

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan bisnis yang semakin tinggi membuat perusahaan wajib meningkatkan inovasi secara baik supaya bisa bertahan di industri serupa. Bagi perusahaan manufaktur, produk adalah pokok kesuksesan primer yang harus diimbangi dengan layanan prima. Untuk mengetahui keberhasilan produk ini diperlukan adanya proses perencanaan yang matang seperti analisis pasar. Analisis pasar yang mendalam, menguji apakah produk yang akan diproduksi bisa diterima masyarakat atau tidak. Selain itu, sebuah produksi pasti memerlukan desain yang menarik serta spesifikasi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Inovasi juga sangat diperlukan agar tuntutan pelanggan bisa terpenuhi dan pada akhirnya produk yang dijual laris di pasaran.¹

Seorang pengusaha atau wirausahawan harus mempunyai kemampuan menciptakan nilai tambah terhadap produk pada industrinya agar dapat menang bersaing dalam meningkatkan volume penjualan dan mengambil hati konsumen, baik mempertahankan pembeli lama atau baru. Selaras dengan pernyataan tentang inovasi oleh Suryana yaitu kemampuan melakukan kreativitas menjadi sesuatu yang bisa digunakan dan menciptakan nilai tambah sumber daya yang dimilikinya.²

¹ Astrini Padapi, *Pengembangan Produk Agribisnis* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 2.

² Ahmad Imam. *Digital Marketing (Concept, Strategi and Implementation)*, Batam: Cendekia Mulia Mandiri, 2022.

Inovasi adalah proses atau produk baru yang dikembangkan serta memberikan nilai bagi penggunanya. Inovasi berkaitan erat dengan kreativitas. Jika kreativitas berbicara mengenai *state of mind*, inovasi bicara tentang *how to* atau cara merealisasikannya.³ Merupakan salah satu kunci dari berlangsungnya perkembangan saat ini di bidang kuliner yaitu dengan cara berinovasi. Bidang kuliner hingga saat ini peminatnya terus bertambah. Karena kuliner merupakan aspek yang tidak sepi oleh peminat, menjadikan peluang usaha bisnis ini terbilang sangat menjanjikan sehingga membuat banyak orang tertarik untuk menekuni usaha tersebut.⁴

Pipit Anggraeni sebagaimana dikutip oleh Arifin Muhammad Ade berpendapat bahwa, kuliner merupakan produk kebudayaan Indonesia yang beragam dan kaya. Kemunculan kuliner di Indonesia tidak bisa lepas dari sejarah kebudayaan yang pernah ada sebelumnya.⁵ Kuliner sebagai sebuah produk yang diproduksi oleh masyarakat tetap memegang teguh cita rasa dari masing-masing daerah. Macam kuliner ada empat yaitu: jajan/kue, minuman, makanan dan lauk pauk. Kuliner khas Indonesia, salah satunya yang banyak diminati yaitu lauk pauk.⁶ Selain enak, gurih dan renyah kerupuk juga lebih lezat jika disantap berdampingan dengan menu makanan apapun. Makanan ini sangat populer di Indonesia baik dari kalangan

³ Susenohaji, M. Kholid Mawardi, *Pengembangan Produk Agribisnis* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 2.

⁴ Dinul Aziza Fitri, *Inovasi Produk Pada UMKM Tara Bakery Padang*, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 1, No. 2, 2021, 21.

⁵ Arifin Muhammad Ade, *Sagu Nusantara*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2022), 67.

⁶ Adzkiyak, *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 2.

menengah ke bawah hingga ke atas pasti sudah pernah mencicipi. Sehingga tidak heran jika banyak peminatnya.

Home industri yang mengalami persaingan semakin ketat yaitu pada home industri kerupuk di Al Mubarak adalah salah satu home industri di dibidang produksi makanan dengan nama pemilik Ibu Yeni Hastutik, yang beralamat di Jl. Delima Raya Dusun Santren Lor Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Mulai beroperasi sejak pertengahan tahun 1988, yang sampai saat ini sudah berjalan selama 36 tahun. Bahan baku utama dalam pembuatan kerupuk adalah singkong putih dan juga ditambah dengan bahan-bahan pelengkap lain seperti tepung tapioka, cabai dan bumbu dapur lain. Daerah pemasaran home industri kerupuk sudah sangat luas, karena pelanggan Ibu Yeni bukan hanya dari masyarakat Grogol saja, melainkan daerah-daerah lain seperti Kediri Kota, Tulungagung, Blitar, Surabaya, Jakarta, Bogor, dan Kalimantan. Beberapa pilihan menu makanan yang diproduksi oleh Ibu Yeni, selain kerupuk uyel yaitu: krecek, sambel pecel, beras, dan tepung. Namun penulis lebih tertarik untuk meneliti produk kerupuk karena lebih banyak melakukan inovasi pada produk kerupuk tersebut serta penjualannya mengalami peningkatan yang sangat baik.

Home industri Kerupuk Al Mubarak menghadapi persaingan yang kuat sehingga melakukan kreasi dan inovasi pada produksinya sehingga mampu bertahan dan bersaing di era banyaknya persaingan bisnis usaha kerupuk saat ini. Dengan berbagai inovasi produk, konsumen akan mempunyai keinginan terus mencicipi produk yang terkini hingga konsumen tidak cepat jenuh dengan ragam serta varian produk yang dibuat.

Berikut disajikan data perbandingan penjualan kerupuk yang berlokasi di Kecamatan Grogol.

Tabel 1.1
Data perbandingan Penjualan Kerupuk
Di Desa Cerme Kecamatan Grogol

No	Nama Usaha	Tahun	Rata-Rata Volume Penjualan Per Tahun			
			2020	2021	2022	2023
1	Al Mubarak	1988	30.000.000	40.000.000	60.000.000	110.000.000
2	Srikandi	2010	20.000.000	22.000.000	30.000.000	30.000.000
3	Intan Jaya	2001	25.000.000	25.000.000	40.000.000	45.000.000
4	Mulia	2014	15.000.000	20.000.000	30.000.000	20.000.000
5	Echo	2016	30.000.000	30.000.000	15.000.000	20.000.000
6	Artama	2007	20.000.000	30.000.000	45.000.000	50.000.000

Sumber: Hasil Observasi (data diolah, 10 Juni 2024)

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa industri kerupuk di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri cukup banyak. Dari keenam produsen kerupuk tersebut *home industri* Al Mubarak adalah produsen kerupuk yang paling tua diantara produsen kerupuk yang lainnya yakni berdiri pada tahun 1988 namun *home industri* Al Mubarak tetap mengalami jumlah peningkatan penjualan yang stabil setiap tahunnya. Hal ini karena banyaknya jenis kerupuk yang dimiliki *home industri* Al Mubarak. Dari sini dapat dilihat bahwa semakin banyak usaha kerupuk yang dibuka maka semakin menggiurkan peluang yang muncul. Hal ini mengakibatkan banyaknya industri kerupuk yang menghasilkan berbagai produk *alternative*. Salah satu strategi pengusaha kerajinan kerupuk adalah mendorong inovasi produk guna meningkatkan kualitas produk dan volume penjualan. Hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian

di *home industri* Al Mubarak karena dari beberapa produsen kerupuk di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, *home industri* Al Mubarak mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya dengan presentasi kenaikan yang lumayan tinggi diantara produsen yang lainnya.

Menurut Steve Kensingler yang dikutip oleh Aang Curatman, melalui inovasi perusahaan berharap dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau berbeda dari yang telah di produksi, 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 sendiri atau keunggulan dibandingkan dengan produk sejenisnya.⁷ Perusahaan terus mempertimbangkan kebutuhan 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 dan berperan untuk meningkatkan volume penjualan produk tersebut.

Teori di atas dapat memberikan informasi 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. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan diverifikasi produk. Persaingan yang sering terjadi antara sesama produsen kerupuk menurut *home industri* Al Mubarak lebih inovatif

⁷ Aang Curatman, Rahmadi, *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang berdampak pada Keunggulan Bersaing UMKM Makanan dan Minuman di Wilayah Hajuamukti Kota Cirebon*, Jurnal Logika, Vol. XVIII, 2016. 3

dari pesaing sebelumnya. Berikut data pesaing usaha kerupuk sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perbandingan *Marketing Mix* Usaha Kerupuk
Dengan Penjualan Paling Tinggi Di Desa Cerme Kabupaten Kediri

Data Perbandingan	Kerupuk Al Mubarak	Kerupuk Artama	Kerupuk Intan Jaya
<i>Product</i>	Terdapat 8 produk kerupuk yang berbeda jenis	Terdapat 3 produk kerupuk yang berbeda jenis	Terdapat 2 produk kerupuk yang berbeda jenis
<i>Price</i>	Harga mulai 5.000-40.000 (50g-5kg)	Harga mulai 3.000-30.000 (50g-250g)	Harga mulai 5.000-25.000 (50g-250g)
<i>People</i>	10 Karyawan	8 Karyawan	5 Karyawan
<i>Promotion</i>	<i>Whatsapp, Facebook, Sticker, Banner, Shopee</i>	<i>Whatsapp, Facebook, Banner</i>	<i>Whatsapp, Banner</i>

Sumber Data: Hasil Observasi (data diolah, 18 Juni 2024)

Tabel 1.2 di atas peneliti mengambil 3 produsen kerupuk di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri yang memiliki volume penjualan tertinggi dua tahun terakhir ini. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa perbandingan ketiga usaha kerupuk tersebut. Perbedaannya dapat dilihat dari nama, jenis produk yang ditawarkan, harga dan juga jumlah karyawan. Untuk promosi atau strategi pemasaran yang digunakan oleh ketiga produsen tersebut sama-sama menggunakan strategi promosi melalui banner, sticker, media sosial seperti *whatsapp, shopee, facebook*. Pada *home industri* Al Mubarak memiliki 8 jenis produk kerupuk yang ditawarkan dibandingkan dengan Artama yang memiliki 3 jenis produk dan Intan Jaya 2 jenis produk saja. Meskipun terdapat pesaing dengan produk yang hampir

sama tingkat dan kualitasnya, hal ini tidak menghentikan *home industri* Al Mubarak untuk tetap berinovasi atau mengembangkan produknya dengan membuat jenis kerupuk yang berbeda dan lebih inovatif untuk meningkatkan kualitas produk dan penjualannya. *Home industri* Al Mubarak selalu mengutamakan kenyamanan dan kualitas pelanggan sehingga kualitas produk yang dihasilkan oleh *home industri* Al Mubarak dapat tersebar melalui jaringan konsumen secara *word of mouth*.

Home industri Al Mubarak mulai melakukan inovasi produk pada tahun 2020, dari awalnya hanya memproduksi kerupuk dengan jenis bawang saja, kemudian pada tahun 2020 *home industri* Al Mubarak mencoba memproduksi kerupuk dengan jenis yang berbeda, kerupuk yang diproduksi pada saat itu yaitu kerupuk bawang dan kerupuk wahing, setelah itu pada tahun 2021-2023 jenis kerupuk yang di produksi semakin banyak yaitu kerupuk bawang, wahing, uyel, pedas, pedas manis, kerupuk rambak tapioka, kerupuk bawang warna warni dan kerupuk bawang bintang.

Inovasi yang dilakukan *home industri* Al Mubarak bisa mendongkrak tingkat permintaan pelanggan. Bertambahnya permintaan pelanggan juga akan menambah tingkat penjualan yang diinginkan. Maka dilakukannya inovasi produk pada *home industri* Al Mubarak agar dapat membuat ketertarikan para pelanggan, sehingga mengakibatkan peningkatan penjualan yang juga mendapatkan keuntungan yang meningkat. Oleh karena itu dengan melakukan inovasi produk, *home industri* Al Mubarak dapat menarik konsumen, sehingga meningkatkan

penjualan dan menghasilkan keuntungan. Berikut data inovasi produk yang telah dilakukan oleh *home industri* Al Mubarak sebagai berikut:

Tabel 1.3
Inovasi Produk Yang Telah Dilakukan *Home Industri* Al Mubarak
Tahun 2021-2023

No	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
1	Kerupuk Bawang	Kerupuk Bawang	Kerupuk Bawang	Kerupuk Bawang
2	Kerupuk Pedas	Kerupuk Pedas	Kerupuk Pedas	Kerupuk Pedas
3	Kerupuk Pedas Manis	Kerupuk Pedas Manis	Kerupuk Pedas Manis	Kerupuk Pedas Manis
4	-	Kerupuk Wahing	Kerupuk Wahing	Kerupuk Wahing
5			Kerupuk Terasi	Kerupuk Terasi
6				Kerupuk Rambak Tapioka
7				Kerupuk Bawang Warna-Warni
8				Kerupuk Bawang Bintang
Total	3 Produk	4 Produk	5 Produk	8 Produk

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, data diolah 18 Juni 2024

Tabel 1.3 memberikan informasi bahwa hasil observasi awal yang dilakukan peneliti bahwa ada beberapa penambahan produk dari tahun ke tahun, seperti tabel di atas terlihat bahwa pada tahun 2020 di *home industri* Al Mubarak hanya memproduksi 3 jenis kerupuk saja, selanjutnya pada tahun 2021 terjadi wabah pandemic covid-19 maka *home industri* Al Mubarak melakukan inovasi produk lagi dengan menciptakan 1 produk yaitu kerupuk wahing, tahun 2022 ada penambahan jenis kerupuk yaitu kerupuk terasi. Kemudian tahun 2023 *home industri* Al Mubarak melakukan

inovasi produk dengan menciptakan kerupuk yang berbeda-beda dari produsen lainnya yaitu kerupuk rambak tapioka, kerupuk bawang warna warni dan kerupuk bawang bintang.

Kerupuk bawang warna warni dan kerupuk bawang bintang adalah kerupuk yang terbuat dari baku adonan tepung tapioka dan bawang yang ditumbuk halus yang diberi bumbu rempah dan penambah rasa, selanjutnya kerupuk rambak tapioka, kerupuk ini berbeda dari kerupuk rambak yang biasanya terbuat dari kulit sapi atau kerbau, untuk kerupuk rambak tapioka ini hanya menggunakan tepung tapioka untuk disubstitusikan dengan terasi. *Home industri* Al Mubarak juga menerima pesanan untuk memproduksi kerupuk sesuai dengan keinginan konsumen pada saat itu. Hal tersebut merupakan hasil dari inovasi produk yang baik dan jenis kerupuk yang berbeda-beda, maka akan memberikan efektivitas penjualan yang baik juga untuk *home industri* Al Mubarak.

Home industri Al Mubarak memiliki beberapa keunggulan seperti tidak menggunakan bahan pengawet dan penyedap rasa, menggunakan bahan terbaik seperti ketela putih dalam produksinya, serta selalu laris diserbu pelanggan. Untuk mengetahui peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan tersebut, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **“PERAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada *Home Industri* Kerupuk Al Mubarak Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka permasalahan yang hendak dijawab oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk kerupuk di *home industri* Al Mubarak Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana peran inovasi dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Pada *Home Industri* Al Mubarak Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan inovasi produk kerupuk di *home industri* Al Mubarak Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Pada *Home Industri* Al Mubarak Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri).

D. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis ataupun kegunaan secara praktis.

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dari ilmu pengetahuan untuk pembaca mengenai peran inovasi produk usaha kerupuk dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini bisa menambah informasi serta wawasan dan mengimplementasikan pengetahuan yang sudah didapatkan oleh peneliti mengenai peran inovasi produk kerupuk dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Pada *home industri* Kerupuk Al Mubarak Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri).

b. Bagi usaha yang diteliti

Kajian penelitian ini dapat dijadikan masukan dan juga sebagai pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan penjualan melalui inovasi dibidang produksi khususnya usaha kerupuk.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat menjadi bahan ilmu dan wawasan berbagai pihak yang ingin mendalami masalah yang serupa yaitu mengenai peran inovasi produk kerupuk dalam meningkatkan volume penjualan.

E. Penelitian Terdahulu

1. *Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada UD. Merah Delima Bakery Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)* Oleh Farah Habibah (2020), Mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini fokus kepada peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan hasil penelitian bahwa UD. Merah Delima melakukan

inovasi produk terkait dengan varian rasa roti bakery, ragam bentuk roti dan inovasi pada kemasan. Melakukan pengembangan produk dan menciptakan produk baru, dengan cara tidak menghilangkan produk lama namun memodifikasi produk lama menjadi produk yang lebih inovatif.⁸

Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih menitikberatkan fokus penelitiannya ke peranan inovasi produk terkait dengan varian rasa roti bakery, ragam bentuk roti dan inovasi pada kemasan. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada inovasi produk berupa jenis kerupuk, variasi rasa, penggunaan bahan baku. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang peningkatan volume penjualan produk.

2. *Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Bakso Cak Pitung Sidoarjo)* Oleh Alvanecia Ghinza Fahira (2021), mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini fokus kepada strategi pembaharuan produk dalam peningkatan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan hasil bahwa strategi inovasi yang dilakukan oleh Bakso Cak Pitung tercermin melalui pengembangan produk dengan tambahan jenis varian dan rasa, selalu mengutamakan kualitas dan cita rasa yang tidak berganti, dan penerapan harga jual yang tidak menguras kantong. Strategi inovasi produk yang sudah diterapkan oleh Bakso Cak

⁸ Farah Habiba, *Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Merah Delima Bakery Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2020).

Pitung dalam peningkatan penjualannya terlihat pada peningkatan jumlah penjualan setiap harinya yang selalu laris terjual.⁹

Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih memfokuskan penelitiannya pada strategi inovasi produk bakso cak pitung. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada peran inovasi pada produk kerupuk. Terdapat persamaan diantara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti pada aspek inovasi produk dalam peningkatan volume penjualan.

3. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Alike Cake & Cookies di Spait Siwalan Pekalongan Oleh Inka Nabila dkk (2022), Mahasiswa IAIN Pekalongan.*

Penelitian ini fokus kepada strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan hasil penelitian bahwa penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Alike Cake & Cookies menggunakan metode bauran pemasaran. Namun dalam strategi tempat usaha yang memadai dan mudah dijangkau oleh konsumen. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan sudah dijalankan dan cukup baik tetapi kurang maksimal dan masih perlu evaluasi lagi agar target dapat tercapai.¹⁰

Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih menitikberatkan fokus penelitiannya ke strategi pemasaran 4P pada Alike Cake & Cookies.

⁹ Alvanecia Ghinza Fahira, *Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Bakso Cak Pitung Sidoarjo)*, (Kediri; IAIN Kediri, 2021).

¹⁰ Inka Nabila dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Alike Cake & Cookies di Spait Siwalan Pekalongan", *Jurnal Sahmiyya*, 2022, Vol. 1 No. 1.

Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada peran inovasi produk kerupuk. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh penulis adalah sama-sama meneliti pada aspek inovasi produk dalam peningkatan volume penjualan.

4. *Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Sirup Jahe 33 (Studi Kasus pada UMKM Sirup Jahe 33 Desa Tambahsari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal) Oleh Mahmudah Anis Sholihah (2021), mahasiswa UIN Walisongo Semarang.¹¹*

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. Letak persamaan antara penelitian terdahulu dengan peneliti sebelumnya 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

¹¹ Mahmudah Anis Sholihah, “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Sirup jahe 33” (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2021), 6.

volume penjualan, serta peneliti mengambil objek pada industri Kerupuk Al Mubarak Desa Cerme Kabupaten Kediri.

5. *Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Oleh Wiwin Winarsih dan Putri Andriani (2022), Mahasiswa Universitas Tamansiswa, Palembang.*

Penelitian ini fokus kepada peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Tbk. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan hasil bahwa penting bagi setiap perusahaan dalam melakukan kreativitas dan inovasi karena dapat meningkatkan jumlah penjualan pada perusahaan. Untuk lebih menarik konsumen, varian roti yang semula tidak banyak jenis rasanya, kini berinovasi menjadi banyak varian rasa. Desain yang menarik pula diharapkan bisa menjaga kualitas produk dipasaran dan mempunyai nilai jual yang tinggi.¹²

Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih menitikberatkan fokus penelitiannya pada peranan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Tbk. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada peran inovasi produk kerupuk. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti yang diangkat sama-sama meneliti pada aspek inovasi produk dalam peningkatan volume penjualan.

¹² Wiwin Winarsih dan Putri Andriani, "Peranan Kreativitas dan Inovasi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2022, Vol. 10.