

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

*Home industry* adalah unit atau perusahaan kecil yang beroperasi di bidang industri tertentu.<sup>1</sup> Biasanya, usaha ini menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi, dan pemasaran secara bersamaan. Jika dibandingkan dengan perusahaan besar, jumlah usaha dan tenaga kerja yang terserap oleh industri rumah tangga tentunya lebih sedikit. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang Perusahaan.

Di era teknologi saat ini, di mana pasar penjualan telah mulai beralih ke pasar pembeli, inovasi menjadi sangat penting dan sangat menentukan dalam memenangkan persaingan. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang efektif untuk mempertahankan posisi produk di pasar, karena sebagian besar produk pesaing cenderung tampil statis dari tahun ke tahun.<sup>2</sup>

Melalui inovasi tersebut, produsen diharapkan dapat menciptakan produk baru yang benar-benar berbeda dari sebelumnya atau memperbaiki produk yang sudah ada. Menurut ajaran Islam, akhlak adalah hal yang sangat penting dalam produksi. Meskipun cakupan halal sangat luas, banyak manusia sering

---

<sup>1</sup> Arif Fadiati dan Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h. 60.

<sup>2</sup> Heri Setiawan, *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*, Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012, h.12.

kali dikalahkan oleh ketamakan dan kerakusan. Produsen muslim harus memproduksi barang yang halal dan tidak merugikan diri sendiri maupun masyarakat, serta tetap berpegang pada akhlak yang mulia. Konsumen tidak hanya melihat nilai atau fungsi suatu produk, tetapi juga memperhatikan apakah produk tersebut memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.<sup>3</sup>

Seiring perkembangan zaman, bisnis semakin kompleks. Pebisnis saat ini tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan komersial, tetapi juga pengetahuan dan wawasan yang dapat mendukung minimalisasi kerugian dan optimalisasi keuntungan. Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa, memiliki tujuan untuk bertahan dan berkembang. Perusahaan harus memahami pasar serta lokasi di mana mereka akan menyediakan atau menjual produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam lingkungan pasar yang kompetitif dan dinamis, banyak perusahaan menyadari bahwa pengembangan produk baru merupakan kunci untuk bertahan dan berkembang.

Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah industri rumah tangga Lala Brownies. Industri rumah tangga ini tidak hanya menjual satu jenis brownies, tetapi juga beberapa jenis brownies lainnya serta camilan. Inovasi ini dilakukan untuk menarik lebih banyak konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada agar tidak bosan dengan jenis brownies yang itu-itu

---

<sup>3</sup> Resa Irawan, Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung, Jurnal, No 2, Tahun 2017, Vol 3, h. 1.

saja. Perkembangan industri rumah tangga Lala Brownies saat ini cukup baik, meskipun ada penjualan yang meningkat dan ada pula yang menurun karena persaingan yang intens. Hal ini mendorong Lala Brownies untuk bekerja lebih keras dalam bersaing. Pengusaha yang ingin bertahan dan sukses harus berusaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga, karena hal ini akan mempengaruhi realisasi laba usaha yang optimal. Berikut adalah tabel data *Home Industry* Cake dan Brownies yang ada di Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang.

**Tabel 1.1**

**Daftar *Home Industry* Brownies di Kecamatan Diwek Jombang**

| <b>No.</b> | <b>Nama Usaha</b> | <b>Alamat</b>  |
|------------|-------------------|--|
| 1.         | Lala Brownies     | Jl. Krisna, Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.                       |
| 2.         | Ananda's Kitchen  | Jl. Jatipelem-Diwek, RT. 04/RW.04, Desa Diwek Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. |
| 3.         | Papa Cookies      | Jl. Raya Kediri No.7 Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.               |

*Sumber Data: Diolah peneliti pada 3 November 2023.*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa di Kecamatan Diwek Jombang terdapat beberapa usaha yang sejenis di satu kecamatan yaitu usaha cake dan brownies. Akan tetapi setiap usaha memiliki olahan produk brownies unggulan masing-masing dan mereka memiliki strategi pengembangan usaha yang berbeda-beda termasuk inovasi produk guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan agar tidak tertinggal dari *competitor*. Dalam melaksanakan inovasi di era perdagangan bebas ini pelaku bisnis perlu

memusatkan perhatian pada konsumen, berusaha menciptakan nilai lebih dari harapan konsumen.

Menurut Kotler & Amstong, inovasi produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan memperkenalkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada ke segmen pasar saat ini. Inovasi produk melibatkan berbagai proses yang saling mempengaruhi satu sama lain. Inovasi bukan hanya sekadar konsep dari ide baru atau pengembangan pasar baru, melainkan merupakan gambaran dari keseluruhan proses tersebut.<sup>4</sup> Menurut Kotler & Amstong dalam jurnal Tjang dan Harjanti indikator inovasi produk ada tiga yaitu<sup>5</sup> kualitas produk, varian produk, gaya dan desain produk. Berikut ini perbandingan inovasi produk antara ketiga usaha di Kecamatan Diwek:

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Usaha Dalam Pengelolaan Inovasi Produk Brownies di Kecamatan Diwek Jombang**

| No. | Indikator Inovasi Produk | Lala Brownies  | Ananda's Kitchen  | Papa Cookies   |
|-----|--------------------------|--|---|--|
| 1.  | Kualitas Produk          | Kualitas bahan yang digunakan Lala Brownies menggunakan bahan terbaik sehingga menghasilkan cita rasa yang enak dan ketahanan produk kue | Kualitas bahan yang digunakan Ananda's Kitchen menggunakan bahan terbaik sehingga menghasilkan cita rasa yang enak dengan ketahanan kue | Kualitas bahan yang digunakan Papa Cookies menggunakan bahan terbaik dengan cita rasa yang enak, ketahanan produk kue basah ±3 hari. |

<sup>4</sup> Andri Setiawan Tjang dan Dhyah Harjanti, "Hubungan Faktor Individual Enterpreneur Pada Inovasi Produk Pada Usaha Mikro dan Kecil di Jawa Timur" jurnal. AGORA Vol. 1, No. 3, 2013.

<sup>5</sup> Seanewati Oetama, "Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Dalam Bersaing", (Sumatera Barat: Azka Pustaka, 2022), h. 18.

| No. | Indikator Inovasi Produk | Lala Brownies  | Ananda's Kitchen   | Papa Cookies  |
|-----|--------------------------|--|--|---|
|     |                          | basah Lala Brownies bertahan $\pm 3$ hari karena tidak menggunakan bahan pengawet.   | basah $\pm 3$ hari juga.   |   |
| 2.  | Varian Produk            | Brownies Lumer, Fudgy Brownies, Dessert Box, Kue Tart, Mille Crepe, Crepe Roll, Donat Bomboloni, Pie Susu, Cromboloni, Risol Mayo dan Aneka Kue.                                     | Tart Brownies, Brownies Lava, Kue Kering   | Brownies Kukus, Brownies Panggang, Bolu pisang, kue lapis, donat, tart, cromboloni, dan roti kering.  |
| 3.  | Gaya dan Desain Produk   | Desain produk yang digunakan Lala Brownies menggunakan desain yang modern dan kekinian dengan menggunakan kemasan tinwall yang mudah dibawa dan dilengkapi dengan stiker di atasnya. | Desain produk Ananda's Kitchen menggunakan desain yang modern dan kekinian dengan menggunakan kemasan box kardus untuk kue tart. | Desain produk yang digunakan Papa Cookies menggunakan desain yang modern dan kekinian dengan menggunakan box kardus yang di desain dengan gambar logo Papa Cookies. |

*Sumber Data: Diolah peneliti pada 30 Januari 2024.*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan perbandingan inovasi produk antara ketiga usaha brownies di kecamatan Diwek Jombang. Perbedaan dapat dilihat dari kualitas produk, varian produk, gaya dan desain produk antar pengusaha. Jika dilihat dari ketiga indikator diatas usaha Lala Brownies sedikit lebih unggul. Lala Brownies menjaga kualitas produknya dengan

mempertahankan rasa dan aroma dengan cara menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Lala Brownies terdapat varian produk yang bermacam-macam mulai dari kue tart, brownies lumer, *dessert box*, kue kering dan kue basah. Gaya dan desain juga mengikuti trend, dari segi bentuk, ukuran atau warna desain produk. Desain produk di Lala Brownies mulai dari model produk, warna dan rasa produk, *packing* produk selalu mengikuti perkembangan zaman.

Lala Brownies pertama berdiri pada tahun 2017, dengan kesungguhan dalam menjalankan usaha serta berfokus pada keunggulan, keyakinan, dan kerja keras, Lala Brownies telah berkembang hingga kini, menawarkan kepada pelanggan rasa yang unik dalam suasana yang nyaman. Produk yang dibuat dari bahan-bahan berkualitas dan higienis, dengan berbagai jenis dan varian rasa yang cocok untuk acara formal maupun keluarga. Dengan kemasan yang cantik dan harga terjangkau, Lala Brownies tidak hanya menawarkan cita rasa yang sudah terbukti kelezatannya, tetapi juga menerima pesanan roti dan kue tart untuk acara ulang tahun, pernikahan, dan hantaran dengan pilihan kemasan atau *packaging* spesial.

Melihat persaingan dalam industri roti yang semakin ketat, Lala Brownies merasa sangat perlu untuk terus melakukan inovasi produk. Dengan inovasi produk, konsumen akan tertarik mencoba produk-produk baru, sehingga mereka tidak bosan dengan model dan jenis produk yang ditawarkan. Berbagai macam produk telah mengalami perubahan untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Dengan munculnya inovasi produk baru yang diproduksi tidak heran jika volume penjualan di Lala Brownies mengalami peningkatan. Volume penjualan menurut Kotler & Amstong adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Adapun indikator volume penjualan menurut Kotler yaitu harga jual, produk, promosi, dan saluran distribusi. Berikut data penjualan di Lala Brownies dari tahun 2017-2023.

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Lala Brownies dari Tahun 2017-2023**

Satuan: Biji

| Jenis Produk   | Tahun        |              |              |              |              |              |               |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
|                | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         | 2021         | 2022         | 2023          |
| Kue Tart       | 720          | 840          | 960          | 1.020        | 1.082        | 1.140        | 1.320         |
| Brownies Lumer | 1.080        | 1.100        | 1.450        | 1.800        | 2.160        | 2.520        | 2.890         |
| Dissert Box    | -            | -            | 1.800        | 2.880        | 3.240        | 3.300        | 3.500         |
| Fudgy Brownies | -            | -            | 240          | 276          | 309          | 324          | 360           |
| Risol Mayo     | -            | -            | -            | 360          | 384          | 420          | 540           |
| Bomboloni      | -            | -            | -            | 300          | 312          | 336          | 340           |
| Nastar         | -            | -            | -            | 324          | 336          | 348          | 375           |
| Pie            | -            | -            | -            | -            | -            | 240          | 268           |
| Mille Crepe    | -            | -            | -            | -            | -            | -            | 2.885         |
| Crepe Roll     | -            | -            | -            | -            | -            | -            | 2.140         |
| Cromboloni     | -            | -            | -            | -            | -            | -            | 3.250         |
| <b>Jumlah</b>  | <b>1.800</b> | <b>1.940</b> | <b>4.450</b> | <b>6.960</b> | <b>7.823</b> | <b>8.628</b> | <b>17.868</b> |

*Sumber Data: Lala Brownies.*

Berdasarkan tabel 1.3 bisa dilihat bahwa penjualan produk di Lala Brownies pada tahun 2017-2023 mengalami peningkatan. Peningkatan

tersebut terjadi karena inovasi produk yang terus berkembang dilakukan oleh Lala Brownies, sehingga penjualan mereka terus meningkat. Ada banyak strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Lala Brownies selalu menciptakan inovasi produk pada setiap tahunnya. Di bulan Februari tahun 2024 ini Lala Brownies baru mengeluarkan inovasi produk baru yaitu produk Milk Bun. Produk ini adalah suatu produk dari Thailand yang sedang viral, merupakan roti sobek yang terbuat dari mentega dengan isian cream yang ditaburi susu bubuk dan gula halus. Di dalam bisnis kuliner, inovasi dan kreativitas sangat penting untuk diterapkan agar dapat menonjol dalam persaingan.<sup>6</sup>

Peningkatan volume penjualan dapat dilihat dari jumlah bahan baku yang digunakan dalam produksi, sementara tingkat penjualan dapat diukur dari omzet yang diperoleh setiap tahunnya. Inovasi produk berkaitan erat dengan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Melalui inovasi produk, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan baru. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan, penjualan pun akan bertambah. Tentu saja, hal ini bisa terjadi jika produk yang dijual mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai strategi inovasi produk guna meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan

---

<sup>6</sup> Adzkiyak, *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), h. 2.



uraian tersebut, peneliti akan membahas masalah inovasi produk pada industri rumahan Lala Brownies dan memberikan kontribusi pemikiran dari hasil penelitian ini dengan mengangkat sebuah judul **Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Lala Brownies di Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)**.

### **B. Fokus Penelitian**

Dengan melihat konteks penelitian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi inovasi produk pada *Home industry* Lala Brownies di Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Home industry* Lala Brownies di Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi inovasi produk pada *Home industry* Lala Brownies di Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.
2. Untuk menganalisis peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Home industry* Lala Brownies di Desa Kwaron Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teori maupun praktik. Kegunaan dari penelitian ini meliputi:

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Bagi akademisi, penelitian ini dapat berfungsi sebagai sarana untuk memperluas dan mengembangkan wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan ekonomi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai dasar pertimbangan dan sumber informasi ilmiah yang bermanfaat untuk kajian lebih lanjut.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk meningkatkan keterampilan dalam melakukan penelitian ilmiah, serta memperluas pengetahuan mengenai strategi inovasi produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan Lala Brownies di Desa Kwaron, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang.

###### **b. Bagi Pelaku Usaha**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi yang berharga, sebagai bahan pertimbangan dan motivasi bagi para pelaku usaha, serta sebagai alat evaluasi untuk meningkatkan hasil kerja mereka.

c. Bagi Pembaca/Mahasiswa IAIN Kediri

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pembaca akan pentingnya menciptakan kreativitas baru yang sesuai dengan syariah Islam, serta menambah kesadaran mahasiswa IAIN Kediri untuk mengambil nilai-nilai positif dari penelitian ini.

**E. Telaah Pustaka**

Rujukan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karya Lailatul Munavinahar yang berjudul “Strategi Pemasaran *Word Of Mouth Home Industry* Tenun Ikat Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim (Studi Kasus Di Sentral *Home Industry* Tenun Ikat Desa Bandar Kidul, Kec. Mojoroto, Kota Kediri)”.<sup>7</sup> Hasil penelitian karya Lailatul Munavinahar menyatakan bahwa Tenun Ikat Bandar menggunakan strategi *Word of Mouth* (WOM) dalam memasarkan produknya. Strategi ini melibatkan penyebaran informasi melalui banyak pihak, yang terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan dari tahun 2014 hingga 2015. Namun, terdapat kendala dalam pemasaran ke luar negeri, terutama terkait biaya dan persyaratan yang harus dipenuhi. Akibatnya, Tenun Ikat Bandar Kidul belum dapat melakukan ekspor ke pasar internasional. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meningkatkan pendapatan. Sedangkan pebedaannya terdapat pada objek penelitiannya.

---

<sup>7</sup> Lailatul Munavinahar, “Strategi Pemasaran *Word Of Mouth Home Industry* Tenun Ikat Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Muslim (Studi Kasus Di Sentral *Home Industry* Tenun Ikat Desa Bandar Kidul, Kec. Mojoroto, Kota Kediri)”, (Skripsi, STAIN Kediri, 2015), h. 107.

2. Karya Ika Septi Wulandari yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi *Word Of Mouth* di Wisata Edukasi Kampung Coklat Dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan.”<sup>8</sup> Hasil penelitian karya Ika Septi Wulandari menunjukkan bahwa Wisata Edukasi Kampung Coklat menggunakan strategi *Word of Mouth* (WOM) melalui media sosial untuk mempromosikan tempat wisata mereka. Meskipun demikian, mereka menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan dalam kemampuan berbahasa asing ketika berkomunikasi dengan wisatawan, kurangnya sumber daya manusia dan terbatasnya alat yang dimiliki untuk mendukung operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meningkatkan pendapatan. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian.
3. Syarifatul Laili dengan judul penelitian “*Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pusat Oleh-Oleh Sri Rejeki Banyuwangi*”.<sup>9</sup> Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi yang diterapkan oleh perusahaan pusat oleh-oleh Sri Rejeki merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Inovasi yang digunakan adalah berupa ide-ide dalam mengembangkan produk guna memproduksi kekhasan produk dan mempertahankan kegiatan usaha yang berkesinambungan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti

---

<sup>8</sup> Ika Septi Wulandari, “Analisis Penerapan Strategi *Word Of Mouth* di Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam Meningkatkan Pendapatan Perusahaan!” (Skripsi, STAIN Kediri, 2015), h. 76.

<sup>9</sup> Syarifatul Laili, “*Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pusat Oleh-Oleh Sri Rejeki Banyuwangi*”, Skripsi Universitas Jember, 2014.

adalah sama-sama membahas mengenai inovasi produk pada bidang kuliner. Sedangkan perbedaannya terdapat pada onjek penelitiannya.

4. Karya Fidliyah Khoirun Nisa' dengan judul penelitian "*Strategi Pemasaran Harumanis Bang Toyib Lamongan Dalam Meningkatkan Penjualan*".<sup>10</sup> Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan bauran pemasaran 4P, penjualan produk Harumanis Bang Toyib Lamongan mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2018-2019, hal itu dikarenakan *home industry* Harumanis Bang Toyib Lamongan melakukan strategi pemasaran berupa potongan harga dan bonus kepada konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meningkatkan pendapatan. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian.
5. Karya Ahmad Imam dengan judul penelitian, "*Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)*".<sup>11</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan usaha kue rumahan adalah lokasi, harga, dan promosi. Faktor kedua yang berperan adalah potensi usaha kue rumahan di Desa Pangutan, yang cukup baik. Hal ini didukung oleh sumber daya manusia yang sangat ramah, sarana prasarana

---

<sup>10</sup> Fidliyah Khoirun Nisa', "*Strategi Pemasaran Harumanis Bang Toyib Lamongan Dalam Meningkatkan Penjualan*", (Skripsi IAIN Kediri, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021)

<sup>11</sup> Ahmad Imam, "*Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)*". Skripsi UIN Mataram, 2019.

yang memadai, serta pendapatan dari usaha kue yang sangat bagus. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meningkatkan pendapatan. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian.