

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Inovasi merupakan satu kata yang sudah tidak asing lagi bagi telinga kita yang merupakan satu kunci bagi kalangan dunia usaha. Diera baru millennium ini, dimana pasar penjualan sudah mulai bergerak kepasar pembeli, tampak inovasi menjadi sangat penting dan sangat menentukan untuk memenangkan persaingan. Sedangkan pada abad dua puluh satu, yang bisa dikatakan sebagai era globalisasi yang sesungguhnya, peran inovasi tentunya akan lebih penting dan menentukan lagi, meskipun formatnya agak sedikit berbeda karena adanya pergeseran pasar dari pasar lokal dan regional kepasar global. Perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya dengan melakukan inovasi. Konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, konsumen juga memperlihatkan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis dalam mengkonsumsi produk, perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk dipasar, karena sebagian besar produk pesaing tampil statis dari tahun ketahun.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Heri Setiawan, Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang, jurnal vol 8, 12

Inovasi Produk Secara umum, inovasi memiliki makna proses mengdopsi “sesuatu” yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya dan sebagai proses menciptakan produk baru.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya :”Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”. (At Taubah : 105)<sup>2</sup>

Perilaku konsumen berkaitan dengan proses pemilihan produk yang akan dibeli, yang terdapat dalam proses pembelian, teori perilaku konsumen dalam pembelian atas dasar pertimbangan ekonomi, menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk melaksanakan pembelian merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar, sehingga mereka akan memilih produk yang dapat memberikan kegunaan yang paling besar, sesuai dengan selera, dan biaya secara relatif.<sup>3</sup>

Melalui inovasi besar harapan mereka 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. Meskipun ruang lingkup yang halal itu sangat luas, akan tetapi sebagian besar manusia sering dikalahkan oleh ketamakan dan kerasukan. Mereka tidak merasa cukup dengan yang banyak karena mereka mementingkan kebutuhan dan hawa nafsu tanpa melihat adanya

<sup>2</sup> Al-Qur'anulkarim terjemahan dan tafsir bil hadist, QS. At Taubah ayat 105, (Bandung : Cordoba, 2016)

<sup>3</sup> Muazzinur , Perilaku Konsumsi trend Pakaian dikalangan Mahasiswi (*Study Pada Mahasiswi Sosiologi Fisip UNRI*), Jurnal No 2 Vol 1, 2014, 3

suatu akibat yang akan merusak atau merugikan orang lain. Seorang produsen muslim harus memproduksi yang halal dan tidak merugikan diri sendiri maupun masyarakat dan tetap pada akhlak mulia. Dalam mengkonsumsi sebuah produk, konsumen tidak hanya melihat sebatas 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.<sup>4</sup> Songkok Awing Pekelingan kabupaten Gresik pun melakukan inovasi produk dengan memproduksi sendiri produk-produk hijab mereka.

Para pengusaha harus memperhatikan trend yang sedang berlangsung karena trend mode yang terus berkembang juga menjadi sebuah ancaman dan membuat persaingan ketat dikalangan produsen pakain dengan model saat ini dalam menciptakan model, motif serta corak, yang dapat membuat konsumen puas hal ini juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam persaingan usaha produsen harus bisa menciptakan atau melakukan inovasi produk dengan berbagai atribut yang dapat menciptakan nilai lebih dari produk yang dihasilkan setiap saat, dengan demikian produsen akan mampu menghasilkan produk sesuai trend mode yang ada.<sup>5</sup>

Aktivitas produksi yang mampu mempertahankan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah kompetitif dan inovatif. Dimana

---

<sup>4</sup> Resa Irawan, Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung , Jurnal No 2 Vol 3, 2017, 1

<sup>5</sup> Cindy Yolinda, “ Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan , Dan Trend Mode Terhadap Keputusan Pembelian Candy Lady Store Bandar Lampung”, Skripsi, Universitas Lampung, 28

aktivitas tersebut, selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industry. Rasulullah SAW menganjurkan itqan (tekun) dalam suatu pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang muslim. Bersifat professional dalam memproduksi menjadi keharusan bagi seorang produsen muslim.<sup>6</sup>

Produksi dalam ekonomi islam bertujuan untuk kemaslahatan individu dan kemaslahatan masyarakat secara berimbang adapun manfaat dari proses produksi dalam ekonomi islam yaitu tidak mengandung unsur mudharat bagi orang lain dan melakukan ekonomi yang bermanfaat didunia dan akhirat.

Produk songkok Awing tentu membutuhkan kualitas yang lebih baik demi memenuhi kepuasan dan permintaan konsumen yang terus meningkat. Sistem manajemen yang telah dilakukan PT. Songkok Awing sudah terbilang cukup baik , namun pada kondisi aktualnya masih terdapat ketidaksesuaian. Proses produksi songkok pada PT. Songkok Awing masih dilakukan dengan cara manual, dengan menggunakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak terlepas dari kesalahan – kesalahan seperti tidak teliti, kecerobohan , kurangnya konsentrasi, kelelahan , dan kurangnya disiplin, serta rasa tanggung jawab yang mengakibatkan terjadinya produk yang tidak sesuai standar perusahaan, sangat beresiko menimbulkan cacat produk. Dengan adanya strategi inovasi yang diterapkan akan memperbaiki produk dengan cara

---

<sup>6</sup> Ika Zunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashidal Syariah, (Jakarta :Kencana Pramedia Group, 2014), 124

produksi Songkok dengan modern menggunakan alat produksi yang baru dan canggih serta dengan tambahan alat untuk membordir songkok polos akan menambah nilai jual serta kualitas yang ada.

Selain Inovasi produk Songkok Awing juga memberikan Garansi Produk, Garansi produk disini dilakukan dengan syarat adanya ketidaksesuaian produk seperti kerusakan karena cacat pada produk atau salah ukuran serta kesalahan pada merk yang dibeli. Garansi jika produk yang dijual ada kerusakan atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka bisa ditukar kembali dengan yang baru yang sesuai dan layak pakai. Kebanyakan garansi hanya ada pada produk elektronik tapi pada saat sekarang produk songkok dengan berbahan kain juga mampu memberikan garansi seperti halnya yang dilakukan PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik. Garansi adalah surat keterangan dari suatu produk bahwa pihak produsen menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan pekerja dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu.<sup>7</sup> Garansi ini sangat berharga sebab dengan adanya garansi, selain menjamin kualitas produk tersebut juga mempengaruhi harga jual dan minat pembelian suatu produk. Dengan adanya garansi, nilai jual suatu produk akan bertambah dan keberadaan garansi tersebut dapat meningkatkan minat konsumen untuk membelinya.

**Table 1.1**

**Daftar Merk dan Harga beberapa Songkok di Kabupaten Gresik**

No	Nama Songkok	Merk	Harga
----	--------------	------	-------

<sup>7</sup> Wikipedia, Pengertian Garansi Produk, 2020, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Garansi> (Diakses pada tanggal 02 Juni 2022 Pukul 19:45 WIB)

1	Songkok Awing Pekelingan	1. Songkok Awing bordir Antique Perak 2. songkok Awing bordir New Antique Emas 3. Songkok Awing Hitam AC	Rp. 150.000  Rp.193.800  Rp. 110.000
2	Songkok Cap Pendopo Bungah	1. Songkok Pendopo Motif Kembang 2. Songkok Pendopo Motif Polos	Rp. 65.000  Rp. 45.000
3	Songkok Cap Lar Bungah	1. Songkok Lar Bordir 2. Songkok Lar Original	Rp. 50.000  Rp. 46.000
4	Songkok Ramli Manyar	1. Songkok Ramli Chusnan Malaysia Terompah Putih 2. Songkok Ramli Lukis Black Diamond AC	Rp. 99.000  Rp. 98.750
5	Songkok Cap Tiga Terbang Bungah	Songkok Tiga Terbang Original	Rp. 40.000

Sumber : Tabel Harga dan Merk beberapa Songkok di Kabupaten Gresik

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan peneliti memilih PT. Songkok Awing Pekelingan Gresik karena Merknnya yang paling unggul atau paling banyak diantara beberapa songkok lainnya tetapi songkok Awing ini memiliki harga yang cukup mahal dibandingkan songkok lainnya yang ada dikabupaten Gresik. Maka dari itu perlu adanya strategi Inovasi dan Garansi Produk ini meskipun

dengan harganya yang cukup mahal dibanding yang lain Songkok Awing harus bisa mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke produk lainnya yang serupa dengan menciptakan produk baru yang merupakan perbaikan dari produk yang sebelumnya ada tetapi tetap mempertahankan kualitas produk. Songkok Awing termasuk songkok yang sudah berkembang pesat dan menjadi favorit masyarakat dengan bahan baku yang baru sehingga terjaga kesuciannya saat beribadah.

**Table 1.2**  
**Data Penjualan beberapa Songkok di Kabupaten Gresik**  
**Tahun 2019 - 2021**

No	Nama Songkok	Data Penjualan			
		2019	2020	2021	Total
1	Songkok Awing Pekelingan	442	540	735	1717 pcs
2	Songkok Cap Pendopo Bungah	425	320	692	1437 pcs
3	Songkok Cap Lar Bungah	315	375	683	1373 pcs
4	Songkok Ramli Manyar	365	245	574	1184 pcs
5	Songkok Cap Tiga Terbang Bungah	285	220	545	1050 pcs

Sumber : Data Total Penjualan Songkok Awing Tahun 2019-2021

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa alasan peneliti memilih Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik karena Songkok Awing Penjualan Songkoknya Paling unggul dengan 1717 pcs dan setiap tahunnya mengalami peningkatan, Meskipun dalam penjualan songkok Awing paling unggul tetapi harus tetap mempunyai strategi yang

membuat konsumen tidak berpaling ke produk lain yang serupa. Dengan adanya Strategi Inovasi dan Garansi Produk akan menambah daya tarik konsumen untuk tetap bertahan dan memilih songkok Awing sebagai songkok terbaik mereka.

Songkok Awing merupakan salah satu usaha dibidang pembuatan songkok diwilayah kota Gresik. Sebelumnya peneliti telah melakukan observasi awal pada PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik dan didapatkan informasi bahwa Perkembangan toko tersebut sekarang ini cukup baik karena banyak karena sebagian penjualan mengalami peningkatan dan sebagian juga ada yang mengalami penurunan karena ketatnya persaingan. Dizaman sekarang untuk tetap bertahan sebagai peelaaku usaha harus memiliki sikap yang inovatif, kreatif, aktif, serta bertanggung jawab dengan produk yang dijual, oleh karena itu Songkok Awing melakukan Inovasi dan Garansi Produk, Songkok Awing sudah memiliki Merek Songkok sendiri dan merupakan toko Songkok Offline di Gresik. Berdasarkan uraian yang telah dicantumkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi inovasi dan garansi produk untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik sebagai salah satu bentuk pematik agar konsumen tertarik melakukan pembelian sekaligus memenuhi kebutuhan maka didalam menulis skripsi penulis mengambil judul **“Strategi Inovasi Dan Garansi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik”**.



**B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana Inovasi Produk yang dilakukan PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik?
2. Bagaimana Garansi Produk yang dilakukan PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik?
3. Apakah Strategi Inovasi dan Garansi Produk dapat meningkatkan Penjualan di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Inovasi Produk yang dilakukan PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui Garansi Produk yang dilakukan PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui Strategi Inovasi dan Garansi Produk dalam meningkatkan Penjualan di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik.

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai kontribusi dan sumbangan ilmiah untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya tentang inovasi dan garansi produk dalam meningkatkan penjualan bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri.

4. Kegunaan Secara Praktis

1. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis dapat memperdalam wawasan serta pengetahuan mengenai strategi inovasi dan garansi produk dalam meningkatkan penjualan, selain itu penelitian ini juga dijadikan salah satu syarat pelengkap untuk mendapatkan gelar S1 bidang bidang Ilmu Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tolak ukur pihak songkok Awing dalam berinovasi agar pembeli tertarik terhadap produk mereka.

## 3. Bagi Almamater

Penelitian ini bisa dijadikan referensi atau rujukan bagi mahasiswa satu almamater yang kesepannya akan melakukan penelitian sejenis.

## **E. Telaah Pustaka**

- a. Peran Inovasi Produk Cokelat Ibuke dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di CV Frenzy Mojoroto Kota Kediri oleh Choirun Nisa' (2018) Mahasiswi prodi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.  
dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi  
Penelitian ini menemukan fakta bahwa CV Frenzy melakukan inovasi pada produk cokelat Ibuke dengan mengembangkan produk untuk memproduksi kekhasan produk cokelat Ibuke. Strategi yang dilakukan adalah inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis ukuran, inovasi

berbasis kemasan, inovasi berbasis desain, inovasi berbasis komplemen dan inovasi berbasis pengurangan upaya. Dengan menerapkan inovasi produk coklat Ibuke ini mempunyai peran yang sangat besar dalam meningkatkan konsumen. Inovasi produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk yang akan dibelinya. Karena mayoritas konsumen menginginkan produk yang variatif serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu inovasi produk sangatlah bagus demi keberlangsungan hidup perusahaan dimasa mendatang.. Persamaan dengan judul yang peneliti ambil yakni Strategi Inovasi sedangkan perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada strategi garansi produk dalam meningkatkan penjualan.

- b. Klaim Garansi Jual Beli Handphone Bekas Perspektif *Khiyar* Dalam Hukum Islam (Studi Kasus Konter *Handphone* Yully Cell Blitar), oleh Nadia Ayu Puji Trisnawati (2020) Mahasiswi prodi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini adalah praktik klaim garansi jual beli handphone bekas dalam perspektif *khiyar* dengan terdapat beberapa ketentuan tentang klaim garansi yang dilakukan oleh Konter *Handphone* Yully Cell. Garansi tersebut diberikan secara lisan dalam tenggang waktu 1x24 jam. Garansi tersebut menggunakan garansi toko. Dalam praktik *khiyarnya* masa jaminan yang diberikan Konter *Handphone* Yully Cell hanya 1x24 jam tidak sesuai dengan ketentuan *khiyar aib* menurut Ulama Malikiyah dengan masa jaminan 3 (tiga) hari.

Meskipun dalam beberapa praktik *khiyarnya* Konter Handphone Yully Cell juga sudah menerapkan *khiyar* majelis dan *khiyar* syarat, tetapi disini dirasa kurang cukup. Persamaan penelitian tersebut yakni membahas mengenai Garansi Produk. Perbedaan penelitian yang terdahulu berfokus pada Klaim Garansi Jual Beli Handphone Bekas Perspektif *Khiyar* Dalam Hukum Islam sedangkan penelitian sekarang fokus pada Strategi Inovasi dan Garansi Produk dalam meningkatkan Penjualan.

- c. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Toko Instagram Famous Photography Official), Oleh Intan Gusti A (20119) mahasiswi prodi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah Famous Photography menggunakan media sosial instagram selaku media promosi utama karena produk yang mereka tawarkan berupa jasa foto dan juga video, maka dari itu cara yang tepat guna mempromosikannya yaitu melalui media sosial instagram, selanjutnya guna menjangkau banyak konsumen, studio famous photography menggunakan iklan berbayar di media sosial instagram. Persamaan yang dipelajari sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang hal yang dilaksanakan oleh produsen dalam meningkatkan penjualan pada perusahaannya. Lalu perbedaannya penelitian terdahulu membahas

tentang Strategi pemasaran pada Famous Photography Official dan penulis membahas tentang Strategi Inovasi dan Garansi Produk pada PT. Songkok Awing.

- d. Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Percetakan Sakilla Jember, Oleh Agung Bhakti (2017), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember .

Dengan tujuan untuk mengetahui peningkatan penjualan setelah dilakukan inovasi produk dipercetakan Sakilla Jember. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan informan penelitian yaitu pemilik dan pegawai Percetakan Sakilla Jember, dan diperoleh kesimpulan bahwa Inovasi Produk yang dilakukan Percetakan Sakilla Jember dengan menerapkan pengembangan dan peragaman produk dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan interaksi antara perusahaan dengan secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi penelitian, penelitian yang akan dilakukan di PT. Songkok Awing Pekelingan Kabupaten Gresik sedangkan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas variabel inovasi produk dan penjualan juga metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.

- e. Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jati Luhur Purwakarta, Oleh Sopa Martina dan Ramdan Adi Purnama (2013) Jurnal Khasanah Ilmu Vol 4 No 2.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tiga alat analisis yaitu SWOT, PEST, IFAS dan EFAS untuk mendapatkan data dan mengolahnya. Dari hasil observasi peneliti mendapatkan hasil temuan bahwa strategi inovasi produk dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke lokasi ini, dikarenakan produk yang antraktif akan menarik minat wisatawan. Sehingga inovasi produk, baik pengadaan produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada sangat relevan untuk diterapkan di Grama Tirta. Adapun perbedaan dan dengan penelitian yang akan dilkauan yaitu variabel penjualan dengan kunjungan wisata tetapi sama saja dalam rangka meningkatkan laba. Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas inovasi produk dalam meningkatkan laba atau penjualan.