

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif, inovasi menjadi kunci utama bagi pelaku usaha untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keunggulan produk. Inovasi produk tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan konsumen lama, tetapi juga menarik minat konsumen baru yang lebih bervariasi dalam preferensi makanan yang disediakan. Menurut Kotler dan Keller, inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi satu sama lain sehingga perusahaan dapat menghasilkan suatu produk yang telah ada.<sup>1</sup>

Inovasi merupakan faktor penting yang dapat menjadi penentu keberlangsungan dan perkembangan suatu usaha, terutama di era persaingan yang terjadi saat ini. Inovasi tidak hanya menciptakan produk baru, tetapi juga diperlukan untuk memperbaiki proses produksi, sistem pelayanan, atau juga strategi pemasaran agar usaha mampu bertahan dan terus berkembang di tengah dinamika bisnis.<sup>2</sup> Selain itu inovasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Pelaku usaha yang berani untuk melakukan sebuah inovasi, akan menjadikan produknya lebih mudah untuk menarik konsumen karena mampu menawarkan sesuatu yang berbeda.

---

<sup>1</sup> Abdurrozzaq, *Bisnis Kreativitas dan Inovasi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022), 100.

<sup>2</sup> Dewi Suryani Purba, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 45.

Inovasi juga dapat diartikan sebagai pengenalan terhadap hal baru. Inovasi yang dilakukan secara signifikan dapat memberikan pengaruh yang besar dalam kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk. Sehingga dengan kualitas yang baik dapat meningkatkan pembelian para konsumen. Tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, adanya inovasi juga membantu para produsen dalam meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini dilakukan dengan memberikan ide-ide baru dalam proses kerja sehingga produsen dapat menekan biaya produksi, menghemat waktu dan meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Efisiensi dapat memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha.<sup>3</sup>

Inovasi juga penting dilakukan dalam menjaga kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan terjadinya perubahan lingkungan bisnis yang dinamis, UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, perkembangan teknologi serta perubahan yang terjadi pada perilaku konsumen. Melalui inovasi, UMKM dapat menciptakan produk, layanan, atau strategi baru yang dapat memberi nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar.<sup>4</sup> Dengan demikian, inovasi juga menjadi faktor penting bagi UMKM untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. UMKM yang terus berinovasi akan memiliki kemampuan

---

<sup>3</sup> Ulya Hilalatul Hasbi et al., "Inovasi Produk Olahan Pangan dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani Mekar Harum, Desa Pemepek, Kecamatan Pringgarata, Kabupaten Lombok Tengah)," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 5, no. 6 (2024): 3019–3034, <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6.3045>.

<sup>4</sup> Purba, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, 45.

adaptasi yang tinggi, memperkuat posisi di pasar, serta mampu menghadapi tantangan perubahan ekonomi di masa depan.

Inovasi juga berlaku pada industri pangan tradisional seperti telur asin. Di sinilah letak pentingnya eksplorasi lebih mendalam mengenai bagaimana inovasi produk telur asin dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha. Industri ini telah lama dikenal oleh masyarakat, namun, pada kenyataannya industri telur asin tetap membutuhkan pembaruan untuk memenuhi tuntutan konsumen modern. Sebagai salah satu produk olahan berbasis telur bebek yang memiliki nilai ekonomis tinggi, telur asin tidak hanya berperan sebagai sumber pangan bergizi tetapi juga menjadi komoditas yang berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha, khususnya bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Seiring dengan berkembangnya industri kuliner yang pesat, melahirkan tuntutan baru bagi produsen telur asin untuk terus beradaptasi dengan melakukan berbagai terobosan, baik dalam hal cita rasa, kemasan, maupun teknik pengolahan.

Telur asin telah lama menjadi salah satu produk olahan pangan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama karena rasanya yang khas dan kandungan gizinya yang tinggi. Produk ini umumnya dibuat dari telur bebek yang diawetkan dengan larutan garam, kemudian diolah melalui proses perebusan atau pengasinan tradisional. Seiring berubahnya zaman, telur asin tidak hanya dinikmati sebagai makanan sehari-hari, tetapi juga dijadikan sebagai oleh-oleh khas daerah. Produsen telur asin yang semakin bertambah menjadikan jumlah produsen juga meningkat yang menjadikan adanya

persaingan bisnis. Hal tersebut memberikan tantangan tersendiri bagi produsen untuk mempertahankan daya saing, baik dari segi kualitas, harga, maupun kreativitas produk. Dengan demikian, perlunya inovasi produk sebagai strategi untuk meningkatkan nilai jual dan memperluas pasar.

Kota Kediri memiliki beberapa produsen telur asin. Tetapi hanya beberapa yang dapat bersaing secara penuh dengan produsen telur asin lainnya. Salah satu produsen yang tergerak meningkatkan nilai jual dan memperluas pasar adalah ATA Telur Asin yang terletak Desa Gayam Kecamatan Mojoroto Kota Kediri. ATA Telur Asin menciptakan inovasi produk baru dengan bahan dasar telur asin menjadi kerupuk telur asin. Awalnya mereka hanya menjual produk utama yaitu telur asin. Dengan adanya inovasi yang dilakukan sedikit demi sedikit, mereka berupaya memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus mampu bersaing dengan kompetitif.

Peneliti melakukan perbandingan dengan produsen lainnya. Dalam melakukan wawancara, peneliti memilih 5 produsen telur asin yang akan dijadikan penelitian. Dua diantara narasumber objek tersebut salah satunya menolak untuk diwawancara sedangkan yang lainnya tidak melakukan respon dalam perizinan yang peneliti lakukan. Dengan demikian peneliti menemukan 3 objek yang ditujukan sebagai perbandingan. Berikut data yang peneliti dapatkan beserta alamat dan tahun berdiri produsen.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Produsen Telur Asin**  
**UMKM ATA Telur Asin, Berliyan dan Pak Joko**  
**Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri**  
**Tahun 2025**

| <b>Keterangan</b>                | <b>ATA Telur Asin</b>                                                                                                                                                            | <b>Berliyan Telur Asin</b>                                                                                                                                                   | <b>Sibat Telur Asin</b>                                                                                                                                                      |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alamat                           | Jl. Begendang RT. 04<br>RW. 05 Gayam, Kec.<br>Mojoroto, Kota Kediri                                                                                                              | Jl. Melati III,<br>Ngampel, Kec.<br>Mojoroto, Kota<br>Kediri                                                                                                                 | Jl. Dr. Saharjo Gang<br>3B, Campurejo,<br>Kota Kediri                                                                                                                        |
| Tahun Berdiri                    | 2013                                                                                                                                                                             | 2020                                                                                                                                                                         | 2014                                                                                                                                                                         |
| Produk                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> <li>• Kerupuk Telur Asin</li> <li>• Krecek Telur Asin</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> </ul>                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> </ul>                                                                                   |
| Lokasi                           | Gayam, Mojoroto, Kota Kediri                                                                                                                                                     | Ngampel, Mojoroto, Kota Kediri                                                                                                                                               | Campurejo, Kota Kediri                                                                                                                                                       |
| Pendapatan per Tahun 2022 - 2025 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 104.760.000 (2022)</li> <li>• Rp. 134.640.000 (2023)</li> <li>• Rp. 156.600.000 (2024)</li> <li>• Rp. 294.600.000 (2025)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 10.500.000 (2022)</li> <li>• Rp. 15.960.000 (2023)</li> <li>• Rp. 21.000.000 (2024)</li> <li>• Rp. 41.160.000 (2025)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 24.540.000 (2022)</li> <li>• Rp. 29.700.000 (2023)</li> <li>• Rp. 36.700.000 (2024)</li> <li>• Rp. 42.180.000 (2025)</li> </ul> |

Sumber: Wawancara Peneliti 24 September 2025

Dari tabel 1.1 dijelaskan terdapat 3 produsen telur asin yang berada di Kecamatan Mojoroto. Peneliti memilih UMKM ATA Telur Asin karena berdiri di tahun 2013 yang menunjukkan bahwa UMKM ini memiliki tahun berdiri yang lebih lama dibandingkan 2 UMKM lainnya. Dari data tersebut, UMKM Telur Asin ATA juga memiliki keunggulan dibanding dua produsen lainnya. Dari faktor produk menunjukkan bahwa ATA Telur Asin memiliki varian produk paling banyak yang beberapa diantaranya tidak dimiliki oleh UMKM lainnya. Selain itu, dari segi harga ketiga UMKM tersebut memiliki harga yang

sama dan mampu bersaing satu sama lain. Sedangkan faktor promosi, UMKM ATA Telur Asin telah melakukan promosi dengan cara promosi yang lebih beragam serta lebih luas dibanding 2 UMKM lainnya. Lokasi ketiga UMKM ini berada di daerah yang sama yaitu Kecamatan Mojoroto yang masuk ke dalam wilayah Kota Kediri. Dari segi pendapatan selama 3 tahun yakni 2022, 2023, dan 2024 dapat menunjukkan bahwa pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM ATA memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan produsen telur asin atau 2 UMKM lainnya yakni Berliyan Telur Asin dan Sibat Telur Asin. Dengan keunggulan tersebut, penulis menjadikan ATA telur asin sebagai objek penelitian ini.

Konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih produk, terutama berdasarkan penilaian terhadap kualitasnya. Penerapan strategi dalam meningkatkan penjualan melalui variasi produk di ATA Telur Asin Gayam Kota Kediri telah memberikan hasil yang cukup memuaskan. Langkah ini tidak hanya menarik perhatian konsumen baru tetapi juga mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, serta menjadikan produk ATA Telur Asin menjadi tujuan dikalangan konsumen dengan daya tarik rasa dan kualitas yang konsisten.

**Tabel 1.2**  
**Timeline dan Pendapatan Inovasi Produk ATA Telur Asin Mojoroto Kota Kediri**

| <b>Tahun</b> | <b>Pendapatan Per Tahun</b> | <b>Inovasi Produk</b> | <b>Keterangan</b>                        |
|--------------|-----------------------------|-----------------------|------------------------------------------|
| 2013         | Rp. 900.000                 | • Hanya Telur Asin    | Belum melakukan inovasi produk           |
| 2019         | Rp. 21.000.000              | • HanyaTelur Asin     | Masih pada produk yang sama karena belum |

|      |                |                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                          |
|------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                |                                                                                                                                            | melakukan inovasi produk                                                                                                                                                 |
| 2021 | Rp. 67.200.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> </ul>                                                 | Mulai melakukan inovasi produk dengan mengembangkan olahan telur asin                                                                                                    |
| 2022 | Rp.104.760.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> <li>• Kerupuk Telur Asin</li> <li>• Krecek</li> </ul> | Inovasi produk telah dilakukan secara keseluruhan dengan berbagai olahan produk yang tersedia                                                                            |
| 2023 | Rp.134.640.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> <li>• Kerupuk Telur Asin</li> <li>• Krecek</li> </ul> | Tahun kedua inovasi produk mulai dilakukan dengan konsumen yang mulai mengenal varian produk baru                                                                        |
| 2024 | Rp.156.600.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> <li>• Kerupuk Telur Asin</li> <li>• Krecek</li> </ul> | Tahun ketiga, terjadi peningkatan pesanan dengan adanya MBG                                                                                                              |
| 2025 | Rp.294.600.000 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telur Asin</li> <li>• Botok Telur Asin</li> <li>• Kerupuk Telur Asin</li> <li>• Krecek</li> </ul> | Tahun keempat inovasi produk berjalan, pemilik mengikuti bazar UMKM sehingga pemerintah kota melakukan pemesanan sebagai buah tangan untuk acara dan pemesanan oleh MBG. |

Sumber: Wawancara Peneliti 15 Oktober 2025

Tabel 1.2 merupakan tabel perbandingan pendapatan ketika inovasi telah dilakukan. UMKM ATA Telur Asin melakukan inovasi produk dengan

menambah varian pilihan pada konsumen berupa botok dari telur asin, kerupuk telur asin, dan krecek. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pada pendapatan sejak inovasi dilakukan yaitu dimulai pada tahun 2014 yang pada awalnya hanya menjual telur asin hingga menambah jenis varian produk lain. Pendapatan yang dihasilkan juga menunjukkan peningkatan ketika hanya menjual varian produk berupa telur asin saja kemudian menambah varian berupa botok, krecek, hingga kerupuk telur asin.

Berdasarkan data dan informasi yang ada, penelitian ini berfokus pada variabel utama yang meliputi jenis inovasi yang diterapkan, tingkat penerimaan pasar meliputi minat dan kepuasan konsumen serta dampak ekonomi yang dihasilkan. Dengan menganalisis hubungan antara ketiga aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana inovasi mampu menjadi solusi dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan bisnis telur asin. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Kasus Pada UMKM ATA Telur Asin Gayam Mojoroto Kota Kediri)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk pada ATA Telur Asin di Desa Gayam Kecamatan Mojoroto?



2. Bagaimana peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan ATA Telur Asin Desa Gayam Kecamatan Mojoroto ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana inovasi yang digunakan ATA Telur Asin Desa Gayam Kecamatan Mojoroto.
2. Untuk menganalisis bagaimana peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan ATA Telur Asin Desa Gayam Kecamatan Mojoroto.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penelitian bagi pihak - pihak berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis berupa tambahan ilmu terkait topik yang diangkat oleh peneliti yakni peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi UMKM ATA Telur Asin

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi bahwa inovasi produk juga memberi dampak dalam meningkatkan pendapatan UMKM ATA Telur Asin.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk penelitian selanjutnya serta pengembangan ilmu pengetahuan.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambahan karya tulis pada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Wasil Kediri dan sumber belajar program studi.

**E. Telaah Pustaka**

1. Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Omset Di Griya Manik Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang Oleh Nabila Rahma Putri, Mahasiswa IAIN Kediri.<sup>5</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sumber data terdiri dari data primer yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi serta wawancara mengenai produk dan omset penjualan. Dan dari data sekunder yang terkait dengan dokumentasi, buku dan bahan yang masih berkesinambungan dengan penelitian. Data lalu dianalisis menggunakan reduksi data, sajian data, menyimpulkan data. Tahapan terakhir, keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, metode, dan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki kontribusi terhadap peningkatan omset penjualan manik-manik melalui beberapa mekanisme utama. Namun,

---

<sup>5</sup> Nabila Rahma Putri, "Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Omset di Griya Manik Desa Plumbon Gombang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang" (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

tidak semuanya menjadi tolak ukur inovasi produk dalam meningkatkan omset penjualan, hanya ada beberapa diantaranya, yang pertama desain dan ukuran manik-manik yang inovatif dari segi kombinasi warna maupun desain atau motif yang sesuai dengan keinginan customer, sehingga berhasil menarik perhatian konsumen baru dan meningkatkan minat beli. Kedua, fitur produk dari segi penjualan, yang lebih mengutamakan server atau pelayanan yang cepat kepada customer, hal ini menjadikan banyak customer yang melakukan pemesanan di Griya Manik. Ketiga, penerapan teknologi, seperti platform *e-commerce* dan media sosial, memperluas jangkauan pasar dan memperkuat strategi pemasaran, sehingga meningkatkan omset penjualan. Keempat, dengan harga yang sesuai budget dan terbilang murah tetapi dengan kualitas yang sama, serta daya saing harga dengan memberikan tawaran yang terbaik juga menjadi salah satu faktor meningkatnya omset penjualan Griya Manik. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan sama-sama menggunakan variabel variasi produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada usaha home industry kerupuk dan objek penelitian yang terletak pada produk di ATA telur asin.

2. Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD. KARYA ABADI Kelurahan Tinalan Kota Kediri) Oleh Reynanda Cindy Alifian, Mahasiswi IAIN Kediri.<sup>6</sup> Penelitian ini

---

<sup>6</sup> Reynanda Cindy Alifian, "Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada UD. Karya Abadi Kelurahan Tinalan Kota Kediri)" (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara melibatkan pemilik, desainer, staf administrasi, beberapa karyawan dan beberapa konsumen. Validitas data diperiksa melalui keterlibatan peneliti, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Strategi inovasi produk bahan bangunan yang dilakukan oleh UD. Karya Abadi berdasarkan tiga indikator yakni Kualitas produk bahan bangunan yang ditawarkan oleh UD. Karya Abadi Kota Kediri merupakan produk dengan kualitas yang baik dan bermutu dengan bahan baku yang tidak akan merusak lingkungan, dan beberapa produk bahan bangunan di UD. Karya Abadi Kota Kediri juga telah diuji ketahanan dan kualitasnya oleh UNS Trenggalek dan Dinas Pekerjaan Umum Tulungagung. UD. Karya Abadi Kota Kediri selalu mengikuti perkembangan zaman dengan menawarkan produk yang memiliki gaya dan desain sedang tren dan paling up to date. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan sama-sama menggunakan variabel variasi produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada usaha bangunan UD. KARYA ABADI dan objek penelitian yang terletak pada produk di ATA telur asin.

3. Peran Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD. LM Bakery Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)  
Oleh Amalia Susanti, Mahasiswi IAIN Kediri.<sup>7</sup> Penelitian ini

---

<sup>7</sup> Amalia Susanti, "Peran Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada UD. LM Bakery Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)" (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder, sedangkan metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan teknis analisis data melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Strategi inovasi produk yang dilakukan oleh UD. LM Bakery terdiri dari meningkatkan kualitas produk, memberagamkan varian produk, serta mengembangkan gaya dan desain produk yang meliputi bentuk, desain dan ukuran produk, serta kemasan. Penjualan yang dilakukan UD. LM Bakery melalui dua sistem penjualan yaitu penjualan secara langsung dan tidak langsung. Pada periode tahun 2020 UD. LM Bakery mulai melakukan inovasi produk dan penjualan menunjukkan penurunan sebesar -37% karena dampak awal pandemi Covid-19, lalu pada periode 2021 dimana merupakan puncak pandemi Covid-19, dengan inovasi produk yang berkelanjutan penjualan UD. LM Bakery menunjukkan peningkatan senilai 121% dan pada periode 2022 dimana kondisi pandemi sudah mengurangi penjualan menunjukkan peningkatan senilai 46% dan tercatat sebagai penjualan tertinggi selama UD. LM Bakery beroperasi sehingga penerapan inovasi produk yang telah dilakukan oleh UD. LM Bakery dapat dinilai berperan dalam meningkatkan penjualannya. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan sama-sama menggunakan variabel variasi produk.

Sedangkan perbedaannya terletak pada kue LM Bakery Lirboyo dan objek penelitian yang terletak pada produk di ATA telur asin.

4. Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Vanila Cookies Di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri Oleh Aisyah Zulfa Salsabila, Mahasiswa IAIN Kediri.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM Vanila Cookies, observasi terhadap proses produksi dan pemasaran, serta dokumentasi kegiatan usaha. Sumber data sekunder berasal dari buku dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik inovasi produk. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan uji keabsahan data dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan penjualan Vanila Cookies. Inovasi yang dilakukan meliputi pengembangan varian rasa baru, desain kemasan yang menarik, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital. Penerapan inovasi tersebut berdampak positif terhadap peningkatan jumlah konsumen dan penjualan setiap bulannya. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan

---

<sup>8</sup> Aisyah Zulfa Salsabila, "Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Vanila Cookies di Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri" (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

hasil usaha. Perbedaannya adalah terletak pada objek penelitiannya dan variabel Y yang merupakan pendapatan bukan penjualan.

5. Pemanfaatan Daging Biji Kepayang Terhadap Kualitas Sensori Dan Daya Simpan Telur Asin Oleh Sari Wiji Utami dan Shinta Setiadevi.<sup>9</sup>

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan daging biji kepayang terhadap kualitas sensoris dan daya simpan telur asin. Data primer diperoleh melalui uji laboratorium dan penilaian panelis terhadap karakteristik telur asin, meliputi warna, aroma, rasa, dan tekstur. Data sekunder diambil dari literatur pendukung terkait inovasi produk pangan lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penambahan daging biji kepayang sebagai bahan tambahan mampu meningkatkan cita rasa, memperpanjang daya simpan, serta menambah nilai jual telur asin. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa inovasi pada bahan baku dan proses produksi memiliki dampak signifikan terhadap kualitas dan potensi pasar produk telur asin.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus inovasi produk sebagai sarana meningkatkan nilai ekonomi produk lokal. Perbedaannya, penelitian Utami dan Setiadevi menekankan aspek kualitas sensoris melalui inovasi bahan tambahan, sedangkan penelitian ini berfokus pada inovasi produk telur asin UMKM ATA di Kediri sebagai strategi utama dalam meningkatkan pendapatan usaha.

---

<sup>9</sup> Sari Wiji Utami dan Shinta Setiadevi, "Pemanfaatan Daging Biji Kepayang Terhadap Kualitas Sensori dan Daya Simpan Telur Asin," *Jurnal Ilmiah Inovasi* 18, no. 3 (2018): 144–149.