

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Camilan yang dikenal dengan nama kue kering ini sangat digemari. Kue kering biasanya dihidangkan sebagai camilan saat bepergian, di acara kumpul-kumpul kecil, dan saat waktu senggang bersama keluarga. Kue kering juga sering digunakan untuk memperingati acara resmi keluarga dan hari raya keagamaan. Biasanya, berbagai makanan panggang diproduksi dengan menggunakan tepung sebagai komponen mentahnya, misalnya tepung terigu, tepung beras, tapioka, dan lain-lain. Kue dibuat dengan berbagai bahan tambahan yang memberikan rasa, warna, dan aroma yang unik.<sup>1</sup>

Perkembangan usaha ini kini mulai menciptakan berbagai jenis kue kering, seperti nastar, sagu keju, castangel, kue coklat, putri salju, roti kering tahu, nastar tahu, dan lain-lain. Inovasi dalam pembuatan berbagai jenis kue kering tersebut tentu menarik minat konsumen untuk mencobanya. Agar dapat dinikmati oleh masyarakat, selain kemampuan membuat berbagai jenis kue kering dan mengemas produk dengan rapi, pelaku usaha juga dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif.<sup>2</sup>

Persaingan tentu saja tidak dapat dihindari dalam dunia usaha.

Persaingan mengakibatkan para pelaku usaha menghadapi berbagai peluang

---

<sup>1</sup> Trisnawaty, "Strategi Pemasaran Kue Tradisional Dolung-Dolung Sebagai Makanan Oleh-Oleh Khas Kabupaten Simalungun," *Jurnal Akomodasi Agung* 9 (2022): 56.

<sup>2</sup> Halim, Kusuma Indawati. *Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk dan Pemasaran Digital*. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2.3 (2021): 732-736.

dan ancaman, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk selalu memiliki pemikiran yang sangat efektif dan berusaha meningkatkan pangsa pasar agar dapat memperoleh konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya bisa bertahan dan memenangkan persaingan.<sup>3</sup>

Di era modern ini, tingkat persaingan yang semakin ketat membuat sebuah bisnis perlu terus meningkat dan berkembang dalam menghadapi berbagai situasi. Setiap pelaku usaha harus mampu memberikan respon yang baik agar dapat menjaga nilai kualitas suatu produk. Untuk menjaga nilai penjualan, pelaku usaha juga harus bisa melihat target pertumbuhan penjualan. Jika pertumbuhan penjualan dapat meningkat setiap tahunnya, maka bisnis tersebut dapat menghadapi persaingan yang ada.<sup>4</sup>

Yuliaty dkk mengungkapkan bahwa untuk memenangkan persaingan, tidak cukup jika hanya dengan mengandalkan keunggulan kompetitif saja, kunci suksesnya ialah keunggulan kompetitif yang dibangun harus berkelanjutan.<sup>5</sup> Keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada strategi yang umumnya digunakan, diantaranya orientasi pasar dan inovasi produk.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Mutmainah, Arifia dkk. *Studi Tentang Pengaruh Kemampuan Merespon Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Penetrasi Pasar Pada Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada: Industri Rumahan Telur Asin di Kabupaten Brebes)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (*Indonesian Journal of Marketing Science*) 15.01 (2016): 1-11

<sup>4</sup> Aswan, Khairil, Nur Syafitri, and Maizul Rahmizal. *Pengaruh Inovasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti UD. Rotiku di Kota Padang*. ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin 2.2 (2023): 442-452.

<sup>5</sup> Tetty Yuliaty, Cut Sarah Shafira, dan Muhammad Rafi Akbar, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global," *mbia : Journal Management, Business, and Accounting* 19 (2020): 25, <https://sniconsulting.co.id/strategi-umkm-untuk-menghadapi-pasar-global/>.

<sup>6</sup> Narastika, AA Rai, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. *Peran Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*. Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati 7 (2017): 101.

Inovasi bisa diartikan sebagai memulai atau memperkenalkan sesuatu hal yang baru. Sebagian besar peneliti sependapat mengenai pengertian inovasi yang meliputi produk dan proses baru. Hurley dan Hult mengungkapkan bahwa inovasi produk adalah salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja pemasaran dalam perusahaan.<sup>7</sup> Inovasi produk yang tinggi akan berpengaruh pada kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk. Sehingga dengan kualitas produk yang baik, keunggulan kompetitif perusahaan akan meningkat dan pada akhirnya berdampak pada kinerja pemasaran.

Perkembangan pasar yang semakin dekat membuat para pelaku usaha, khususnya yang bekerja di bidang serupa, bersaing satu sama lain dan bahkan menguasai pasar. *Vanila Cookies* merupakan salah satu usaha kecil dan menengah di Kecamatan Ngadiluwih yang bergerak di bidang usaha kue kering. Ibu Siti Kholifah memulai usaha ini pada tahun 1999 dan sudah berdiri hampir 24 tahun.

Letaknya UMKM *Vanila Cookies* yakni di Desa Tegalrejo-Wonorejo RT 03 RW 02 Ngadiluwih Kecamatan Kediri, dan *Vanila Cookies* telah mampu berkembang hingga pelanggan dapat menikmati cita rasa mereka sendiri dalam suasana yang nyaman sebagai hasil dari pendekatan seriusnya dalam menjalankan bisnis yang didasarkan pada keunggulan. Jadi semakin meningkatnya permintaan konsumen maka menjadikan *Vanila Cookies* mempunyai karyawan yang semakin banyak, yang sebelumnya pada tahun

---

<sup>7</sup> Hurley, Robert F., dan G. Tomas M. Hult. *Inovasi, orientasi pasar, dan pembelajaran organisasi: integritasi dan pemeriksaan empiris*. Jurnal pemasaran 2 (2008): 42-54.

2016-2019 berjumlah 3 orang, kemudian pada tahun berikutnya hingga saat ini jumlahnya bertambah menjadi 6 orang karyawan.

Di Kabupaten Kediri terdapat 200 UMKM Kue kering. Tetapi UMKM Kue kering yang berada di sekitar UMKM *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri berjumlah 5 UMKM Kue kering, antara lain:

**Tabel 1.1**  
**Data UMKM Kue Kering**  
**di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri**  
**Tahun 2024**

No	Nama UMKM Kue Kering	Alamat
1	UMKM Kue Kering "Vanila Cookies"	Ds. Wonorejo Dsn. Tegalorejo RT 03 RW 02
2	UMKM Kue Kering "Richamacaron"	Desa Branggahan Dusun Budi Mulyo
3	UMKM Kue Kering "Ghiza"	Jl. Bedug, Kec. Ngadiluwih
4	UMKM Kue kering "Ummitu Cookies"	Jl. Tambangan No. 21, Ngadiloyo, Ngadiluwih

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri

Dari tabel 1.1, dijelaskan bahwa terdapat 5 UMKM Kue kering yang masih berada di lingkungan Kecamatan Ngadiluwih. Peneliti memilih UMKM kue kering *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih karena memiliki banyak keunggulan, antara lain memiliki variasi produk lebih banyak dibandingkan UMKM Kue kering lainnya serta memiliki keunikan yaitu kue kering yang berbahan dasar tahu, inovasi produk dua bulan sekali dan mampu memproduksi dua hingga tiga produk.

Dari data UMKM Kue kering, peneliti membandingkan UMKM *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih dengan UMKM Kue kering

lainnya yaitu UMKM Kue Kering Ghiza, Ummitu *Cookies* dan Kue kering Richamacaron. Alasan peneliti memilih UMKM Vanila *Cookies* tersebut adalah dari segi lokasi yang masih berada di lingkup Kecamatan Ngadiluwih, dan UMKM ini sudah cukup dikenal masyarakat. Adapun data perbandingan tersebut antara lain:

**Table 1.2**  
**Data Pembanding Antara UMKM Kue Kering Vanila *Cookies*, UMKM Kue Kering Ghiza, Ummitu *Cookies* dan Kue Kering Richamacaron Di Kecamatan Ngadiluwih Tahun 2024**

No	Nama Usaha	Kategori	Keterangan
1	UMKM Kue Kering Vanila <i>Cookies</i>	Produk	(1) Nastar Tahu, (2) Roti Kering Tahu, (3) Kue Kering Cokelat Kurma, (4) Pastel Cumi, (5) Kue Cookies Udang, (6) Kue Kering Kelapa, (7) Cookies Bawang, (8) Kripik Jagung Kelor, (9) Stick Bayam Tempe, (10) Kue Kering Klepon, (11) Kue Kering Susu Mix Meses, (12) Bronis Kering, (13) Stick Jagung, (14) Kue Kering Cokelat, (15) Kue Kering Beras Merah, (16) Kue Kering Susu, (17) Stick Daun Kelor, (18) Kue Kering Nastar Rica-Rica, (19) Kue Kering Wafer, (20) Stick Wortel, (21) Stick Paru Daun Singkong, (22) Kue Kering Garut Meses, (23) Almond Cheese Cookies, (24) Collata Stick Cookies, (25) Palm Cheese Cookies, dan (26) Strawberry Thumbprint.
		Pemasaran	Media sosial ( <i>WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok</i> ), <i>marketplace (Shopee)</i> , banner, dari mulut ke mulut dan menitipkan di toko dan supermarket terdekat.
		Pengemasan	Toples, mika, tas toples transparan
		Omset Penjualan Tahun berdiri	Rp. 311.257.000 pada tahun 2023 1999
2	UMKM Kue Kering Gziha	Produk	(1) Putri Salju, (2) Nastar, (3) Kastengel, (4) Lidah Kucing, (5) Kue Sagu, (6) Kue Kacang Tanah, (7) Kue Semprit, (8) Kembang Goyang, (9) Kue Bawang, (10)

			Kue Satu, (11) Kue Tambang, (12) Akar Kelapa, (13) Kue Nastar.
		Pemasaran	Media sosial ( <i>WhatsApp, Instagram</i> ), dari mulut ke mulut
		Pengemasan	Toples, mika
		Omset Penjualan	Rp.88.000.000 pada tahun 2023
		Tahun berdiri	2007
3	UMKM Kue Kering Ummitu Cookies	Produk	(1) Kue Kering Nastar, (2) Kue Kering Kastengel, (3) Kue Kering Lidah Kucing, (4) Kue Kering Sagu, (5) Kue Kering Putri Salju, (6) Kue Kering Stik Bawang, (7) Kue Kering Cookies Cokelat, (8) Kue Kuping Gajah, (9) Kue Kering Chewy Green Tea Silverqueens, (10) Kue Kering Kulit Pangsit, (11) Kue Kering Makaroni, (12) Kue Kering Basreng, (13) Kue Kering Mi Lidi, (14) Kue Kering Kentang Goreng, (15) Kue Kering Siomay Kering, (16) Kue Kering Kembang Goyang, (17) Kue Bolu Kering, (18) Keripik Pisang.
		Pemasaran	Media sosial ( <i>WhatsApp, Facebook</i> ), dari mulut ke mulut
		Pengemasan	Toples, mika plastik
		Omset Penjualan	Rp.69.500.000 pada tahun 2023
		Tahun berdiri	2010
4	UMKM Kue Kering Richamarcaron	Produk	(1) Nastar, (2) Kue Kacang, (3) Kue Kastengel, (4) Kue Biji Ketapang, (5) Kue Bawang, (6) Kue Lidah Kucing, (7) Kue Putri Salju, (8) Choco Mede Cookies, (9) Choco Chips Cookies, (10) Kastangel Cokelat, (11) Stik Cokelat, (12) Roti Kacang, (13) Kue Semprong, (14) Makaroni, (15) Kue Rengginang, (16) Kue Bolu Kering.
		Pemasaran	Dari mulut ke mulut, Media sosial ( <i>WhatsApp</i> ),
		Pengemasan	Toples, mika
		Omset Penjualan	Rp.75.500.000 pada tahun 2023
		Tahun berdiri	2011

Sumber : Observasi yang dilakukan oleh peneliti.

Dari tabel 1.2, terlihat bahwa UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menonjol dengan produk yang sangat bervariasi, mencakup 26 jenis inovasi kue kering.

Sebaliknya, UMKM Kue Kering Ghiza, Ummitu *Cookies*, dan UMKM Kue Kering Richamacaron memiliki variasi produk yang lebih terbatas. Meskipun demikian, omset penjualan UMKM Vanila *Cookies* mencapai Rp. 311.257.000 pada tahun 2023, sementara UMKM Kue Kering Ghiza mencapai Rp. 88.000.000, Ummitu *Cookies* sebesar Rp. 69.500.000, dan UMKM Kue Kering Richamacaron sebesar Rp. 75.500.000. Dalam hal pemasaran, UMKM Kue Kering Ghiza, Ummitu *Cookies*, dan UMKM Kue Kering Richamacaron hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut dan pemasaran online.

Di sisi lain, UMKM Vanila *Cookies* melakukan promosi melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok*), *marketplace (Shopee)*, *banner* di depan rumah produksi, serta melalui penyebaran mulut ke mulut dan penitipan produk di toko dan supermarket terdekat. Ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan strategi pemasaran yang beragam telah membantu UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* meningkatkan penjualan setiap tahunnya.

UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam menghadirkan inovasi produk sejak awal. Mereka memulai perjalanan inovasinya pada tahun 1999 dengan produk-produk seperti *Cookies* bawang dan Pastel cumi. Namun pada tahun 2017, omset penjualan hanya mencapai 500 pcs, dimana hal itu dikarenakan UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* belum melakukan inovasi produk. Kemudian pada tahun 2018, UMKM ini merintis langkah baru dengan inovasi memperkenalkan produk Nastar tahu dan Roti Kering Tahu, memperluas ragam pilihan mereka. Selain itu, tahun yang

sama juga ditandai dengan kedatangan Kue *cookies* udang, menunjukkan keberanian UMKM ini dalam mencoba berbagai variasi rasa dan jenis produk. Kemudian, pada tahun 2019, terjadi penambahan produk yang signifikan dengan hadirnya Kue kering kelapa, Kue kering cokelat kurma, Kripik jagung kelor, Stick bayam tempe, dan Kue kering klepon, mencerminkan semangat mereka untuk terus berinovasi.

Selanjutnya, perkembangan produk UMKM Vanila Cookies semakin pesat dengan penambahan variasi yang lebih beragam. Tahun 2020 ditandai dengan kemunculan Kue kering susu *mix* meses, *Brownies* kering, *Stick* jagung, dan Kue kering cokelat. Sementara itu, tahun 2021 menyaksikan kehadiran produk seperti Kue kering beras merah, Kue kering susu, *Stick* daun kelor, dan Kue kering nastar rica-rica. Inovasi berlanjut pada tahun 2022 dengan kemunculan Kue kering wafer, *Stick* wortel, *Stick* paru daun singkong, dan Kue kering garut meses. Terakhir, tahun 2023 menandai penambahan empat produk baru, yaitu *Almond cheese cookies*, *Collata stick cookies*, *Palm cheese cookies*, dan *Strawberry thumbprint*, menegaskan komitmen UMKM ini dalam terus memperluas jangkauan produk mereka demi memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang. Dengan demikian, UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* telah membuktikan dedikasinya dalam menyajikan beragam produk inovatif yang memanjakan lidah konsumen sejak tahun 1999 hingga saat ini.<sup>8</sup>

Dengan begitu UMKM Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri terus menjaga rasa dan melakukan inovasi

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Siti Kholifah, *Pemilik UMKM Vanila Cookies*, 20 Februari 2023.

produk agar terus berkembang dan digemari masyarakat. Di UMKM Vanila *Cookies*, produk baru diciptakan bukan dengan membuang produk lama melainkan dengan mengubah produk yang sebelumnya tersedia berubah menjadi penawaran baru yang lebih kreatif. Di samping itu, Vanila *Cookies* menyediakan produk-produk berkualitas tinggi.

Auliandri mengartikan inovasi sebagai gabungan antara kreativitas dan komersialisasi pada akhirnya. Meskipun istilah "kreativitas" dan "inovasi" sering digunakan secara bergantian, terdapat perbedaan mendasar: inovasi sangat bergantung pada kreativitas. Maka, suatu bisnis perlu kreatif dan inovatif agar mampu meraih keuntungan finansial.<sup>9</sup>

Dengan demikian, inovasi dalam sebuah lembaga atau perusahaan menjadi suatu keharusan yang harus dilaksanakan dengan tujuan agar produk yang dihasilkan menonjol dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan barang pesaing yang sejenis. Keberhasilan produk baru di pasaran dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Seiring dengan majunya era globalisasi, pesaing dalam dunia bisnis tidak hanya berasal dari dalam negeri, melainkan juga dari luar negeri. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan dalam dunia usaha semakin ketat.<sup>10</sup>

Hal yang menjadi kegelisahan dan temuan masalah bagi penulis yaitu mengenai fenomena pencapaian-pencapaian yang diraih UMKM Vanila *Cookies* Ibu Siti Kholifah. Dimana inovasi produk tersebut sudah banyak

---

<sup>9</sup> Tami Auliandri, "Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital," *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen* 1 (2018): 182.

<sup>10</sup> Glenesia Angelica dkk., "Dampak Globalisasi Terhadap Bisnis Internasional," *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)* 1 (2023): 294, <http://prin.or.id/index.php/mri/article/view/1321>.

dikenal masyarakat di Kabupaten Kediri sehingga dapat menarik pihak Radar Kediri dan siaran Televisi Nasional yaitu Doho tv untuk meliput atau mencari informasi mengenai inovasi produk yang ada di UMKM Vanila Cookies. Dengan adanya inovasi produk maka penjualan menjadi semakin meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan informasi dan semua data yang sudah peneliti sajikan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa omzet penjualan UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* Tahun 2018-2023 di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri akan mengalami peningkatan. Kenaikan penjualan yang terjadi di UMKM Vanila *Cookies* ini juga tidak terlepas dari peran konsumen.

Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengkaji secara mendalam bagaimana peran UMKM Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri ini dalam pengoptimalan melakukan inovasi produk untuk meningkatkan penjualan dalam bentuk penelitian berjudul **"Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Kue Kering Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri."**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk pada UMKM kue kering Vanila *Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?

2. Bagaimana peran inovasi produk UMKM *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri dalam meningkatkan penjualan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Berikut tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan inovasi produk pada UMKM kue kering *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan peran inovasi produk UMKM *Vanila Cookies* di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri dalam meningkatkan penjualan.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberi kontribusi dan masukan yang berharga dalam kajian ilmu yang berkaitan dengan peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM *Vanila Cookies*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi UMKM *Vanila Cookies*

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan strategis kepada UMKM *Vanila Cookies* dalam upaya inovasi produk dalam meningkatkan penjualan serta dapat memperoleh wawasan baru dan perspektif yang dapat diterapkan dalam pengembangan lembaga mereka.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Harapannya hasil dari penelitian ini dapat ssebagai sumber belajar dan materi pembelajaran dalam program studi terkait di perguruan tinggi.

c. Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan awal bagi pembaca yang ingin mengkaji materi penelitian yang sama.

d. Bagi Peneliti

Semoga dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan peneliti dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari.

## E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis dalam penelitian ini, meliputi:

1. *Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Merah Delima Bakery Jalam Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)*. Oleh Farah Habibah, Mahasiswi IAIN Kediri (2020).<sup>11</sup>

Penelitian ini memiliki fokus mengetahui bentuk-bentuk inovasi produk dalam meningkatkan penjualan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif serta menghasilkan data deskriptif. Tujuan dari melakukan penelitian ini untuk mengetahui apa saja peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan serta bagaimana cara meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh UD. Merah Delima Bakery.

---

<sup>11</sup> Farah Habibah , *Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Merah Delima Bakery Jalam Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)*, (Skripsi IAINi Kediri, 2020), Diakses melalui [http://etheses.iainkediri.ac.id/1536/1/931309515\\_prabab.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/1536/1/931309515_prabab.pdf), pada tanggal 25 Maret 2023.

Persamaan penelitian ini dengan skripsi Farah terkait peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan dan jenis penelitian menggunakan metode kualitatif. Kemudian perbedaan skripsi Farah membahas pada fokus penelitian yaitu dampak melakukan inovasi produk, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM kue kering Vanila Cookies di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

2. *Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Home Industry Krupuk Mugi Lestari Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)*. Oleh Yuni Setyowati, Mahasiswi IAIN Kediri (2022).<sup>12</sup>

Penelitian di atas difokuskannya kepada pemahaman mengenai strategi inovasi produk guna meningkatkan volume penjualan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan menghasilkan data deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi inovasi produk yang dapat meningkatkan volume penjualan serta untuk memahami implementasi strategi tersebut yang dilakukan oleh Home Industry Krupuk Mugi Lestari.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan skripsi Yuni yang membahas strategi inovasi produk untuk meningkatkan volume penjualan, dengan penggunaan metode kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada

---

<sup>12</sup> Yuni Setyowati, *Strategi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Home Industry Krupuk Mugi Lestari Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kabupaten Kediri)*, (Skripsi IAIN Kediri, 2022), Diakses melalui [http://etheses.iainkediri.ac.id/7638/1/931349715\\_prabab.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/7638/1/931349715_prabab.pdf), pada tanggal 25 Maret 2023.

fokus penelitian. Yuni mengkaji strategi inovasi produk secara umum, sementara penelitian ini lebih spesifik mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM kue kering Vanila Cookies di Desa Wonorejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

3. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Usaha IKILO SEBLAK Cabang Bandar Lor Kec. Mojoroto Kota Kediri)* oleh Ela Ratna Dewi, Mahasiswa IAIN Kediri (2022).<sup>13</sup>

Penelitian ini berfokus pada pemahaman strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dengan pendekatan marketing syariah. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan menghasilkan data deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip marketing syariah, serta untuk memahami implementasi strategi tersebut yang dilakukan oleh Usaha Ikilo Seblak.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan skripsi Ela yang membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, dengan penggunaan metode kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Ela mengeksplorasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dengan perspektif marketing syariah, sementara penelitian ini lebih spesifik mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada

---

<sup>13</sup> Ela Ratna Dewi, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah (Studi Kasus Pada Usaha IKILO SEBLAK Cabang Bandar Lor Kec. Mojorot Kota Kediri)* (Skripsi IAIN Kediri, 2022), Diakses melalui [http://etheses.iainkediri.ac.id/4944/1/931338118\\_prabab.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/4944/1/931338118_prabab.pdf), pada tanggal 25 Maret 2023

UMKM kue kering Vanila Cookies di Desa Wonorejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

4. *Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Home Industri Pia Latief Kediri)*. Oleh Herlik Meisya Frestywi, Mahasiswi IAIN Kediri (2022).<sup>14</sup>

Penelitian ini difokuskan pada pemahaman peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan dengan pendekatan manajemen syariah. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan menghasilkan data deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan, dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip manajemen syariah, serta untuk memahami strategi konkret yang dilakukan oleh Home Industri Pia Latief Kediri dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan skripsi Herlik yang membahas peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan, dengan penggunaan metode kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Herlik mengeksplorasi peran inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan dengan studi kasus pada Home Industri Pia Latief Kediri, sedangkan penelitian ini lebih spesifik mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM kue kering Vanila Cookies di Desa Wonorejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

---

<sup>14</sup> Herlik Meisya Frestywi, *Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Home Industri Pia Latief Kediri)*. (Skripsi IAIN Kediri, 2022), Diakses melalui [http://etheses.iainkediri.ac.id/3454/1/931338515\\_prabab.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/3454/1/931338515_prabab.pdf), pada tanggal 25 Maret 2023.

5. *Strategi Inovasi Dan Garansi Produk Dalam meningkatkan Penjualan Di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik*. Oleh Musniati, Mahasiswi IAIN Kediri (2022).<sup>15</sup>

Penelitian ini difokuskan pada pemahaman strategi inovasi dan garansi produk dalam meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dan menghasilkan data deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi inovasi dan penerapan garansi produk yang dapat meningkatkan penjualan, serta untuk memahami langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh PT. Songkok Awing Pekelingan dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan skripsi Musniati yang membahas strategi inovasi dan garansi produk dalam meningkatkan penjualan, dengan penggunaan metode kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Musniati mengeksplorasi strategi inovasi dan garansi produk pada PT. Songkok Awing Pekelingan di Kabupaten Gresik, sementara penelitian ini lebih spesifik mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM kue kering Vanila Cookies di Desa Wonorejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

---

<sup>15</sup> Musniati, *Strategi Inovasi Dan Garansi Produk Dalam meningkatkan Penjualan Di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik*. (Skripsi IAIN Kediri, 2022), Diakses melalui [http://etheses.iainkediri.ac.id/6931/1/931333118\\_prabab.pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/6931/1/931333118_prabab.pdf), pada tanggal 25 Maret 2023.