

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Inovasi Produk

Kotler dan Armstrong mendefinisikan inovasi produk tidak sama dengan penemuan. Sebuah inovasi diartikan sebagai ide, produk atau bagian dari teknologi yang dikembangkan dan di distribusikan kepada pelanggan yang dirasa sebagai suatu yang baru. Inovasi tidak hanya menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga produk baru yang mengikuti selera pasar yang terus berubah dan berkembang.¹

Menurut Kotler dan Armstrong ada tiga indikator inovasi produk yaitu mutu produk, jenis produk, bentuk dan desain produk.²

1. Mutu Produk

Mutu atau kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, dan akurasi manufaktur. Kualitas produk merupakan bagian penting dari minat beli konsumen. Produk dirancang semenarik mungkin dengan tujuan membujuk konsumen untuk membeli. Karena jika ada produk yang serupa tetapi berbeda secara kualitatif, konsumen lebih memilih produk yang lebih berkualitas meskipun harganya lebih mahal.

¹ Asnawati, Hening Indriastuti, *Analisis Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2022), 9.

² Seanewati Oetama, *Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Dalam Bersaing*, (Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2022), 18.

Dari Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, bahwa indikator kualitas produk meliputi: kinerja yang merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli, fitur produk, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.³

2. Jenis Produk

Jenis produk dapat dianggap sebagai sarana kompetitif atau sebagai alat dan pembeda antara produk yang diciptakan perusahaan dengan produk pesaing. Bahkan, perusahaan kuliner bersikeras untuk terus berinovasi menciptakan produk baru yang menarik bagi konsumen. Dengan menciptakan produk baru yang memiliki nilai atau ciri khas tersendiri, akan meningkatkan kualitas perusahaan dan memiliki keunggulan dalam bersaing.

Jenis produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain. Jenis atau variasi produk adalah salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produknya karena variasi produk dapat memberikan keuntungan bagi konsumen.⁴

³ Djoko Hananto, *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel*, Jurnal Umj, 2021, 4.

⁴ Khairul Basar, Zulher, Azhari, *Pengaruh Harga, Produk dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Cuka Karet Pada UD. Bulan Bintang Desa Ranah Air Tiris*, Jurnal Riset Manajemen Indonesia, Vol. 3, No. 1, 2021, 140.

3. Bentuk dan Desain Produk

Desain produk merupakan usaha untuk menentukan jenis produk yang memenuhi keinginan konsumen. Desain adalah bentuk eksternal yang tampak mengenai garis, bentuk, dan warna. Desain memiliki konsep yang lebih luas daripada gaya. Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga untuk bertujuan memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan dalam bersaing.⁵

Kotler menekankan bahwa desain produk adalah sekumpulan fitur yang dapat mempengaruhi penampilan dan fungsionalitas produk dalam hubungannya dengan kebutuhan konsumen.⁶ Beberapa indikator untuk mengukur desain produk menurut Durvasula yaitu:

- a. Model, di sini menggambarkan seberapa jauh suatu produk kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
- b. Gaya yang menarik, di sini cara lain untuk menambahkan nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda.
- c. Variasi, mendesain produk baru yang berfungsi untuk menyelesaikan masalah terhadap desain yang ada.

⁵ Bayu Rizki Moputi, Wawan K. Tolinggi, Yuriko Boekoesoe, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UKM Flamboyan Di Kota Gorontalo*, Jurnal Agronesia, Vol. 3, No. 1, 2018, 3.

⁶ Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 97.

d. *Up to date*, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat dan diperbaharui dari kondisi sebelumnya.⁷

Inovasi produk diartikan sebagai proses pengembangan ide melalui pemanfaatan sumber daya yang telah ada serta dikelola dengan cara yang baru sehingga dapat memberi nilai tambah untuk konsumen. Inovasi produk yang dilaksanakan dapat berupa pengembangan produk baru, fitur produk, desain dan rancangan produk, perubahan desain, dan penggunaan teknik baru. Tujuan dilakukannya inovasi produk yaitu agar terjadi keberanglangungan hidup perusahaan.⁸

Bagi seorang wirausahawan inovasi produk adalah suatu yang mutlak harus dilakukan, walaupun produknya sama namun tetap ada bagian yang berbeda dengan kebanyakan produk lainnya karena memang adanya inovasi produk yang baru. Pada setiap pemikiran dan ide-ide yang baru, wajar jika mengalami kegagalan. Namun bagi wirausahawan sejati diajarkan melihat ini semua sebagai bagian dari proses.

B. Volume Penjualan

Lamb menyatakan bahwa volume penjualan yaitu pencapaian penjualan dan dijelaskan dalam fisik atau kuantitas atau volume atau unit produk. Volume penjualan adalah sesuatu yang menunjukkan

⁷ Djoko Hananto, *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel*, Jurnal Umj, 2021, 4.

⁸ Sisca, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Ernest Grace, dkk. *Manajemen Inovasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 21.

fluktuasi penjualan, dan bisa dinyatakan dalam satuan, kilogram, ton, atau liter.

Adapun indikator dari volume penjualan menurut Kotler, yaitu: harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi dan kualitas atau mutu.⁹

1. Harga jual

Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

Keputusan penetapan harga pada sebuah perusahaan dipengaruhi baik oleh faktor-faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaannya. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga yaitu tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran, dan biaya. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga yaitu penawaran dan permintaan serta pesaing.

Terdapat beberapa indikator harga diantaranya yaitu keterjangkauan harga. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.¹⁰

⁹ Farah Habibah, *Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Merah Delima Bakery Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2020), 55.

¹⁰ Setiyowati, Fidyah Yuli Ernawati, *Analisis Faktor Penentu Volume Penjualan Pada Perusahaan Kadokayuku Kabupaten Sumedang*, Jurnal STIE Semarang, Vol. 12, No. 2, 2020, 161.

2. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan untuk mendapatkan perhatian, kemahiran, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk juga didefinisikan sebagai apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Termasuk di dalamnya adalah obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.¹¹

Produk salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen. Setiap usaha dan kegiatan yang menciptakan barang ialah produksi. Sedangkan biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan pebisnis agar dapat menghasilkan suatu *output*. Terdapat indikator dalam biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga, dan biaya pengeluaran selama proses produksi.¹²

3. Biaya promosi

Promosi yaitu kegiatan yang digunakan untuk memberitahu konsumen tentang produk baru yang ada di perusahaan melalui

¹¹ Hendri Dunan dkk, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan "Waleu" Kaos Lampung di Bandar Lampung*, Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika, Vol. 17, No. 2, 2020, 173.

¹² Anju Gracya Pramudita Putri, Emma Lilianti, Panca Satria Putra, *Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Volume Penjualan pada Perusahaan Subsektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Akuntansi, Vol. 14, No. 2, 2022, 190.

media iklan, publikasi, dan penjualan pribadi. Tujuan dilakukannya promosi adalah untuk menginformasikan pasar tentang produk baru dan menjelaskan cara kerja produk, membujuk pelanggan agar membeli produk dan menggunakan pilihan pada produk yang dipromosikan.

Dalam melakukan promosi, perusahaan perlu membangun hubungan antar produsen dan konsumen dengan adanya bauran promosi. Menurut Kotler & Amstrong terdapat lima hal dalam bauran promosi yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.¹³

4. Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dana, menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Saluran distribusi pada umumnya mempunyai perantara pemasaran, yakni perusahaan penyedia jasa yang secara langsung berhubungan dengan pembelian atau penjualan produk dari produsen kepada konsumen.

Saluran distribusi adalah salah satu fungsi yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperlancar arus barang dan jasa mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen sesuai dengan jumlah, waktu, dan kerja yang layak. Terdapat beberapa indikator saluran distribusi

¹³Ibid, 190.

yaitu frekuensi pembelian, kemudahan akses, ketepatan waktu, dan kecukupan jumlah.¹⁴

5. Kualitas atau Mutu

Kualitas atau mutu merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan mutu yang baik, maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan, begitu pula sebaliknya apabila mutu produk yang ditawarkan tidak bagus maka konsumen akan berpaling ke produk lain.

Dalam proses pengembangan suatu produk perusahaan harus dapat menerapkan derajat mutu tertentu produknya, karena hal ini akan banyak mempengaruhi penampilannya di pasar. Mutu produk merupakan gabungan dari daya tahan lama, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikan segala atribut lainnya. Beberapa atribut dapat diukur secara subyektif, namun dari segi pemasaran, mutu harus diukur dari sudut penglihatan dan persepsi pembeli dari mutu produk itu sendiri.¹⁵

Semakin banyak volume penjualan yang didapatkan perusahaan, maka semakin tinggi perusahaan akan mendapatkan keuntungan. Namun, dalam etika bisnis islam, setiap pedagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi yang paling penting yaitu mencari rezeki yang

¹⁴ Setiyowati, Fidyah Yuli Ernawati, *Analisis Faktor Penentu Volume Penjualan Pada Perusahaan Kadokayuku Kabupaten Sumedang*, Jurnal STIE Semarang, Vol. 12, No. 2, 2020, 160.

¹⁵ Supriyadi, *Analisis Mutu Produk Dalam Rangka Pencapaian Volume Penjualan Di PT. Pardic Jaya Chemicals*, Jurnal Mozaik, Vol. IX, No. 2, 2017, 154.

berkah dan mendapat ridho dari Allah SWT. Hakikat keberkahan usaha itu adalah kemantapan dari usaha yang dilakukan dalam mendapat keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.¹⁶

C. Inovasi Produk Dalam Islam

Seorang pebisnis hendaknya mempunyai pemikiran yang berkaitan dengan inovasi yakni inovatif. Seorang pengusaha dituntut agar menggambarkan seorang yang inovatif dan mempunyai gagasan serta cara dalam mengoptimalkan bisnis yang dikuasai. Mental inovatif tersebut diperkenalkan pada karya-karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau pelayanan jasa bagi pelanggan.

Perubahan merupakan unsur yang berkaitan erat dengan kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi adalah prosesnya sedangkan perubahan adalah hasil. Perubahan memang suatu keniscayaan dalam hidup ini, namun pada *entrepreneurship* diusahakan bagaimana supaya perubahan tersebut menghasilkan sebuah konsep nyata dalam bisnis yang membawa keuntungan. Dorongan untuk melakukan perubahan juga menjadi salah satu nilai yang diajarkan oleh Al-Qur'an, firman Allah:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيَّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

¹⁶ Saban Echdar, Maryadi, *Etika Bisnis & Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 110.

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (QS. Al-Ra’d: 11).”¹⁷

Ayat ini mempunyai keterkaitan dengan surat Al-Anfal ayat 53:

ذٰلِكَ بِاَنَّ اللّٰهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِّعْمَةً اَنْعَمَهَا عَلٰى قَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْ ۗ وَاَنَّ اللّٰهَ

سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ

“Yang demikian itu adalah karena sesungguhnya Allah sekali-kali tidak akan merubah sesuatu nikmat yang dianugerahkan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu mengubah apa-apa yang ada pada diri mereka sendiri, dan sesungguhnya Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.” (Q.S. Al-Anfal:53)

Kedua ayat tersebut sama-sama membicarakan mengenai perubahan sosial, dapat diketahui dengan penggunaan kata *qoum* yang berarti masyarakat, namun diantara keduanya ada yang membicarakan perubahan secara umum (*'am*), ada yang membahas perubahan tertentu (*khas*). Ayat pertama membicarakan mengenai perubahan secara umum, baik perubahan dari *ni'mat* (anugerah) menjadi *niqmat* (murka), ataupun sebaliknya. Hal ini dapat dijumpai dengan

¹⁷ Aisyah, *Inovasi Dalam Perspektif Hadis*, Jurnal Tahdis, Vol. 8, No.1, (2017), 92. Diakses melalui <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tahdis/article/view/4009> pada hari Sabtu 05 Nopember 2022 pukul 22.15 WIB.

penggunaan lafal *ma* yang memiliki makna sesuatu secara umum, sedangkan ayat kedua khusus berhubungan dengan perubahan nikmat.

Menurut Quraish Shihab, *ma bi anfusihim* dalam ayat di atas merupakan sisi dalam atau segala hal yang didapati dalam individu suatu masyarakat, seperti etos kerja, pola pikir, sikap mental, dan sebagainya. Sisi dalam inilah yang bisa membuat perubahan pada *ma bi qawn* yang merupakan sisi luar dari suatu masyarakat. Sisi luar ini yang berkaitan dengan sejumlah hal, seperti kekayaan atau kemiskinan, kesehatan, atau penyakit, dan sebagainya.

Ayat di atas adalah konsep perubahan yang diajarkan oleh al-Qur'an, apabila suatu masyarakat ingin berubah menjadi baik, maka yang harus dilaksanakan pertama yaitu menrubah elemen-elemen dasar dalam diri individu yang menyusun struktur masyarakat tersebut. jika suatu masyarakat ingin merubah kondisi perekonomian, maka yang harus dilaksanakan yaitu mengubah etos kerja individu masyarakat tersebut menjadi lebih kreatif, inovatif, lihai memanfaatkan peluang, dan memiliki keinginan untuk menyejahterakan kaumnya. Singkatnya, untuk mengubah perekonomian diperlukan sosok *entrepreneur-entrepreneur* yang handal.¹⁸

Menurut Ath-Thabari dalam tafsirnya, ayat di atas menjelaskan bahwa semua orang itu dalam kebaikan dan kenikmatan. Allah tidak akan mengubah kenikmatan-kenikmatan seseorang kecuali mereka

¹⁸ Muhamad Zulfar Rohman, *Quranic Entrepreneurship (Kajian Maudhu'I Atas Ayat-Ayat Kewirausahaan Dalam Al-Qur'an)* Skripsi: Fakultas Ushuluddin Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus, 2016), 43-44

mengubah kenikmatan menjadi keburukan sebab perilakunya sendiri dengan bersikap zalim dan saling bermusuhan kepada saudaranya sendiri.

Imam Al-Quthubi dalam tafsirnya menjelaskan bahwa Allah memberitahu bahwa Ia tidak mengubah suatu kaum sehingga ada salah satu di antara mereka ada yang mengubahnya. Bisa jadi dari golongan mereka sendiri, pengamat, atau faktor penyebab yang masih mempunyai hubungan sebagaimana para pasukan yang dikalahkan pada saat perang Uhud disebabkan penyelewengan yang dilakukan oleh ahli panah.

Kedua tafsir tersebut, baik ath-Thabari maupun Al-Qurthubi, sependapat bahwa manusia pada dasarnya menerima anugerah kenikmatan tapi perilaku manusia dapat mengubah kenikmatan itu menjadi keburukan atau musibah.¹⁹

Islam juga mendorong kita untuk menjadi orang yang terus berkarya atau kreatif, karena kreativitas dan inovasi dalam bisnis adalah modal untuk terus dapat eksis di tengah persaingan bisnis saat ini. Dalam agama islam, etos kerja menjadi salah satu gagasan yang disoroti. Bahkan terdapat hadits tentang etos kerja yang menarik dipahami. Kebaikan hidup dan perjuangannya pada dasarnya tidak hanya demi kehidupan di akhirat tetapi juga di dunia. Islam juga melarang umatnya hanya bermalas-malasan dan menunggu dikasihani

¹⁹ NU Online, <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-ar-ra-d-ayat-11-motivasi-mengubah-nasib-OcXb8> diakses pada tanggal 10 Juni 2023, pukul 11.00

orang lain. adapun dalil hadits tentang etos kerja salah satunya terdapat di dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:

عَنِ الْمُقَدَّامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (مَا أَكَلَ أَحَدٌ

طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ

مِنْ عَمَلِ يَدِهِ) رواه البخاري

“Seseorang tidak memakan suatu makananpun yang lebih baik daripada dia memakan hasil usaha tangannya sendiri; Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud a.s. selalu memakan hasil usaha tangannya sendiri.” (diriwayatkan oleh Al-Bukhari).

Imam Nawawi berpendapat bahwa sebaik-baiknya usaha itu adalah sesuatu yang dilakukan dengan sendiri. Jika usaha tangan itu adalah pertanian, maka itulah sebaik-baiknya usaha, karena semuanya mengandung usaha sendiri, di samping karena pertanian itu adalah tawakkal kepada Allah dan manfaatnya untuk umum, baik manusia maupun binatang melata dan burung.

Menurut pendapat Al-Hafidz Ibnu Hajar, yang paling tinggi di antara usaha tangan itu adalah apa yang diperoleh dari harta kekayaan orang kafir melalui jihad dan itu adalah usaha Nabi Muhammad SAW. itulah seutama-utamanya usaha, karena usahanya itu demi untuk menegakkan Agama Allah.

Di kalangan ulama terdapat perbedaan pendapat tentang usaha yang paling baik itu. Kata Al-Mawardi, bahwa mata pencaharian pokok ialah: pertanian, perniagaan dan perindustrian. Menurut beliau bahwa yang paling sesuai dengan pendapat Imam Syafi'I adalah bahwa usaha yang paling baik itu adalah perdagangan. Menurut Al-Shan'ani yang paling baik itu ialah pertanian, karena lebih dekat dengan tawakal kepada Allah.²⁰

Dari beberapa pendapat di atas, terdapat beberapa pelajaran penting yang harus didalami dalam hadits tersebut, yakni: dalam usaha mencari penghidupan pilihan usaha atau mata pencaharian yang paling baik adalah yang halal dan banyak berkahnya; terdapat dua usaha yang paling baik, yaitu semua usaha baik dilakukan dengan tangannya sendiri, dan semua perdagangan yang bersih dari tipu-menipu dan cara-cara lain yang tercela; dalam hadits tersebut terkandung perintah untuk rajin bekerja dan melarang untuk bermalas-malasan.

²⁰ Sohari, *Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 4, No. 2, 2013, 3.