

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan perekonomian yang pesat di Indonesia dalam rangka pembangunan menyangkut hampir meliputi segala bidang. Pada dasarnya tujuan utama pembangunan adalah menciptakan masyarakat adil dan makmur. Hal tersebut hanya akan tercapai apabila faktor kebutuhan utama yaitu sandang, pangan dan perumahan terpenuhi. Oleh sebab itu pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap kebutuhan tersebut.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan. Oleh karena itu, pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini dapat dilakukan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang tepat untuk menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran,

sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.¹

Dengan melihat pergerakan ekonomi dewasa ini perkembangan bisnis bakery di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, baik usaha kecil, menengah maupun besar. Hal ini tampak dari data yang diungkapkan oleh *Operation Direction* PT Nippon Indosari Corpindo, Yusuf Hadi. Dia memperkirakan bahwa pertumbuhan bisnis bakery antara meningkat 7-10% setiap tahunnya. Diprediksi bisnis *bakery* (roti dan kue) bernilai sekitar Rp. 14 triliun. Ke depannya bisnis *bakery* sangat ditentukan oleh tingkat pendapatan per kapita bangsa. Jika meningkat, industri roti akan lebih memiliki prospek yang cerah dan efisien.

Industri pangan yang bergerak pada sektor roti (*bakery*), mulai tradisional hingga modern, memiliki varian rasa dan bentuk yang beragam. Maulana Wahyu Jumentara, anggota Sub Sektor Bakery Gabungan Pengusaha Makanan Minuman (Gapmmi) menuturkan mengutip data Euromonitor, pertumbuhan rata-rata periode (CAGR) 2010-2014 bisnis roti dan kue Indonesia naik 14%. Sedangkan proyeksi pertumbuhan CAGR periode 2014-2020 untuk bisnis roti dan kue 10%. Sampai 2020, targetnya potensi bisnis roti dan kue nilainya mencapai 20,5 triliun. Maulana juga mengatakan bahwa roti telah menempati urutan ketiga setelah nasi dan mie sebagai makanan pokok masyarakat di Indonesia.²

¹ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 167.

² Agung Hidayat, 2018, Bisnis Roti Dan Kue Indonesia Bertumbuh 10%, <http://www.kontan.co.id>, 30 Oktober 2018

Bisnis di bidang kuliner saat ini semakin pesat dan tidak pernah sepi peminat. Hal ini berkaitan erat dengan tuntutan dan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk dan citarasa ditawarkan para pelaku bisnis ini untuk memanjakan mata sekaligus lidah para penikmat kuliner. Banyak makanan, minuman, sampai jajanan (snack) ditawarkan dengan harga yang bervariasi menurut target pasar yang dituju.

Kota Kediri merupakan salah satu target pasar yang sedang berkembang. Saat ini terdapat unit-unit usaha industri dengan skala yang bervariasi, mulai dari industri besar, menengah dan kecil. Adapun industri-industri besar banyak yang bergerak di bidang industri gula dan rokok. Sedangkan Industri Kecil Menengah (IKM) sebagian besar bergerak dalam produksi makanan serta pengolahan hasil pertanian. Mendukung hal tersebut, berikut tabel data Badan Pusat Statistik Kota Kediri dirilis terakhir tahun 2016:

Tabel 1.1

Jumlah Perusahaan, Tenaga Kerja dan Nilai Produksi Menurut Klasifikasi Industri di Kota Kediri 2016

Klasifikasi Industri	Perusahaan	Tenaga Kerja	Nilai Produksi
Makanan	193	1.408	131.117.035.134
Minuman	47	207	5.315.194.000
Pengolahan Tembakau	1	36.900	53.840.000.000.000
Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	52	397	9.357.900.000
Jumlah	293	38.912	5.398.579.0129.134

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Kediri

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa industri di bidang makanan lebih banyak dari industri yang lainnya. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyaknya industri makanan yang berdiri maka semakin ketat pula persaingan bisnis makanan yang terjadi, tak terkecuali pada industri roti *bakery*. Hal tersebut menyebabkan banyak industri roti *bakery* melakukan berbagai alternatif pilihan untuk menawarkan produknya. Salah satu upaya para pengusaha *bakery* adalah membuat inovasi produk yang variatif untuk dapat meningkatkan penjualannya.

Roti merupakan salah satu makanan pengganti nasi yang disukai banyak orang. Roti biasanya dimakan saat sarapan, sebagai teman minum kopi, atau bisa juga sebagai solusi untuk mengganjal perut yang lapar sebelum makan siang. Bagi mereka yang kurang suka mengonsumsi nasi di malam hari, roti juga sering kali menjadi pilihan. Sebagai makanan ringan, roti menjadi makanan yang bisa dinikmati oleh segala usia, dari mulai anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Sebagian besar mereka pasti menyukai roti. Tak hanya itu saja, makanan berbahan dasar tepung ini juga selalu dibutuhkan di berbagai acara. Mulai dari acara pengajian, arisan, seminar hingga pernikahan. Roti hampir selalu digunakan sebagai jajanan serta suguhan. Sehingga kebutuhan roti dalam acara-acara tertentu baik formal maupun informal sudah menjadi hal yang wajar untuk dipenuhi. Untuk mengantisipasi dan memenuhi selera dan kebutuhan konsumennya, usaha *bakery* mempunyai bahan baku yang spesial, jenis dan cita rasa roti yang khas. Selain itu dalam upaya mendapatkan posisi

dihati konsumen, berbagai upaya yang dilakukan dengan melakukan inovasi produk mulai dari bahan, jenis, ukuran kemasan, warna bahkan rasa dan aneka roti. Tingginya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap roti menunjukkan bahwa peluang bisnis ini masih bisa berkembang menjadi lebih besar. Hal ini tentu akan mendorong banyak bermunculan perusahaan berbagai macam roti untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Dengan adanya fenomena kebutuhan masyarakat tersebut, produsen roti bakery berusaha untuk menjawab potensi pasar tersebut. Mereka membuat kreasi varian inovatif yang akhirnya dapat diminati banyak orang dan laku terjual banyak. Para produsen berlomba-lomba untuk melakukan inovasi pada produknya. Hal ini juga akan membuat persaingan semakin ketat dikalangan produsen. Dengan kompetisi yang terjadi diantara para produsen roti bakery saat ini, menjadikan kualitas produk dan peranan inovasi produk juga semakin penting guna meningkatkan penjualan.

Menurut Steve Kensing, dengan melakukan inovasi perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan

dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus di mengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun.³

Jadi, dari teori diatas dapat diketahui bahwa beberapa permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan yang sering timbul, seperti menurunnya volume penjualan, tidak tercapainya target penjualan, persaingan yang semakin tajam dan meningkat, serta sulitnya menemukan ide-ide baru. Adanya penemuan ide-ide baru bertujuan untuk mengembangkan produk yang disukai pasar, dimana hal ini menuntut suatu perusahaan untuk menyusun suatu rangkaian kebijaksanaan di bidang pemasaran. Perananan pemasaran terhadap perusahaan dicerminkan dalam fungsi fungsi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan. Perusahaan tidak bisa lagi hanya mengandalkan aspek non pemasaran seperti modal dan teknologi.

Perkembangan pasar yang semakin kian ketat dan keras (*hypercompetition*) membuat pelaku bisnis terutama yang bergerak di bidang yang sama saling memperebutkan dan juga menguasai pasar. UD Merah Delima Bakery merupakan salah satu industri kecil menengah di Kota Kediri yang bergerak di bidang usaha roti *bakery*. Usaha ini telah berdiri puluhan tahun yang didirikan oleh H. M. Fauzan S,Ag pada tahun

³ Steve Kensing, "Re-Engineering Engineering: Managing To Be Innovative", Computer-Aided Engineering, December.

1995 yang sekarang bertempat di Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri. Pada mulanya Merah Delima Bakery hanya memproduksi sedikit jenis roti dan pemasarannya hanya melalui gerobak (rombong) roti dengan menjualnya berkeliling. Namun seiring berjalannya waktu, Merah Delima mampu memperluas tokonya untuk keperluan produksinya. Permintaan konsumen yang semakin meningkat menjadikan Merah Delima memiliki karyawan yang semakin banyak dan pembukaan outlet cabang di Kediri.⁴

Persaingan yang banyak dihadapi Merah Delima membuat mereka harus lebih berinovatif dibanding pesaing-pesaingnya. Berikut data pesaing Merah Delima Bakery :

Tabel 1.2
Data pesaing Merah Delima Bakery

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Roti Orion	Jl. Untung Surapati Gang Buntu, Balowerti Kec.Kota Kediri
2	Delicious	Jl. Kiliuci 89-91 Singonegaran Kp. Dalem, Pesantren Kec. Kota Kediri
3	Grand Bakery	Jl.Mayor Bismo, Jongbiru, Kec.Gampengrejo Kediri
4	Arjuna Bakery	Jl. Dhoho No. 147, Kediri Kota Kediri

Sumber : Data Primer diolah peneliti

Dari tabel 1.2 diketahui bahwa banyak toko roti di wilayah kota Kediri. Seperti yang kita ketahui pada umumnya para pesaing menawarkan produk sejenis dan dengan jangkauan pasar yang sama dengan UD. Merah Delima Bakery. Para produsen dalam hal ini, praktis dituntut untuk dapat melakukan inovasi guna menarik minat konsumen dan meningkatkan

⁴ M. Fauzan S,Ag, Pemilik Merah Delima Bakery, Kediri, 21 Januari 2019.

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.

Merah Delima bakery pertama berdiri pada tanggal 18 Mei 1995 di kota Kediri, dan berkat kesungguhan dalam menjalankan usaha serta berpijak pada keunggulan, keyakinan dan kerja keras Merah Delima bakery berkembang hingga kini dimana pelanggan dapat menikmati rasa tersendiri dengan suasana yang nyaman. Terbuat dari bahan-bahan berkualitas, higienis dan fresh from oven. Berbagai jenis dan varian rasa untuk berbagai acara formal dan keluarga. Dengan kemasan cantik dan harga terjangkau, Merah Delima bakery dengan citarasa yang sudah tidak diragukan lagi kenikmatannya juga menerima pesanan roti dan kue tart untuk acara ulang tahun, pernikahan, souvenir dan hantaran dengan pilihan kemasan atau packaging spesial. Merah Delima tidak hanya menjual roti saja tetapi juga roti kering yang menjadikan bagian dari oleh-oleh kota Kediri.

Melihat maraknya usaha roti bakery menciptakan persaingan yang semakin ketat, maka Merah Delima Bakery sangat perlu melakukan inovasi produk yang dihasilkan. Dengan melakukan inovasi produk, maka para konsumen akan berkeinginan untuk mencoba produk-produk baru sehingga para konsumen tidaklah bosan dengan model dan jenis produk yang dihasilkan, karena berbagai macam produk sudah berubah

sedemikian rupa mengikuti perkembangan teknologi yang ada. berikut produk yang dimiliki Merah Delima :

Tabel 1.3
Inovasi Produk Merah Delima Bakery

Jenis Produk	Produk lama	Tahun diadakan Inovasi	Produk Inovasi
Roti Tawar	Memproduksi 2 jenis roti yaitu tawar asin dan tawar manis	2016	Memproduksi 3 macam varian rasa roti tawar Tawar kupas putih, tawar kupas pandan, tawar sukade
		2017	Menambah 6 varian macam roti tawar Tawar kentang, tawar kotak besar, tawar kotak kecil, tawar wijen, tawar kismis, tawar gandum
Sisir	Memproduksi 3 jenis roti sisir yaitu Sisir 4rasa, sisir bajul pisang coklat, sisir coklat keju	2016	Memproduksi 2 jenis roti sisir yaitu Kura-kura besar, srikaya besar
		2017	Menambah varian 16 produk roti sisir yaitu Sisir 8rasa, sisir kroisan, sisir kelapa sisir pandan, sisir srikaya, sisir susu salma, sisir coklat salma, sisir vanily cery, maffin pandan, sisir coklat, sisir 3rasa vanili, sisir coklat nanas, sisir kurma, sisir kunci, sisir kacang hijau
Bluder	Memproduksi 5 jenis bluder yaitu Bluder mesis, bluder pisang coklat, donat, bluder strowbery, bluder nanas	2016	Memproduksi 3 produk roti bluder yaitu Bluder keju, bluder abon, bluder blubery
		2017	Menambah varian 26 produk roti bluder yaitu Bluder perahu, bluder

			kribo, bluder keju, bluder ranjau, bluder pisang keju, bluder pizza, bluder boy, bluder polo, bluder kkm, bluder blubery cup, bluder pandan cup, bluder kelapa cup, bluder coklat cup, bluder srikaya cup, bluder vanili cup cery, bluder donat topeng, bluder arbol mesis, bluder special kacang, bluder special kacang, bluder special mesis, bluder special keju, bluder tom tenny, bluder sosis, kacang cup, bluder susu, bluder ioil sudut, bluder kacang hijau
Cake	Memproduksi 2 jenis cake yaitu Cake tart, spiku	2016	Memproduksi 4 jenis cake yaitu Cake gulung abon, cake brownies kecil, cake tart mini, cake gulung coklat
		2017	Menambah varian 13 produk cake yaitu Cake lapis coklat, brownies oven, cake tape oven, cake stowbery oven, cake pisang muffin, cake coklat keju, cake potong, cake mugena, cake snok, cake snok redvelvet, cake brownies kukus, cake brownies kukus talas cake brownies kukus coklat talas
Roti Kering	-	2018	Sus kering, bolu kering, roti semprit, nastar

Sumber : Merah Delima Bakery

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi produk yang terjadi pada objek adalah dengan cara tidak menghilangkan produk lama namun memodifikasi produk lama tersebut menjadi produk baru yang lebih inovatif. Selain itu, Merah Delima juga menambahkan produk yang benar-benar baru dan belum pernah ada sebelumnya. Inovasi tersebut menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing roti bakery dalam penjualan, karena yang pertama diperhatikan dan menarik minat konsumen adalah ragam bentuk, jenis, rasa serta kemasan yang menarik.

Stamm mendefinisikan inovasi merupakan gabungan dari kreativitas yang akhirnya mengarah pada komersialisasi. Kreativitas dan inovasi yang seringkali digunakan dengan bergantian, namun ada perbedaan mendasar yaitu kreativitas adalah sebuah bagian penting dalam inovasi. Untuk mendapatkan suatu manfaat maka perusahaan perlu melakukan kreativitas dan inovasi. Perusahaan membutuhkan proses, prosedur, dan struktur yang memungkinkan pelaksanaan tepat waktu dan efektif dari proyek sehingga produk yang dihasilkan benar-benar inovatif⁵. Dengan demikian inovasi di dalam perusahaan sangat perlu dilakukan, agar produk yang dihasilkan memiliki keunikan maupun keunggulan dibandingkan produk yang dimiliki oleh para pesaing yang sejenis. Produk baru yang sukses di pasar akan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut dan pada era globalisasi ini, para pesaing yang

⁵ Stamm B.V, *Managing Innovation, Design and Creativity second edition* (Hoboken: Wiley, 2008), 53.

memasuki ke dalam dunia bisnis tidak hanya berasal dari dalam negeri melainkan juga dari luar negeri. Hal ini menunjukkan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis.⁶

Inovasi yang dilakukan oleh UD. Merah Delima Bakery dapat mendongkrak tingkat permintaan konsumen. Semakin banyak jumlah permintaan konsumen akan turut serta meningkatkan penjualan yang diharapkan. Maka dengan dilakukannya inovasi produk, UD. Merah Delima Bakery Kediri dapat menarik konsumen, sehingga menimbulkan peningkatan penjualan yang nantinya menghasilkan peningkatan keuntungan.

Dalam kurun waktu ini perkembangan diperoleh bisa dikatakan meningkat walaupun dari jumlah konsumen ada flutualisasi dari setiap harinya. Dapat dilihat dari data penjualan UD. Merah Delima Bakery ini:

Tabel 1.4
Data Penjualan Merah Delima Bakery
Tahun 2015-2018

Satuan : biji

Jenis Produk	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Roti Tawar	21.600	32.280	92.160	104.640
Sisir	11.880	29.160	117.400	156.150
Bluder	18.720	29.880	102.880	123.900
Cake	5.400	28.080	59.040	72.060
Roti Kering	-	-	-	53.640
Jumlah	57.600	119.400	371.480	510.390

Sumber : Merah Delima Bakery

⁶ Walter Stamm, *Urinary Tractus Infection and Pielonefritis In Harrison's Principles Of Internal Medicine* (Singapore: The McGraw Hill Companies, 2008)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan setiap jenis produk mengalami peningkatan , begitu juga jumlah keseluruhan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Inovasi yang dilakukan Usaha Dagang (UD) Merah Delima Bakery dengan cara tidak menghilangkan produk lama namun memodifikasi produk lama tersebut menjadi produk baru yang lebih inovatif. Selain itu, Merah Delima juga menambahkan produk yang benar-benar baru dan belum pernah ada sebelumnya. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD Merah Delima Bakery Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh UD. Merah Delima Bakery?
2. Bagaimana peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan di UD. Merah Delima Bakery?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui inovasi produk yang dilakukan pada UD. Merah Delima Bakery.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UD. Merah Delima Bakery.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Adapun kegunaannya adalah :

1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang usaha kecil dan menengah khususnya bisnis kuliner dalam meningkatkan penjualan.
- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia pemasaran.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh peneliti mengenai peranan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di UD. Merah Delima Bakery Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri).

b. Bagi Perusahaan Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tolok ukur dan bahan evaluasi terhadap peranan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di UD. Merah Delima Bakery Jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri).

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur dan acuan bagi peneliti yang lain untuk dapat dijadikan penunjang dan pengembangan penelitian yang relevan dengan penelitian ini terkait peranan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan.

E. Telaah Pustaka

Dalam telaah pustaka berguna sebagai bahan acuan yang relevan dengan penelitian terdahulu, kajian pustaka juga berguna untuk menghindari adanya plagiasi atas karya orang lain. Di bawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Skripsi Rendy Ansori, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri 2009 yang berjudul “Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Koperasi Syariah Al-Mubarak Pujon Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk pada koperasi Syariah Al-Mubarak memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penjualan dari tahun ke tahun dan tingkat penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2008 mencapai angka Rp. 170.000.000 dengan tingkat penyimpangan sebesar 0%. Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih menitikberatkan fokus penelitiannya ke pengembangan produk pada koperasi syariah dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan peneliti berfokus pada peranan inovasi produk dalam meningkatkan meningkatkan penjualan pada

usaha dagang bakery. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat sama-sama membahas peningkatan penjualan.

2. Skripsi dengan judul “Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung” ditulis oleh Nur Chamidah Saliq, NIM 2824133130, pembimbing oleh Qomarul Huda, M.Ag. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan busana muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung berkaitan erat dengan pengembangan produk dan penjualan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang cenderung banyak mengalami peningkatan. Karena dengan pengembangan produk usaha ini tidak akan mengalami penurunan penjualan yang terlalu banyak. Sebaliknya, pengembangan produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan. Selain itu, terdapat faktor pendukung dan penghambat dari Usaha Dagang ini. Faktor pendukungnya yaitu: keinginan untuk menaikkan omset, mengikuti perkembangan trend fashion sekarang, dan kemajuan teknologi. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya ide atau gagasan dan mahalnya biaya proses pengembangan produk. Pada penelitian terdahulu, peneliti lebih menitikberatkan fokus penelitiannya ke upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan berkaitan erat dengan pengembangan produk dan

penjualan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus peranan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan volume penjualan produk.

3. Jurnal Crisdianto Hendi dan Ratih Indriyani, Jurnal Program Manajemen Bisnis Edisi I No. 2. Tahun 2013, Peranan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Batik Tanjung Bumi Ibu Haji Masudi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Batik Tanjung Bumi Ibu Haji Masudi, dapat disimpulkan bahwa peranan inovasi melalui beberapa tahapan inovasi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran. perbedaanya penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada objek dan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu lebih terfokus menggunakan teori dalam kinerja pemasaran. Objek penelitian terdahulu di Batik Tanjung Ibu Haji Masudi di Desa Tanjung Bumi kabupaten Bangkalan Madura sedangkan objek penelitian ini di Usaha Dagang Merah Delima Bakery Kediri. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas peranan inovasi produk.