat luas di sebabkan oleh masih sedikitnya industry batik besurek yang mandiri, kurangnya dukungan pemerintah daerah dan kurangnya promosi (Handayani, 2018), padahal dilihat dari pesonanya batik besurek ini tidak kalah dengan batik yang ada dipulau jawa dan daerah lainnya. Saat ini setiap daerah berupaya untuk menjadikan produk batik mereka unggul dan bersaing. Keunggulan produk tersebut tidak terlepas dari perkembangan setiap produk yang dihasilkan. Beranjak dari permasalahan tersebut untuk menjadikan batik besurek Bengkulu menjadi produk yang unggul dan bersaing maka dirasa penting memberikan inovasi produk dan menDiferensiasikan produk sehingga produk kain batik besurek ini lebih diminati dan mampu bersaing. Pelaku industri Ekonomi kreatif sekarang harus berlomba memikirkan bagaimana mengembangkan produk kreatif dengan konsep kekinian dan mengembangkan keragaman ekonomi kreatif guna meningkatkan daya saing global (Puspita, Fauzan, 2020) tak terkecuali untuk industri batik Besurek Bengkulu

Inovasi merupakan salah satu solusi bagi UMKM batik agar dapat berkembang dan mampu bersaing di pangsa pasar. Inovasi yang dilakukan bisa berupa memperbaharui, mengubah atau ataupun memproduksi produk agar lebih efektif serta mejadikan produk lain yang lebih dinamis (Dhewanto, 2015). Diferensiasi produk akan membuat produk menjadi berbeda dengan para kompotitor bahkan akan melebihinya sehingga akan mempengaruhi pilihan dan kepentingan dari para konsumennya. Konseumen akan merasa puas apabila mampu memenuhi dan melebihi ekspektasi produk pesaing Kotler & Keler dalam (Heru, 2016) selain itu peran inovasi produk dari batik besurek ini akan selalu di tunggu oleh para konsumennya. Guna menjadikan produk Batik Besurek Bengkulu mampu memiliki keunggulan bersaing maka dirasa perlu untuk membahas dan melihat seberapa besar pengaruh inovasi produk dan Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing Batik Besurek Bengkulu.

TINJAUAN LITERATUR

Inovasi Produk

Inovasi adalah sebuah hasil dari pengembangan produk yang baru yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan atau industry, baik yang sudah ada ataupun yang belum ada. Pergantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan cara mengembangkan produk lama yang lebih modern serta lebih up to date sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen dapat meningkat dalam keputusan pembelian produk. (Dhewanto, 2015). Sedangkan menurut Hurley (2012) inovasi produk adalah sebuah dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan bervariasi yang akan menentukan keunggulan bersaing. Indikator dari inovasi produk yaitu sebagai berikut Relatif unggul, Keserasian/kesesuaian, Kekompleksan, Ketercobaan dan Keterlihatan sementara menurut (Kotler, 2013; Setiadi, 2013) menjadi indikator Inovasi produk adalah Bentuk, keistimewaan, mutu kinerja, daya tahan, gaya, dan rancangan

Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk merupakan serangkaian perbedaan yang digunakan sebagai upaya untuk membedakan anatar tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing, dengan dimensi produk, pelayanan, personalia, saluran pemasaran atau citra (Kotler, 2013) sementara menurut Griffin dalam (Dejawata, Kumadji, & Abdillah, 2014) diferensiasi merupakan sebuah tindakan yang merancang serangkaian perbedaan yang menjadi pembeda tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Dengan adanya Diferensiasi produk ini, akan menarik para konsumen hal ini disebabkan karena barang yang di hasilkan oleh perusahaan dianggap berbeda baik dari segi warna, rasa, kemasan, sajian atau keunikan menurut para konsumen, sehingga para konsumen menjadi tertarik untuk membeli produk yang di hasilkan dari perusahaan yang melakukan Diferensiasi produknya (Tarida, 2012). Yang menjadi indikator Diferensiasi produk adalah Bentuk, Fitur, kualitas kinerja, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan (Kotler, 2005)

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan sebuah manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan dapat menghasilkan sebuah produk barang maupun jasa yang dapat di lihat dari target pasarnya di dibandingkan dengan kompetitor terdekat (Saiman, 2014). (McGrath, 2013) dalam *Transient Advantage* mengemukakan bahwa kompetitor dan pelanggan tidak dapat di prediksi, keunggulan bersaing tidak dapat bertahan lebih dari satu tahun, sebuah perusahaan membutuhkan strategi baru guna membentuk dan mengeksploitasi keunggulan bersaing yang di miliki oleh perusahaan. Sementara menurut Porter (1990) dalam Mardiyono (2012) keunggulan bersaing merupakan sebuah strategi *benefit* dari perusahaan yang melakukan kerjasama guna menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif di dalam pasar. Indikator Keunggulan Indikator keunggulan bersaing yaitu sebagai berikut : keunikan produk yang dihasilkan, kualitas produk, harga bersaing dan desain produk yang di hasilkan. Keunggulan bersaing ini di harapkan akan mampu menciptakan laba maksimal, meningkatkan pangsa pasar, kepuasan pelanggan serta meningkatkan keberlangsungan hidup sebuah usaha (Saiman, 2014).

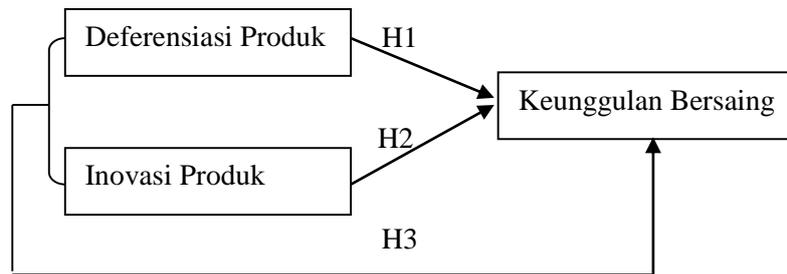
Hipotesis Penelitian

Kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Berdasarkan Gambar 1 hipotesis penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut.

H1: Diduga Diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik Besurek Bengkulu

H2: Diduga Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik Besurek Bengkulu

H3: Diduga Deferensiasi produk dan Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing batik Besurek Bengkulu.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

METODE PENELITIAN

Sifat penelitian kausalitas atau penunjukan sebab akibat dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dengan akibat dari variabel penelitian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dereferensiasi produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing batik besurek Bengkulu. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari para responden yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi dan sampel dalam penelitian adalah seluruh industry Batik yang ada di kota Bengkulu yang mana berjumlah 32. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan cara pengambilan teknik sampling jenuh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji validitas dan reliabilitas; analisis regresi linear berganda; uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t; koefisien korelasi; koefisien determinasi; dan asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

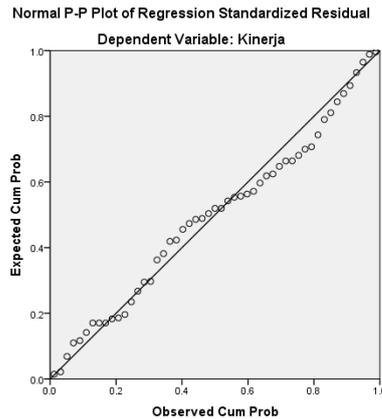
Uji Validitas dan Reliabilitas

Kuesioner yang disebarakan kepada para responden sebanyak 30 responden guna menguji validitas dan reabilitas dalam instrumen penelitian. Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya indikator digunakan dalam penelitian, dari seluruh indikator penelitian, instrument penelitian di katakan valid jika nilai r hitung $>$ dari r tabel. Dari hasil uji validitas yang dilakukan terdapat 20 pernyataan yang semuanya memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,2960. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar daripada taraf signifikan 60% (0,6), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas. Hasil uji normalitas menggunakan P-P Plot, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Berdasarkan hasil uji P-P, dapat dilihat bahwa ditunjukkan pada Gambar 2, titik-titik yang penyebarannya tidak jauh dari garis diagonal. Maka dengan demikian data tersebut berdistribusi normal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Uji multikolinearitas

Multikolinearitas adalah sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara tiga variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Pada penelitian uji multikolinieritas menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* >0,1 dan nilai *Vif* < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil uji VIF dan *tolerance* menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* diatas 0,1 dan semua nilai VIF dibawah 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 1. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Batas Tolerance	Vif	Batas vif	Keterangan
Ekspektasi	0,704	>0,1	1.420	<10	Tidak terjadi multikolinieritas
Nilai pelanggan	0,739	>0,1	1.354	<10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya inovasi produk dan Diferensiasi terhadap keunggulan bersaing Batik Besurek Bengkulu. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	9.727	9.826	
	X1	.406	.232	.273
	X2	.354	.123	.448

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda di ketahui persamaan sebagai berikut :

$$Y = 9,727 + 0,406 X_1 + 0,354 X_2$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing

X1 = Inovasi Produk

X2 = Diferensiasi Produk

Korelasi Berganda

Guna mengetahui kuatnya pengaruh Inovasi produk dan Diferensiasi produk terhadap Keunggulan bersaing Batik Besurek Bengkulu, maka dilakukan pengujian korelasi berganda. Hasil perhitungan korelasi berganda ditunjukkan pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.289	3.203

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Perhitungan analisis koefisien korelasi (R) diatas diperoleh nilai R sebesar = 0,579, seperti yang terdapat pada tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi diatas bahwa jika interval koefisien korelasi berada pada 0,40 – 0,599 hal ini memberikan indikasi bahwa antara variabel Inovasi produk (X1) dan variabel Diferensiasi produk (X2) terhadap keunggulan bersaing terdapat hubungan yang sedang.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan konstanta dari variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial). Apabila ditentukan (α) sebesar 0,05, maka pengujian hipotesis dapat dilakukan sebagai berikut:

Tabel 4. Pengujian Dengan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.727	9.826		.990	.330
	X1	.406	.232	.273	1.749	.091
	X2	.354	.123	.448	2.868	.008

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil penulisan dan perhitungan pada Tabel 4, diperoleh nilai t hitung setiap variabel adalah sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil uji t hitung untuk variabel Inovasi produk (X1) adalah sebesar 1,749. Nilai thitung tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,688 sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,091. Hal ini berarti bahwa variabel Inovasi produk (X1) mempunyai pengaruh

secara signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing; dan (2) Berdasarkan hasil uji thitung untuk variabel Diferensiasi produk (X2) adalah sebesar 2,868. Nilai t hitung tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,688 sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,008. Hal ini berarti bahwa Diferensiasi produk (X2) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing.

Uji F

Berdasarkan hasil uji F sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 5 untuk variabel analisis Inovasi produk dan Diferensiasi prosuk dengan kriteria pengujian Fhitung > F tabel pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), H0 diterima, sebaliknya Fhitung > Ftabel H0 ditolak. Dari hasil analisis diatas didapat nilai Fhitung sebesar 7.305 sedangkan nilai Ftabel sebesar 3,25 sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Inovasi produk dan Dererensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Tabel 5. Pengujian Dengan Uji F

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	149.911	2	74.955	7.305	.003 ^b
	Residual	297.558	29	10.261		
	Total	447.469	31			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2021)

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R *square*. Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui nilai koefesien determinasi sebesar 0,335. Hal ini berarti bahwa Inovasi i produk (X1) dan Diferensiasi produk (X2) berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing (Y) sebesar 35,3 % sedangkan sisanya (100 % - 35,5% = 66,5 %) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Batik besurek Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing batik besurek Bengkulu, karena nilai signifikan sebesar 0,091 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik inovasi produk batik besurek maka keunggulan bersaing akan meningkat. Saat ini inovasi perkembangan industri batik besurek lebih unggul dari produksi yang sebelumnya para pengrajin sekarang tidak hanya memproduksi motif kaligrafi yang hanya di gunakan pada saat acara-acara adat. Sejalan dengan pendapat Kotler dan Amstrong, (2013) inovasi produk yang telah di lakukan oleh para pengrajin batik besurek mereka telah melakukan (1) Peningkatkan kualitas produk dengan memproduksi kain batik besurek dengan kain yang berkualitas baik, ketelitian, kerapian motif juga menjadi perhatian dari para pengrajin batik. (2) Adanya variasi produk dari Batik Besurek sehingga batik besurek memiliki perbeaan dengan batik yang lainnya yang menjadi ciri khas batik Bengkulu dan variasi produk ini telah mampu bersaing dengan batik dari daerah yang lain. (3) Gaya dan desain batik besurek Bengkulu saat ini lebih kekinian sehingga generasi milenial tidak merasa tertinggal dengan mengenakannya.

Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Batik besurek Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing. Diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan bersaing, karena nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik Diferensiasi produk batik besurek maka keunggulan bersaing juga akan meningkat. Sejalan dengan pendapat Kotler (2005) bahwasanya diferensiasi produk yang dilakukan oleh para pengrajin batik besurek terkait dengan bentuk motif yang lebih inovatif, ukuran, model yang lebih kekinian, memiliki keunikan tersendiri dan mampu bersaing dengan produk lainnya, kinerja produk yang di hasilkan dari para pengrajin batik kain besurek yang lebih unggul yang menimbulkan loyalitas para konsumen dan memberikan kesan positif dari para pelanggan. daya tahan dan keandalan produk, gaya yang di hasilkan memberikan pengaruh kepada para konsumen karena keunikan dan peformance batik besurek Bengkulu. rancangan desain yang menyajikan totalitas dari para pengrajin sehingga mutu bentuk, keandalan produk, model dan gaya menyebabkan Batik besurek Bengkulu dapat bersaing di kancah nasional dan internasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran peneliti. Bila diperlukan ditambahkan implikasi penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, maka yang dapat di tarik kesimpulan bahwasanya saat ini di kota Bengkulu baru ada beberapa pengrajin batik yang sudah berani untuk berinovasi menyesuaikan perubahan dan perkembangan selera pasar. Padahal dari hasil penelitian di ketahui bahwa semakin baik inovasi produk batik besurek maka keunggulan bersaing akan meningkat. Untuk menjadikan produk batik besurek Bengkulu mampu bersaing baik dalam skala nasional ataupun internasional seluruh pengrajin batik besurek Bengkulu harus melakukan inovasi produk mereka. Saat ini inovasi perkembangan industry batik besurek lebih unggul dari produksi yang sebelumnya tetapi inovasi ini harus dilakukan secara menyeluruh pada semua pengrajin batik besurek Bengkulu.

Selain itu dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara Diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik Diferensiasi produk batik besurek maka keunggulan bersaing juga akan meningkat. Yang terjadi pada pelaku industri batik besurek Bengkulu belum secara keseluruhan berani untuk menDiferensiasikan produk batik besurek yang mereka produksi, biaya produksi yang tinggi, kemampuan sumberdaya manusia untuk mengelolanya masih sangat kurang yang di sebabkan lambatnya regenerasi dalam industri batik besurek ini. Hal ini lah yang menyebabkan industri batik besurek Bengkulu masih jauh tertinggal dengan daerah lain padahal potensi untuk berkembang sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dejawata, T.B., Kumadji, S. & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(2).
- Dhewanto, Wawan. (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha kecil dan Mikro*. Alfabeta.
- Handayani, Sri D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis "Ekombis Review" FE Universitas Dehasen Bengkulu*, 6, 40.
- Heru, H. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada pengguna sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang)". *Jurnal.Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana*.

- Hurley, R., & G. T. M. H. (2012). Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: an Integration with Empirical Investigation., *Journal of Marketing*.
- Kotler, Philip, A. G. (2005). *Manajemen Pemasaran, edisi 11, Jilid 2*,. Prenhalindo.
- Kotler, Philip, A. G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Erlangga.
- Mardiyono, Aris., & Sugiarti, Gita. (2015). Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Kreatif di Kota Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945*.
- Masda, Pinta Gustiana. (2013). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh. *Jurnal Hasil Riset*.
- McGrath, R. G. (2013). Transient Advantage. (*Harvard Business Review Press, June*).
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. he Free Press.
- Puspita, Veny & Fauzan, D. T. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan Di Kota Bengkulu. *Pareto : Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Public. Universitas Prof Dr. Hazairin, SH*, 3(2), 51–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.32663/pareto.v3i2.1490>
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan Kasus-kasus) Edisi 2* (Salemba Em).
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku konsumen (Edisi Revisi)*. Kencana Perdana Media Groub.
- Sulistiani, Dwi. (2013). Mencapai Keunggulan Bersaing Dengan Strategi Diferensiasi. *Efmuhasabah*, 4(2). <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/el-muhasaba/article/view/2454/pdf>
- Tarida, Y. (2012). Strategi Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk ,Harga Jual Dan Kaitannya Terhadap Penjualan Pada Industri Kerajinan Rotan Di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(2), 124–142.