

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan prioritas penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan negara karena UMKM bisa menjadi solusi dalam mengatasi masalah kesenjangan sosial antar perusahaan.¹ UMKM merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, usaha ini dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok (badan usaha) yang tertuju pada semua sektor ekonomi. Pada era sekarang UMKM berperan penting dalam memajukan ekonomi di Indonesia, tidak hanya itu UMKM juga memiliki peran penting dalam upaya pemerataan maupun peningkatan pendapatan terhadap masyarakat. UMKM memiliki peran penting yaitu terciptanya lapangan pekerjaan untuk masyarakat, sehingga UMKM tersebut bisa menjadi solusi untuk mengatasi masalah dalam mengentaskan kemiskinan. Perkembangan UMKM di Indonesia cukup pesat. Saat ini jumlah UMKM melebihi 64 juta atau 99% pelaku usaha di Indonesia, meningkat 5 juta sejak tahun 2015. Pertumbuhan UMKM yang cepat memiliki pengaruh secara dominan dalam perekonomian Indonesia yaitu dibuktikan dengan fakta bahwa UMKM merupakan sumber mata pencaharian mayoritas masyarakat Indonesia²

¹ Sony Hendra Permana, "Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia" (*Jurnal Aspirasi*, Vol. 8, No. 1, Juni 2017), 25.

² Zakiah Nur Aziz, dkk, "Keberlangsungan Usaha Miro Kecil dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah" (*Jurnal BPPK*, Vol. 15 No. 1, 2022), 14.

Menurut UUD 1945 yang ditetapkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-R /1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.³ Oleh karena itu para wirausaha harus bisa menjadi generasi yang inovatif yang berani mencoba untuk berbuat serta berfikir kreatif dalam menciptakan peluang usaha untuk mencari sumber penghasilan yang dapat membantu kehidupan keluarga maupun orang lain. Dunia Bisnis memiliki banyak pesaing yang dapat menggerakkan suatu perusahaan untuk selalu mengembangkan usahanya dengan ide yang kreatif serta mampu mengikuti trend yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga inovasi perlu dilakukan dalam setiap perusahaan agar usaha yang dimilikinya bisa berjalan sesuai dengan tujuan utama yaitu mencapai target yang diinginkan.

Menurut Woodman dalam Ellitan inovasi adalah perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencakup kreativitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide atau proses baru. Inovasi dapat pula diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi. Perusahaan yang melakukan inovasi produk yang tinggi maka juga berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan melalui

³ Mochammad Reza Rahman, dkk, "Perkembangan UMKM (Usaha Kecil, Mikro dan Menengan) Di Indonesia", Artikel: Universitas Tanjungpura, 2018 80.

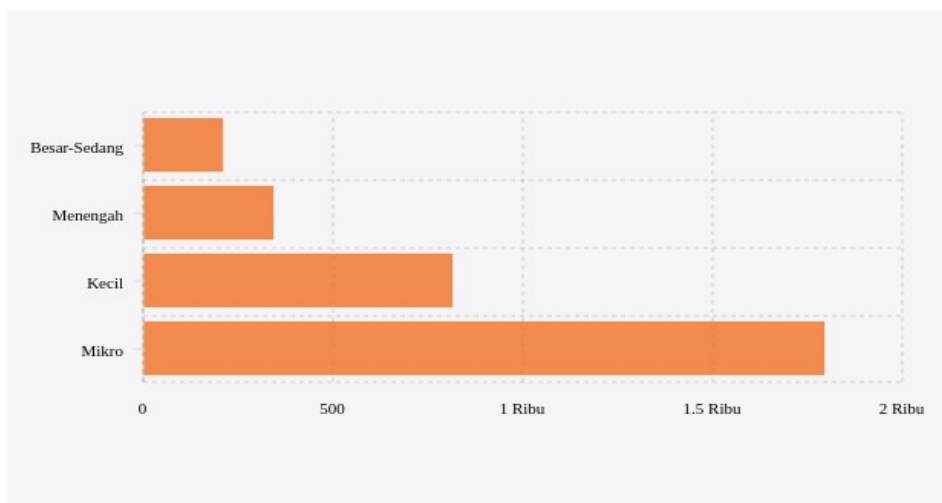
meningkatnya keputusan konsumen untuk membeli dari produk yang dihasilkan. Nilai tambah tersebut dapat berupa desain/model dari produk yang dihasilkan maupun pelayanan dari produk yang dipasarkan. Di zaman sekarang konsumen akan lebih teliti dalam memilih produk yang diinginkan, misalnya produk yang kreatif, unik, menarik, dan berbeda dari yang lain, upaya tersebut bisa dilakukan untuk menarik minat konsumen agar mau membeli produk yang di pasarkan. Sehingga hal tersebut mendorong perusahaan agar terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produknya.⁴ Oleh karena itu, hal tersebut membuat Industri Batik New Colet Jombang melakukan inovasi produk sesuai dengan perkembangan zaman. Inovasi produk yang diterapkan akan menjadi nilai tambah bagi usahanya karena bisa menjadikan usaha tersebut lebih maju serta mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memasarkan produk sejenis.⁵

Batik merupakan kerajinan yang diciptakan oleh leluhur bangsa Indonesia yang turun temurun dan terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman. Batik adalah kain putih yang diberi corak atau motif yang pembuatannya dilakukan dengan cara khusus dengan menekankan malam pada kain dan kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

⁴ Elwisam Rahayu Lestari, "Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Kinerja Pemasaran UMKM" (*Jurnal Riset manajemen dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2), 279.

⁵ Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014). 58.

Grafik 1.1
Jumlah Industri Batik Di Indonesia Berdasarkan Skala Usaha
(2018-2022)



Sumber: Data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian.

Berdasarkan data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian, ada sekitar 3.159 unit usaha batik yang tercatat di seluruh Indonesia. Berdasarkan data jumlah industri Batik Di Indonesia pada tahun 2018-2022 industri batik mayoritas berskala mikro. Skala besar-sedang mencapai 208, skala menengah mencapai 342, skala kecil mencapai 815 dan skala mikro mencapai 1.794.

Batik dinilai memiliki Peran dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Bukan hanya sebagai pakaian sehari-hari, akan tetapi juga sebagai busana dalam acara dan ritual-ritual penting. Salah satu industri batik di Jawa Timur yaitu Kabupaten Jombang, batik tulis khas Jombang mulai ada pada tahun 1900-an dan terus mengalami perkembangan sampai sekarang.⁶ Destinasi

⁶ Diane Eka Sukowati dan Mufidah, "Penerapan Konsep Lintas Budaya Pada Perancangan Wisata Batik Khas Jombang Di Kabupaten Jombang" *Artikel*: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

di wilayah Jombang di terapkan ke dalam seni batik, sehingga muncul motif-motif yang terkenal dengan sebutan “Motif Jombangan”.

Tabel 1.2
Data Industri Batik Di Kabupaten Jombang

No	Nama Usaha	Alamat	Produk	Proses Inovasi
1.	Batik Sekar Jati	Jl. Jatipelem, RT.01/RW.01	Batik tulis	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas motif Jombangan - Motif sesuai permintaan konsumen
2.	Batik New Colet	Jl. Jatipelem, RT.04/RW.01	Batik tulis, batik cap, batik kombinasi, ecoprint, printing. Produk jadi (baju dan jilbab).	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas motif jombangan, dan menciptakan motif khas Jatipelem - Pengembangan motif jombangan dengan motif ciptaannya - Pengembangan jenis teknik batik
3.	Batik Litabena	Jl. Jatipelem RT.05/RW.01	Batik tulis, batik cap, batik kombinasi	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas motif Jombangan - Motif sesuai permintaan konsumen
4.	Batik DK Jombang	Perum Candi Indah Blok C-6, RT.04/RW.09	Batik tulis, batik cap, printing, produk jadi (pakaian)	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas motif Jombangan - Motif sesuai permintaan konsumen - Inovasi produk jadi
5.	Batik Tulis Asli Madura (Tebu Ireng Jombang)	Cukir, Kecamatan Diwek	Batik tulis	<ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas batik tulis Madura
6.	Sabda Batik	Jl. Empu Nala No.10, Kepanjen	Batik Ecoprint, sarung	<ul style="list-style-type: none"> - Dominan dengan produk jadi

7.	Batik Berkah Mojo	Dusun sanan timur, Sanan Selatan, Mojotrisno	Batik tulis, batik cap.	- Dominan dengan produk jadi
8.	Pesona Batik Jombang	Jl. Jambu GG. 02 No.12, Jabon	Batik tulis, batik cap, batik celup	- Dominan budaya seperti motif besutan - Motif daun-daunan
9.	Batik Tulis "HSL Mojangi"	Jl. Melati, RT.02/RW.04	Batik tulis	- Ciri khas motif batik tulis Jombangan - Motif daun-daunan.
11.	Batik Alam Rose Strar	Perum griya tambakrejo asri, Jl. Anggrek No.2, Tambakrejo	Batik tulis warna alam, sepatu batik tulis, tas batik tulis.	- Ciri khas batik tulis warna alam

Sumber: Data diolah dari data industri batik di Kabupaten Jombang.

Tabel 1.2 diatas merupakan data industri batik yang ada di Kabupaten Jombang yang telah diolah oleh peneliti. Berdasarkan data tersebut perebedaan batik yang ada diatas dengan Industri Batik New Colet yaitu ada beberapa keunggulan sendiri, seperti banyaknya produk batik yang dipasarkan daripada industri batik lain serta memiliki ciri khas yang berbeda dari yang lain. Adapun produk-produk batik tersebut yaitu, batik tulis, batik cap, batik kombinasi, ecoprint dan printing, selain memproduksi lembaran kain juga memproduksi produk yang siap pakai seperti baju dan jilbab, sehingga dengan adanya keunggulan tersebut peneliti memilih Batik New Colet sebagai objek penelitian. Meskipun banyak pesaing di industri batik tidak menyurutkan semangat industri batik New Colet untuk terus berusaha meningkatkan produktivitasnya.

Batik New Colet berdiri sejak tahun 2012 yang dirintis oleh Sutrisno yang awal mulanya beliau merupakan seorang karyawan di Batik Sekartaji yang merupakan pelopor Jombang. Awal mula industri ini didirikan masih sulit berkembang, namun seiring dengan perkembangan zaman pemilik Industri Batik New Colet berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan industri yang dimilikinya tersebut.

Batik yang memiliki ciri khas yang unik, ada beberapa produk yang diciptakann industri Batik New Colet yang identik dengan gambar jati dan buah mangga dan daun mangga serta bunga jati yang tidak kalah saing dengan batik dari daerah lain. Batik New Colet selalu mengembangkan motif dan menciptakan motif baru dari masa ke masa, motif yang dimiliki Batik New Colet yang paling banyak diminati saat ini yaitu motif Wonosekar, Kopi Ekselsa, Sinar Jagad Jombang, Sekar Buana Jombang dll.

Industri Batik New Colet selalu mengembangkan motif-motif batik yang disesuaikan dengan produk tren terkini supaya batik memiliki daya tarik terhadap masyarakat, tidak hanya dari kalangan tua akan tetapi dari semua kalangan bisa untuk tertarik terhadap batik. Batik New Colet memasarkan produknya dengan membuka showroom sehingga memudahkan pembeli untuk bisa berinteraksi langsung, membeli maupun memesan produk. Selain itu pemasaran juga dilakukan melalui distributor dan penjualan secara *online*. Para pelaku usaha harus bisa menciptakan atau melakukan inovasi produk dengan berbagai atribut yang dapat menjadikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan dari sesuai dengan trend

mode.⁷ Pengembangan produk yang dilakukan Batik New Colet melalui inovasi, inovasi tersebut dilakukan dengan pembaharuan motif Batik New Colet dan juga melakukan pembaharuan teknik membatik secara bertahap. Sebelumnya Batik New Colet hanya memproduksi batik tulis dan batik cap saja, akan tetapi seiring berjalannya waktu industri ini melakukan penginovasian teknik membatik seperti teknik kombinasi tulis dan cap, batik ecoprint, merupakan motif yang digunakan dengan memanfaatkan tumbuhan-tumbuhan yang ada di alam, selain itu juga menciptakan produk batik printing. Hal tersebut membuat daya tarik para konsumen terhadap produk Batik New Colet yang membuat konsumen untuk membeli bahkan menjadi berlangganan membeli produk Batik New Colet. inovasi tersebut akan memiliki peran penting yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Inovasi produk mulai dilakukan pada tahun 2018. Batik New Colet sebelum menerapkan inovasi pada produknya masih memiliki produk yang sedikit dan belum dikembangkan, adapun teknik yang dilakukan sebelum adanya inovasi yaitu teknik membatik tulis dan cap saja. Inovasi produk dilakukan dengan cara mengembangkan motif mengombinasikan motif baru dengan motif yang sudah ada, dan menciptakan produk baru, selain itu juga melakukan inovasi terhadap teknik membatik yaitu teknik batik kombinasi tulis-cap, teknik tekstil bermotif batik printing dan teknik tekstil bermotif batik ecoprint.,

⁷ Cindy Yolinda, “ Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Harga,Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan , Dan Trend Mode Terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Lampung, 2018). 28.

Tabel 1.3
Data Penjualan Batik New Colet Jombang
Tahun 2015-2022

No	Tahun	Pendapatan	Inovasi Produk
1	2015-2017	Kurang lebih Rp. 50.000.000,-/tahun	a. Menggunakan teknik membatik tulis b. Motif batik tulis
2	2018	Rp. 450.000.000,-	a. Menggunakan teknik membatik tulis dan cap b. Motif batik tulis dan cap
3	2019	Rp. 480.750.000,-	a. Menggunakan teknik membatik tulis, cap dan kombinasi. b. Motif batik tulis, cap dan kombinasi
4	2020	Rp. 200.800.000,-	a. Menggunakan teknik membatik tulis, cap dan kombinasi. b. Motif batik tulis, cap dan kombinasi
5	2021	Rp. 265.757.000,-	a. Menggunakan teknik membatik tulis, cap, kombinasi, printing dan produk jadi. b. Motif batik tulis, cap, kombinasi, dan produk jadi (baju dan jilbab)
6	2022	Rp. 348.312.000,-	a. Menggunakan teknik membatik tulis, cap, kombinasi, printing dan produk jadi. b. Motif batik tulis, cap, kombinasi, printing, ecoprint dan produk jadi (baju dan jilbab)

Sumber: Data Diolah dari data Batik New Colet

Tabel 1.3 di atas merupakan data penjualan yang diolah pada tahun 2018-2022. Pada tahun 2018-2019 penjualan batik mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2020-2022 mengalami penurunan penjualan batik, hal tersebut dikarenakan adanya pandemi covid. Tahun 2022 industri tersebut

mampu meningkatkan penjualan meskipun belum maksimal yaitu mencapai Rp. 348.312.000,-. Penerapan inovasi pada produknya dilakukan melalui pembaruan teknik serta motif menjadikan pelanggan semakin tertarik untuk membeli produk yang dimiliki Batik New Colet.

Pemilik Industri UMKM Batik New Colet Jombang mengungkapkan bahwa dengan adanya perubahan pasar mendorong Industri Batik New Colet untuk melakukan antisipasi strategi inovasi produk dengan berbagai cara supaya industri tersebut tetap mampu bersaing dengan industri batik lainnya serta bisa menarik minat konsumen kembali. Inovasi belum tentu selalu mengalami keberhasilan, oleh karena itu untuk mencegah kegagalan dalam melakukan inovasi perlu melakukan penemuan-penemuan serta ide-ide baru yang sesuai dengan perubahan pasar agar inovasi yang dilakukan bisa diterima oleh para konsumen agar konsumen mempunyai daya tarik terhadap produk tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis strategi inovasi produk yang dilakukan industri Batik New Colet sebagai salah satu bentuk untuk memikat konsumen agar tertarik melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan, selanjutnya dirumuskan menjadi **“PERAN STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada Batik New Colet Jombang).**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang yang sudah di uraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang menjadi inti pokok dari pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi inovasi produk pada Batik New Colet Jombang?
2. Bagaimana peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Batik New Colet Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa bagaimana strategi inovasi produk pada batik New Colet Jombang.
2. Untuk menganalisa peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Batik New Colet Jombang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis
 - a. Peneliti ini diharapkan bisa menambah literasi dan kajian pengetahuan di kalangan akademisi, khususnya mahasiswa IAIN Kediri yang berguna untuk dipelajari, dikaji, maupun dilakukan penelitian lebih lanjut tentang cara atau strategi inovasi produk pada Usaha Mikro Kecil Menengah guna untuk meningkatkan volume penjualan.

b. Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi referensi dalam penelitian berikutnya yang mempunyai kesamaan pada fokus penelitian.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti untuk mengetahui mengenai strategi inovasi produk pada Usaha Mikro Kecil Menengah untuk meningkatkan volume penjualan. Serta dengan dilakukan penelitian ini dapat menambah ilmu serta wawasan dalam pembuatan karya ilmiah yang baik dan benar sesuai dengan kaidah penulisan.

b. Bagi Responden

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah informasi yang positif dan sebagai bahan masukan dan rujukan dalam mengembangkan sumber daya yang ada di kalangan masyarakat serta dapat menjadi ide dalam melakukan inovasi pada suatu usaha.

c. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menambah referensi tentang peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga dapat menambah wacana dan pemikiran terhadap usaha home industri untuk dijadikan rujukan dan motivasi serta perbandingan terhadap usaha yang sedang dikembangkan.

E. Telaah Pustaka

Berikut telaah yang digunakan oleh penulis:

1. Skripsi Mahmudah Anis Sholihah (UIN Walisongo Semarang) yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Sirup Jahe 33 (Studi kasus pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec Limbangan Kab Kendal)”.

Dari penelitian ini bisa diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran dilakukan yaitu melalui penerapan segmentasi, targeting dan positioning secara benar, serta melakukan bauran pemasaran *marketing mix*, sementara strategi inovasi produk yang dilakukan yaitu dengan mengembangkan produk serta menciptakan produk baru.⁸ Letak persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik triangulasi serta mempunyai pokok pembahasan dalam meningkatkan volume penjualan. Kemudian perbedaannya yaitu penelitian terdahulu memiliki fokus pada strategi pemasaran, inovasi, serta peningkatan penjualan pada UMKM Sirup Jahe 33 sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti hanya berfokus pada variabel strategi inovasi produk dan volume penjualan, serta peneliti mengambil objek pada industri Batik New Colet Jombang.

⁸ Mahmudah Anis Sholihah, “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Sirup Jahe 33” (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2021), 6

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Dhestari (IAIN Palangkaraya) yang berjudul “Inovasi Produk Kue Naska Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sukabumi Jawa Barat”.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan Kue Naska yaitu dengan cara mengembangkan produk dari segi rasa maupun bentuknya yang bervariasi supaya konsumen tidak bosan dan tetap tertarik, dan kue yang diproduksi mempunyai ukuran yang lebih besar daripada produk kue lainnya, lokasinya juga strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.⁹ Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif serta membahas tentang strategi inovasi produk yang dilakukan dalam bisnis UMKM. Kemudian perbedaannya yaitu dalam penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen dengan adanya inovasi produk sedangkan dalam penelitian membahas tentang upaya dalam menginovasikan produk agar meningkatkan volume penjualan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rina Lismawati (IAIN Kediri) yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Di CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri)”.

Dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh CV Wecono Asri Dandangan yaitu dengan penambahan produk yang sudah ada,

⁹ Nadiya Dhestari, “Inovasi Produk Kue Naska Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sukabumi Jawa Barat” (Skripsi : IAIN Palangkaraya, 2020), 4.

memperluas lini produknya serta menciptakan produk yang berkualitas yang berprinsip pada pemasaran Rabbaniyyah¹⁰ Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif serta membahas upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini berfokus pada menganalisis strategi pengembangan sementara penelitian penelitian peneliti berfokus pada strategi inovasi produk yang dilakukan oleh industri batik New Colet Jombang.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Maya Putri (IAIN Kediri) yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktivitas Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di Batik And Art Gallery Lochatara, Jl. Kenanga 07/02, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri)”.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan dilakukannya pengembangan produk mempunyai keterkaitan dengan peningkatan produktivitas. Pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien.¹¹ Letak kesamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang UMKM batik serta sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kemudian perbedaannya yaitu fokus tujuannya, dalam penelitian ini berfokus

¹⁰ Rina Lismawati, “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syariah Marketing” (Skripsi: IAIN Kediri, 2021), 4.

¹¹ Kiki Maya Putri, “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktivitas Ditinjau Dari Manajemen Syariah” (Skripsi: IAIN Kediri, 2021), 8.

untuk meningkatkan produktivitas di batik Wecono Asri sesuai dengan Manajemen Syariah, sedangkan pada penelitian peneliti berfokus pada peningkatan volume penjualan pada batik New Colet Jombang.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Ibnuwasum (IAIN Bengkulu) yang berjudul “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Shiren Hijab Bengkulu”.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk serta penambahan produk baru.¹² Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta mempunyai pokok pembahasan tentang inovasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Perbedaannya yaitu sumber data diperoleh dari hasil wawancara terhadap owner hijab sedangkan pada penelitian peneliti sumber data diperoleh dari owner batik serta pada penelitian ini membahas inovasi sedangkan penelitian peneliti lebih menekankan pada strategi inovasi serta objek yang diteliti dalam penelitian ini memiliki objek produk hijab sedangkan pada penelitian peneliti memiliki objek pada produk batik pada Batik New Colet Jombang.

¹² Lia Ibsnuwasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Shiren Hijab Bengkulu” (Skripsi: IAIN Bengkulu, 2020), 6.