

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan perusahaan kecil dan menengah berkembang pesat pada saat ini. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan bisnis yang fleksibel sehingga banyak yang memilih untuk mendirikan bisnis. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dipimpin oleh perorangan atau pelaku di semua sektor ekonomi.<sup>1</sup> Banyaknya jumlah pengusaha baru tidak menghalangi munculnya pesaing baru yang mengeluarkan jenis produk yang sama atau berbeda.

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan telah membawa manusia pada gaya hidup yang lebih dinamis, efisien dan produktif. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen dan mengikuti perkembangan zaman. Fenomena ini menuntut para pengusaha untuk pandai berinovasi, seperti mendesain ulang produk lama dan mengembangkan produk baru agar masyarakat mau membeli produk tersebut. Perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk menghasilkan produk dengan nilai jual dan daya saing yang tinggi, sehingga perusahaan tidak kalah dengan pesaing lainnya. Oleh karena itu, pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan penting dilakukan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Perencanaan (desain) dan pengembangan produk yang berkualitas adalah

---

<sup>1</sup> Tulus T.H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 17

kunci keberhasilan dalam berbisnis.<sup>2</sup>

Pengusaha harus memiliki ide-ide kreatif dan unik dalam proses inovasi produk untuk membedakan produk dengan pesaing. Dengan perencanaan strategi yang baik, maka perusahaan akan semakin mudah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>3</sup> Inovasi produk merupakan salah satu cara pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya, hal ini merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif dan keberhasilan inovasi yang diterapkan harus berkelanjutan.

Persaingan dalam industri batik semakin ketat, seiring dengan terus bertumbuhnya industri batik di Kab Kediri. Persaingan yang semakin ketat ini mendorong para pengusaha batik untuk membuat terobosan atau inovasi, dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan batik yang mereka hasilkan. Inovasi-inovasi yang terus dilakukan oleh para pengusaha batik berperan penting agar bisa bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini. Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, merupakan salah satu inovasi yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Endang Sulistiya Rini, "Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan", *Jurnal Ekonom*, Vol. 16 No. 1, (2013), 30

<sup>3</sup> Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman, "Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya", *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* Vol. 7 No. 3, (Desember 2014), 175.

<sup>4</sup> Crisdianto Hendi dan Ratih IndrayaniI, Peranan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Batik Tanjung Bumi Ibu Masudi, *Jurnal AGORA* Vol. 1 No. 1, (2013), 1–12.

Usaha batik yang ada di Kab Kediri yaitu Batik Lochatara. Perusahaan tersebut merupakan pengrajin batik yang beralamatkan di Jl. Kenanga 07/02 Desa Jajar Kec. Wates Kab. Kediri dengan nama pemilik adalah Bapak Hery Setiawan. Batik Lochatara mampu bertahan ditengah perkembangan yang ada. Berikut merupakan usaha-usaha batik yang ada di Kab Kediri.

**Tabel 1.1**

**UMKM Batik Kab. Kediri**

<b>No</b>	<b>Nama Usaha</b>	<b>Alamat</b>	<b>Produk</b>
1	Batik Panji	Jl.Gereja No. 20, Wonosari, Kec. Grogol, Kab. Kediri	• Batik Tulis
2	Batik And Art Gallery Lochatara (Hery Setiawan)	Jl. Kenanga No. 02/07, Jajar, Kec. Wates, Kab. Kediri	• Batik Tulis • Cap • Printing • Abstrak Tulis • Ecoprint • Kemeja • Baju batik wanita • Blezer • Masker batik • Tas batik • Sepatu batik • Syal batik • Busana Kab. Kediri
3	Joglo Suminar Batik	Jl. Ki Hajar Dewantoro No.74, Sekoto, Kec. Badas, Kab. Kediri	• Batik Tulis • Semitulis • Printimg • Ecoprint • Busana Kab. Kediri
4	Batik Jumputan Galuh Kadiri	Jl. Cendrawasih No.14, Dermo, Kec. Mojoroto, Kab. Kediri	• Batik Jumputan
5	Batik Esri	Dsn. Banjarejo, RT 3/RW. 5, Besuk,	• Batik Tulis • Cap

		Kec. Gurah, Kab. Kediri	• Busana Kab. Kediri
6	Batik Tulis Kediri (Lathifa)	Jl. Panji Asmoro Bangun, RT. 02/RW. 01, Paras, Banjarejo, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri	• Batik Tulis
7	Oxtie Batik	Gogorante, Kec. Ngasem, Kab. Kediri	• Batik Tulis • Printing • Cap
8	Hardini Batik	Jl. Gajah Mada 04, Papar Selatan, Kec. Papar, Kabupaten Kediri.	• Batik Tulis • Cap • Shibori

Sumber: Hasil Observasi di UMKM Batik Kab Kediri 2022

Berdasarkan data diatas tabel 1.1 dapat dilihat bahwa UMKM Batik di Kabupaten Kediri cukup banyak. Dapat dilihat bahwa semakin banyak UMKM Batik yang berdiri maka semakin menggiurkan peluang yang muncul, tidak hanya di industri batik. Hal ini mengakibatkan banyaknya UMKM Batik yang menghasilkan berbagai produk alternatif. Salah satu strategi bagi pengusaha batik adalah mendorong inovasi produk guna meningkatkan kualitas produk dan volume penjualan.

Menurut Steve Kensinger yang dikutip oleh Aang Curatman, melalui inovasi perusahaan dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau berbeda dari yang telah diproduksi, atau menghasilkan produk yang merupakan penyempurnaan dari produk yang sudah ada. Saat menggunakan suatu produk, konsumen tidak hanya tertarik pada harga atau fungsionalitas dari produk tersebut, tetapi mereka juga ingin mengetahui apakah produk yang dibeli memiliki keistimewaan atau keunggulan dibandingkan produk sejenisnya. Perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan ini sebagai titik awal untuk proses inovasi. Mengingat mayoritas pesaing produk terus mempertahankan posisinya dari

tahun ke tahun, inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang bagus untuk meningkatkan penjualan produk.<sup>5</sup>

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa masalah yang perlu diatasi dalam berbisnis seperti volume penjualan yang menurun, gagal memenuhi target penjualan, meningkatnya persaingan, dan sulitnya mencari ide-ide baru. Menemukan ide-ide baru untuk mengembangkan produk yang populer di pasar. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk. Persaingan yang sering terjadi antar UMKM Batik Lochatara menuntut mereka untuk lebih inovatif dari pesaing sebelumnya. Berikut data pesaing UMKM Batik Lochatara:

---

<sup>5</sup> Aang Curatman, Rahmadi, "Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman di Wilayah Hajarmukti Kota Cirebon", Jurnal Logika, Vol XVIII, No 3, Desember 2016.

Tabel 1.2

## Perbandingan UMKM

## Batik Lochatara, Esri Batik, Oxtie Batik

Kategori	Batik Lochatara	Esri Batik	Oxtie Batik
Produk dan Harga	a. Batik Tulis Rp 500.000- 2.000.000 b. Batik Cap Rp 125.000- 400.000 c. Batik Printing Rp 100.000- 175.000 d. Kemeja batik Rp 100.000- 200.000 e. Baju batik wanita Rp 75.000-175.000 f. Blazer Rp 150.000- 200.000 g. Masker batik Rp 5.000 h. Sepatu batik wanita Rp 50.000 i. Sepatu batik pria Rp 80.000 j. Tas batik Rp 150.000 k. Syal batik Rp 20.000- 30.000 l. Widihan Ma panji Rp 700.000 m. Ken Kadiri Rp 500.000 n. Ksatria Rp 485.000	a. Batik Tulis Rp 600.000-2.000.000 b. Batik Cap Rp 250.000 - 450.000 c. Widihan Mapanji Rp 700.000 d. Ken Kadiri Rp 500.000 e. Baju Khas Kediri Ksatria Rp 485.000	a. Batik Tulis Rp 550.000-700.000 b. Batik Cap Rp 250.000-350.000 c. Batik Printing Rp 250.000
Promosi	a. Shopee b. Tokopedia c. Instagram (diperbarui setiap ada motif baru) d. Whatsapp (rutin setiap hari) e. Tiktokshop	a. Instagram b. Kartu nama c. Whatsapp d. Mengikuti berbagai stand pameran batik	a. Tokopedia b. Instagram c. Kartu nama d. Whatsapp e. Mengikuti berbagai stand pameran batik

	<ul style="list-style-type: none"> <li>f. Melakukan endorsement dengan bantuan selebgram</li> <li>g. Kartu nama</li> <li>h. Dari mulut ke mulut</li> <li>i. Mengikuti berbagai stand pameran batik</li> </ul>		
Penjualan	Pre order (pemesanan secara partai), datang ke toko (untuk barang jadi)	Pre order (pemesanan secara partai), datang ke toko (untuk barang jadi).	Pre order (pemesanan secara partai), datang ke toko (untuk barang jadi).
Lokasi	Jl. Kenanga No. 02/07, Ds. Jajar Kec. Wates Kab. Kediri	Dsn. Banjarejo RT 3/RW. 5, Besuk Kec. Gurah Kab. Kediri	Ds. Gogorante Kec. Ngasem Kab. Kediri
Proses	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasional pukul 07.30-17.00 WIB</li> <li>b. Buka setiap hari</li> <li>c. Pelayanan dengan mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasioal pukul 09.00-17.00 WIB</li> <li>b. Buka senin-sabtu</li> <li>c. Pelayanan sesuai dengan pesanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jam operasional 08.00-18.00 WIB</li> <li>b. Buka sabtu-minggu</li> <li>c. Pelayanan sesuai dengan pesanan</li> </ul>
SDM (Sumber Daya Manusia)	23 karyawan	10 karyawan	5 karyawan
Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Luasnya tempat parkir</li> <li>b. Kamar mandi</li> <li>c. Perpustakaan</li> <li>d. Ruang tunggu untuk tamu yang nyaman dan bersih</li> <li>e. Hp</li> <li>f. Komputer</li> <li>g. Printer</li> <li>h. AC</li> <li>i. Tersedia sound music</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tempat parkir cukup</li> <li>b. Ruangan nyaman dan bersih</li> <li>c. Hp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tempat parkir cukup</li> <li>b. Hp</li> <li>c. Kamar mandi</li> </ul>
Jumlah pengunjung per minggu	25 pengunjung	15 pengunjung	7 pengunjung

Sumber: Data diolah peneliti, Wawancara dengan Pemilik Batik Lochatara, Esri Batik, Oxtie Batik (2022)

Dari data diatas tabel 1.2 dapat dilihat perbandingan antara ketiga industri batik tersebut. Perbedaannya bisa dilihat dari nama, jenis produk hingga harga produk yang dihasilkan. Tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah karyawan dan pengunjung yang mengunjungi Esri batik dan Oxtie batik setiap minggunya relatif lebih rendah dibandingkan dengan Batik Lochatara. Meskipun terdapat pesaing dengan produk yang hampir sama tingkat dan kualitasnya, hal ini tidak menghentikan Batik Lochatara untuk tetap berinovasi/ mengembangkan produknya dengan membuat motif-motif batik yang unik dan lebih inovatif untuk meningkatkan kualitas produk dan penjualannya. Batik Lochatara selalu mengutamakan kenyamanan dan kualitas pelanggan sehingga kualitas produk yang dihasilkan Batik Lochatara dapat tersebar melalui jaringan konsumen secara word of mouth.

Dalam survei terhadap beberapa pesaing, terbukti bahwa Batik Lochatara terlihat lebih unggul mulai dari memiliki produk dan harga yang bervariasi, banyak strategi dan cara melakukan promosi dan penjualan, serta jumlah karyawan yang lebih banyak. Perbandingan diatas menunjukkan bahwa Batik Lochatara melakukan pemasarannya dengan cukup baik yaitu mengutamakan pelayanan konsumen dan kualitas produk yang selalu dijaga, sehingga Batik Lochatara memiliki brand image yang baik di mata konsumen. Hal ini terlihat dari para pengunjung bahwa Batik Lochatara memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing, hal ini juga terlihat dari adanya owner yang terlibat langsung dalam proses produksi produk batik. Dalam pembuatan produk, Pak Heri selaku pemilik Batik Lochatara mendesain dan mendeskripsikan produk yang akan dibuat oleh



karyawan, Pak Heri selaku pemilik bertanggung jawab untuk pemasaran ke konsumen.

UMKM harus memiliki strategi tersendiri dalam menghadapi berbagai persaingan. Inovasi produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang membutuhkan penciptaan desain produk baru untuk meningkatkan volume penjualan. Karena inovasi produk akan membuat produk berbeda dari yang lain. Sehingga keuntungan dari inovasi produk tersebut dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang membeli produk dan diharapkan hal ini dapat meningkatkan keuntungan UMKM. Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa peneliti tertarik untuk menggunakan variabel inovasi produk dikarenakan UMKM saat ini membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan produknya.<sup>6</sup> Selain itu, produk tersebut dinilai memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk-produk sejenisnya.

Batik Lochatara merupakan UMKM Batik yang selalu konsisten menghadirkan motif-motif budaya daerah serta kekayaan alam yang ada di Kediri melalui motif-motifnya yang unik. Batik Lochatara berdiri pada tanggal 13 Agustus 2015. Pertama kali berdiri hanya memproduksi 3 jenis produk saja yaitu batik tulis, cap dan pakaian batik pria/wanita. Berikut adalah jenis motif batik yang dibuat oleh Pak Heri (Owner Batik Lochatara) sebelum melakukan inovasi produk (2016-2017) salah satunya seperti batik cap motif Ikan Koi Plosoklaten, motif Kopi Pecah, motif Simbar Adan- Adan, motif Simbar Gumul, motif Teratai Kuning, motif Kuda, motif Bekicot latar ungu, motif Sulus Sekar Sepatu, motif Sekar

---

<sup>6</sup> Subagyo, Masruroh Aini, dan Bastian Indra, *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017), 44.

Jagad dan batik tulis motif Kelud, motif Gajamina situs Adan-adan, motif Bumi Khadiri.

Batik Lochatara terus melakukan inovasi produk melalui pengembangan motif batik dari tahun ke tahun. Nama “Batik Lochatara” ini berawal dari pemilik batik yang menyukai budaya. Nama Lochatara sendiri diambil dari bahasa sansekerta yang artinya luar biasa. Sebagai sebuah perusahaan, kelangsungan dan perkembangan ditentukan dan dituntut untuk berinovasi. Berbagai jenis dan model batik yang dihasilkan, serta produk pakaian batik ditawarkan sebagai wujud inovasi produk agar dapat diterima konsumen dan mampu bersaing dengan produsen batik lainnya. Dalam hal ini inovasi melalui motif batik memiliki peran penting, karena memberikan daya tarik visual yang mempengaruhi selera, preferensi, dan daya beli konsumen.

Batik lochatara mulai melakukan inovasi produk pada tahun 2018. Adapun inovasi motif batiknya yaitu terdiri dari batik cap motif Panji Galuh, motif Tondowongso, motif Totok Kerot, motif Kawung SLG, motif Parang Gumul, motif Jaranan 3D, motif Wayang: Anoman, Anjani, Bathara Antaboga, Demang Antaboga, Raden Antarejo, Anggada, Amongdhenta, motif Nanas Kelud, motif Mangga Podang, motif Parang Gumul Jaranan, motif Koi 3D, motif Kelud Berapi. Batik tulis motif mawar ceplok, motif Sudhamala Candi Tegowangi, motif Simbar Gajamina, motif Arca Gajamina, motif Gringsing Jaranan, motif Legenda Lembu Suro, Batik printing motif sekaran, motif Gurda, motif Panji Gringsing Semburat, motif wayang, motif ron-ronan.

Pada tahun 2019-2022 motif batik yang diproduksi semakin banyak. Yaitu batik cap motif Sekar sepatu, motif Barongan, motif Panji, motif Gurita, motif Parang Teratai, motif Sulus Kencana, motif Panji Merak, motif Truntum Panji, motif Kuda Lumping, motif Pandji Anggrek, motif Anggrek Pakis, motif Alur Brantas, motif buah Markisa, motif Belalai Gajamina, motif Anjuk Ladang, motif Turangga, motif Bung Karno, motif Gumul Menjulang, motif Gumul 3 Negeri, Jayastamba, motif Candi Penataran, motif Banteng, motif Mahkota Jayabaya, motif Panji Asmorobangun, motif Srikandi, motif Turangga Surya, motif Ilalang, motif Padi Sumebyar, motif Kura-kura, motif Parang Kendang Sentul, motif Kembang Sabungkul, motif Bekicot Kontemporer, motif Tiga Payung Kencana, motif Sulus Rinonce, motif Bima 3D, motif Sulus Arjun, motif Candi Rimbi, motif Jerapah Abang, motif Sinden Jawa, motif Ayam Alasan, motif Wolung Puspa, motif Arjuna Wiwaha, motif Parang Sogan, , motif Dahanapura, motif Ron Gringsing, , motif Panji Kupu-kupu, motif Merak Api, motif Parang Jaranan, motif Jaranan Lidah Api, motif Lidah Api Mahkota Jayabaya, motif Kembang Sawi. Batik Tulis motif Padma Kadiren, motif Gringsing Jaranan, motif Bekicot, motif Kelud dan Lembu Suro, motif Prasasti Lucem, motif Gringsing Dahana, motif Methe Kuda Lumping, motif Panji Hitam, motif Gringsing Mahkota Sri Aji Joyoboyo, motif Sedah Abrit, motif Nanas Abstrak, motif Ron Telo. Batik printing motif Klasik, motif Peksi, motif Abstrak, motif Gringsing Tunjung Ijo, motif Mega Mendung, motif Nanas Kelud, motif Gringsing Teratai, motif Kawung, motif Lidah Api biru, motif Gringsing kuning.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Hery Setiawan, Pemilik Batik Lochatara, Kab. Kediri, 8 Agustus 2022.

Galeri Batik lochatara memajang dan memamerkan koleksi kain batik dengan motif yang modern salah satunya juga batik motif khas Kabupaten Kediri. Selain itu, kreasi dan inovasi yang dihasilkan batik lochatara seperti tas batik, sepatu batik, syal batik, masker batik, kemeja batik, baju batik wanita, blezer, baju adat Kab. Kediri juga dipamerkan di galeri. Berbagai koleksi batik disimpan dan dipamerkan untuk memberikan informasi puncak-puncak capaian artistik dan estetika pengrajin batik. Pembeli dapat mengakses dan mengapresiasi kualitas estetika batik yang dibuat Batik Lochatara. Oleh karena itu kehadiran galeri batik lochatara tidak hanya untuk mengapresiasi seni atas koleksi yang dimilikinya, tetapi juga sebagai ajang promosi dan strategi pemasaran produk-produk yang dihasilkannya.

Inovasi yang dilakukan oleh Batik Lochatara dapat mendongkrak tingkat permintaan konsumen. Semakin besar jumlah permintaan konsumen, maka penjualan yang dihasilkan juga akan meningkat. Oleh karena itu dengan melakukan inovasi produk, Batik Lochatara dapat menarik konsumen, sehingga meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan yang lebih.

Dalam periode ini, dapat dikatakan bahwa kemajuan yang diperoleh meningkat meskipun jumlah konsumen berfluktuasi setiap harinya. Hal ini dapat dilihat data penjualan batik di CV. Bumi Panji Batik Lochatara:

**Tabel 1.3**  
**Data Hasil Penjualan Batik Lochatara**  
**Per Tahun 2016-2017**  
**Sebelum Inovasi Produk**

No	Jenis Produk	Penjualan Tahun 2016	Penjualan Tahun 2017
1	Batik tulis	83 pcs	69 pcs
2	Batik cap	401 pcs	346 pcs
3	Pakaian batik pria/wanita	299 pcs	247 pcs
	<b>Total</b>	<b>783 pcs</b>	<b>662 pcs</b>

Sumber : Dokumen CV. Bumi Panji Batik Lochatara telah diolah dalam rupiah (2022)

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap pemilik Batik Lochatara yang menyampaikan bahwa setelah inovasi produk pada tahun 2018 terjadi peningkatan penjualan batik sebesar 35%. Hal tersebut merupakan hasil dari inovasi produk yang baik dan desain motif yang dibuat selalu mengikuti perkembangan zaman maka akan memberikan efektivitas penjualan yang baik juga untuk Batik Lochatara.

Inovasi yang dilakukan oleh Batik Lochatara ini dengan cara tidak menghilangkan produk lama, melainkan dengan mengembangkan motif batik yang baru dan lebih inovatif. Selain itu, Batik Lochatara juga meningkatkan produk yang relatif baru dan belum ada sebelumnya. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Peran Inovasi Produk Batik Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada CV. Bumi Panji Batik Lochatara Kediri).**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk batik pada CV. Bumi Panji Batik Lochatara Kab. Kediri?
2. Bagaimana peran inovasi produk batik dalam peningkatan volume penjualan pada CV. Bumi Panji Batik Lochatara Kab. Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui inovasi produk batik pada CV. Bumi Panji Batik Lochatara Kab. Kediri.
2. Untuk mengetahui peran inovasi produk batik dalam meningkatkan volume penjualan pada CV. Bumi Panji Batik Lochatara Kab. Kediri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam beberapa aspek yang terkait dengan penelitian ini, adapun manfaat yang akan diberikan dalam 2 aspek adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di sektor UMKM khususnya industri batik dalam meningkatkan volume penjualan.
  - b. Dapat mengubah pola pikir kita menjadi lebih kritis dan analitis dalam menghadapi permasalahan yang muncul dalam dunia pemasaran.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh peneliti tentang peran inovasi produk batik dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Bumi Panji Batik Lochatara.

### b. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap inovasi produk batik lochatara sehingga inovasi produk batik lochatara terus berkembang untuk meningkatkan volume penjualan.

### c. Bagi Institut

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademis dan menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya untuk mencapai lebih banyak lagi dalam mengembangkan dan menyempurnakan penelitian ini.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu tentang peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan yaitu:

1. Peranan Pengembangan Produk Sanitary Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Sampun Mapan Kota Kediri oleh Rizky Aulia Syafitri (2019), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dengan tujuan untuk mengetahui peningkatan penjualan setelah dilakukan pengembangan produk pada UD. Sampun Mapan Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dan

diperoleh kesimpulan bahwa pengembangan produk yang dilakukan UD. Sampun Mapan dengan meningkatkan pengembangan dan peragaman produk dapat meningkatkan volume penjualan. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi penelitian, penelitian yang akan dilakukan di UMKM Batik Lochatara Kab. Kediri. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan volume penjualan produk juga metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.<sup>8</sup>

2. Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri oleh Farah Habibah (2020), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dengan tujuan untuk mengetahui Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan diperoleh kesimpulan bahwa inovasi produk yang menjadi unggulan di UD. Merah Delima Bandar Lor Kota Kediri untuk meningkatkan volume penjualan yaitu menggunakan strategi inovasi dengan menambahkan produk baru dengan bahan-bahan yang berkualitas, higienis dan fresh from oven dengan kemasan atau packaging spesial. Adapun perbedaannya penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi penelitian, penelitian yang akan dilakukan di UMKM Batik Lochatara. Sedangkan persamaan penelitian adalah

---

<sup>8</sup> Rizky Aulia Safitri, Skripsi: "*Peranan Pengembangan Produk Sanitary Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UD Sampun Mapan Kota Kediri)*". (Kediri : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2019).



sama-sama membahas variabel inovasi produk dan meningkatkan volume penjualan juga metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.<sup>9</sup>

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian lain. Penelitian batik yang pernah dilakukan di kampus:

### 3. Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0

Dalam Perspektif Marketing Syariah Pada Batik Wecono Asri Kota Kediri oleh Dewi Tri Lestari (2021), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan ini menemukan hasil penelitian usaha yang dijalankan oleh Batik Wecono Asri belum sepenuhnya menerapkan marketing syariah karena penetapan harga untuk konsumen tergantung pada identitas konsumen, hal itu mengarah pada ketidakadilan bagi konsumen dan melakukan promosi online tidak transparan tentang detail produk, harga. Namun dari segi produk Wecono Asri memilih bahan yang berkualitas dan menerima layanan pengembalian dan penukaran dengan baik.

Persamaan penelitian milik Dewi Tri Lestari dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah objek yang diteliti yaitu UMKM Batik. Sedangkan Perbedaannya terletak pada fenomena atau masalah yang akan diteliti. Penelitian Dewi Tri Lestari membahas tentang strategi pemasaran pada UMKM di era revolusi industri 4.0 dalam perspektif marketing syariah, sedangkan penelitian ini membahas tentang peran

---

<sup>9</sup> Farah Habibah, Skripsi: '*Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada UD. Merah Delima Bakery Bandar Lor Kota Kediri)*'. (Kediri: IAIN Kediri, 2020).

inovasi produk batik dalam meningkatkan volume penjualan.<sup>10</sup>

4. Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga di desa Kacangan Kec. Brebek pada Batik Tulis Bayu Mukti oleh Rizqi Awalia Lutfiana (2021), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian yang dilakukan ini menemukan hasil yaitu Peran home industri batik tulis Bayu Mukti memiliki peran yang sangat besar terhadap peningkatan pendapatan ibu rumah tangga yang dulunya bekerja serabutan dan mengandalkan gaji suami, sekarang bisa bekerja di home industri batik tulis Bayu Mukti bisa mendapatkan upah/gaji.

Persamaan penelitian milik Rizqi Awalia Lutfiana dengan penelitian yang dilakukan adalah objek yang diteliti yaitu UMKM Batik. Sedangkan perbedaanya terletak pada fenomena yang diteliti. Penelitian Rizqi Awalia Lutfiana membahas tentang peran home industri dalam meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga pada batik tulis Bayu Mukti, sedangkan penelitian ini membahas peran inovasi produk batik dalam meningkatkan volume penjualan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Dewi Tri Lestari, Skripsi: *'Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Batik Wecono Asri)'*. (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

<sup>11</sup> Rizqi Awalia Lutfiana, Skripsi: *'Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Pendapat Ibu Rumah Tangga Di Desa Kacangan Kec. Brebek (Studi Kasus Pada Batik Tulis Bayu Mukti)'*. (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

5. Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan oleh Riska Dinda Aulia (2022), Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menemukan hasil penelitian salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Tenun Ikat Medali Mas adalah dengan mengikuti pameran untuk mempresentasikan produknya ke publik. Dalam penelitian ini UMKM Tenun Ikat Medali Mas sudah menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah dalam bisnis mereka, dalam pandangan Nabi Muhammad SAW. Pemasaran Islami meliputi beberapa unsur yaitu ketuhanan, moralitas, realistik dan humanisme.

Persamaan penelitian milik Riska Dinda Aulia dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama- sama membahas meningkatkan volume penjualan dan objek yang diteliti yaitu UMKM Batik. Sedangkan perbedaannya terletak pada fenomena atau masalah yang akan diteliti. Penelitian Riska Dinda Aulia membahas penerapan strategi pemasaran stand pameran pada UMKM , sedangkan penelitian ini membahas peran inovasi produk batik dalam meningkatkan volume penjualan.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Riska Dinda Aulia, Skripsi: *"Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas (Studi Kasus Di Bandar Kidul Kota Kediri)"*. (Kediri: IAIN Kediri, 2022).