

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan pendekatan teoritis baru dalam menciptakan kinerja pemasaran berkelanjutan pada UMKM, yaitu melalui konsep Mekanisme Mengisolasi Keunggulan Produk (*Product Distinctive Isolating Mechanism*), untuk meningkatkan efektivitas kemampuan adaptasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Disamping itu penelitian ini juga bertujuan untuk menjembatani kesenjangan hasil penelitian mengenai kemampuan adaptasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. Konsep mekanisme mengisolasi keunggulan produk (*product distinctive isolating mechanism*) merupakan konstruk baru yang merupakan integrasi dari konstruk sebelumnya seperti *Distinctive Capability*, *Product Advantage* dan *Isolating Mechanism*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Batik di eks Karesidenan Kedu dan Banyumas atau tepatnya sebanyak 10 Kabupaten dan Kota, yang terdiri dari Kabupaten Magelang, Kota Magelang, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Kebumen, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banyumas, dan Kabupaten Cilacap. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 238 UMKM Batik. Metode penarikan sampel probalistik (*probability sampling*) dengan teknik *proportionate random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dan proporsional dari populasi. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan oleh peneliti meliputi analisis deskriptif, analisis validasi konstruk baru, dan analisis inferensi menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: 1.) Hasil pengembangan konstruk baru Mekanisme Mengisolasi Keunggulan Produk dapat menghasilkan suatu metode pengukuran yang valid dan reliabel, 2.) Kemampuan adaptasi memberikan pengaruh positif terhadap mekanisme mengisolasi keunggulan produk, 3.) Mekanisme keunggulan produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, 4.) Kemampuan adaptabilitas tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, 5.) Mekanisme mengisolasi keunggulan produk berpengaruh positif terhadap inovasi produk, 6.) Mekanisme mengisolasi keunggulan produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing produk, 7.) Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, 8.) Keunggulan bersaing produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, 9.) Mekanisme mengisolasi keunggulan produk memediasi hubungan kemampuan adaptasi dan kinerja pemasaran. Temuan utama dalam penelitian ini adalah berhasil membuktikan bahwa konstruk baru yang dikembangkan yaitu Mekanisme Mengisolasi Keunggulan Produk mampu mengatasi kesenjangan hasil penelitian dari kemampuan adaptasi terhadap kinerja pemasaran UMKM.

Kata kunci: kemampuan adaptasi, mekanisme mengisolasi keunggulan produk, inovasi produk, keunggulan bersaing produk, kinerja pemasaran UMKM



Abstract

The purpose of this research is to develop a new theoretical approach in creating sustainable marketing performance at MSMEs, namely through the concept of Product Distinctive Isolating Mechanism, to improve the effectiveness of adaptability in enhancing MSME marketing performance. Besides that, this study also aims to bridge the gap between the results of research on adaptability in improving MSME marketing performance. The concept of a product distinctive isolating mechanism is a new construct which is an integration of previous constructs such as Distinctive Capability, Product Advantage and Isolating Mechanism.

The population in this study were all Batik MSMEs in the former residency of Kedu and Banyumas, or precisely as many as 10 regencies and cities, which consisted of Magelang Regency, Magelang City, Temanggung Regency, Wonosobo Regency, Purworejo Regency, Kebumen Regency, Banjarnegara Regency, Purbalingga Regency, Regency Banyumas, and Cilacap Regency. The sample size in this study is 238 MSMEs Batik. Probalistic sampling method (probability sampling) with proportionate random sampling technique, which is random and proportional sampling of the population. In this study the analytical tools used by researchers include descriptive analysis, validation analysis of new constructs, and inference analysis using the Structural Equation Modeling (SEM) method.

The results of hypothesis testing in this study indicate that: 1.) The results of the development of a new construct Mechanism of Isolating Product Excellence can produce a valid and reliable measurement method, 2.) Adaptation ability has a positive influence on the mechanism of isolating product excellence, 3.) The mechanism of product excellence positive effect on marketing performance, 4.) Adaptability ability does not affect marketing performance, 5.) The mechanism of isolating product advantage has a positive effect on product innovation, 6.) The mechanism of isolating product advantage has a positive effect on competitive advantage of the product, 7.) Innovation of the product has an effect positive on marketing performance, 8.) Product competitive advantage has no effect on marketing performance, 9.) Mechanism of isolating product superiority mediates the relationship of adaptability and marketing performance. The main finding in this research is that it has succeeded in proving that the new construct developed, the Mechanism of Isolating Product Excellence, is able to overcome the gap in research results from the ability to adapt to the marketing performance of Batik MSMEs.

Keywords: *adaptive capability, product distinctive isolating mechanism, product competitive advantage, MSMEs marketing performance*