

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Home industry adalah suatu unit atau perusahaan berskala kecil yang bergerak dalam bidang *industry* tertentu. Biasanya usaha ini menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari usaha dan jumlah tenaga yang diserap tentu lebih sedikit dari perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.¹ Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 dan UU No. 21 Tahun 2008. Berdasarkan pengertian dari Badan Pusat Statistik (BPS), usaha kecil adalah usaha yang melibatkan tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang, sedangkan yang dimaksud dengan industri rumah tangga adalah usaha yang mempekerjakan kurang dari 5 orang. Batasan BPS ini memang diperuntukkan khusus bagi usaha kecil sektor *industry*. Menurut Direktori Industri Kecil Jawa Tengah (2003: iii), usaha kecil terdiri dari 2 sub sektor yaitu Industri Kecil (IK) dan Dagang Kecil (DK). Berdasarkan Kep. Menperindag RI No.254/MPP/Kep/7/1997 tentang Kriteria Industri Kecil dan Dagang Kecil di Lingkungan Depperindag, IK dan DK adalah usaha industri yang mempunyai nilai investasi seluruhnya maksimal 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan, dan dimiliki oleh Warga Negara Indonesia. Pada Direktori Industri Kecil Jawa

¹ Jasa Ungguh Muliawan, *Manajemen Home industry: Peluang Usaha Ditengah Krisis*, (Yogyaarta: Banyu Media, 2008), h.3.

Tengah (2003: iv) dijelaskan bahwa suatu perusahaan dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu: (a). Industri Besar: tenaga kerjanya 100 orang atau lebih; (b). Industri Sedang: tenaga kerjanya 20-99 orang; (c). Industri Kecil: tenaga kerjanya 5-19 orang; (d). Industri Rumah Tangga: tenaga kerjanya 1- 4 orang.²

Inovasi merupakan satu kata yang sudah tidak asing lagi bagi telinga kita yang merupakan satu kunci bagi kalangan dunia usaha. Di era teknologi seperti sekarang, dimana pasar penjualan sudah mulai bergerak kepasar pembeli, tampak inovasi menjadi sangat penting dan sangat menentukan untuk memenangkan persaingan. 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.³ Perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya dengan melakukan inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun.⁴

Melalui inovasi tersebut besar harapan perusahaan selaku produsen untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru, lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada.

Menurut ajaran Islam akhlak merupakan hal yang paling penting untuk melakukan

² Saifuddin Zuhri, Analisis Pengembangan Usaha Kecil *Home* Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Volume 2, Nomor 3 (Lamongan: FE Universitas Islam Darul „Ulum Lamongan, 2013), hlm. 48-49

³ Ellitan Lena Dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*, Cet. 1, (Bandung, Alfabeta, 2009), h.1

⁴ Heri Setiawan, *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*, jurnal, vol 8, hal.12.

produksi. Meskipun ruang lingkup yang halal itu sangat luas, akan tetapi sebagian besar manusia sering dikalahkan oleh ketamakan dan kerasukan. Seorang produsen muslim harus memproduksi yang halal dan tidak merugikan diri sendiri maupun masyarakat dan tetap pada akhlak mulia. Dalam mengonsumsi 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.⁵ Mugi Lestari pun melakukan inovasi produk dengan memproduksi sendiri aneka macam kerupuk.

Aktivitas produksi yang mampu mempertahankan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah kompetitif dan inovatif. Selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, aktivitas produksi juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri. Rasulullah SAW menganjurkan *itqan* (tekun) dalam suatu pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang muslim. Bersifat profesional dalam memproduksi menjadi keharusan bagi seorang produsen muslim.⁶ Bagian dari aktivitas manusia dalam beribadah adalah praktik bisnis. Praktek ini sudah dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad Saw sebagai salah satu bentuk amalan muamalah. Nabi juga menggunakan media komersial agar berhasil menyelesaikan misinya dalam berdakwah. Nabi memprioritaskan silaturahmi dan dakwah secara lembut. Praktek bisnis adalah bentuk sunnah nabi. Bisnis yang dinaungi semangat

⁵ 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

⁶ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*, (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2014). Hlm. 124.

ibadah akan melekatkan hati pelakunya dengan Allah swt.⁷ 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. Sejalan dengan perkembangan zaman, bisnis saat ini menjadi semakin kompleks. Saat ini para pebisnis tidak hanya dituntut memiliki keberanian untuk melakukan tindakan komersial, tetapi juga pengetahuan dan wawasan untuk memberikan dukungan agar kerugian dapat diminimalisir dan keuntungan dapat dioptimalkan.⁸ Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa, memiliki tujuan untuk bertahan hidup dan berkembang. Setiap perusahaan harus memahami pasar dan di mana ia akan menyediakan atau menjual produk atau jasa yang dihasilkan.⁹ Lingkungan pasar kompetitif yang dinamis, banyak perusahaan menyadari bahwa pengembangan produk baru adalah kunci untuk bertahan hidup dan berkembang.¹⁰

Salah satu makanan ringan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah kerupuk. Selain enak, gurih dan renyah kerupuk juga lebih lezat jika disantap berdampingan dengan menu makanan apapun. Makanan ini sangat populer di Indonesia baik dari kalangan menengah ke bawah hingga keatas pasti sudah pernah mencicipi. Sehingga tidak heran jika banyak *Home industry* menjamur di Indonesia. Salah satu bisnis yang berkembang saat ini adalah *Home industry* Mugi Lestari. *Home industry* ini tidak hanya menjual jenis kerupuk uyel saja, namun ada

⁷Asnawi Nur dan Asnan Fanani Muhammad, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada,2017),14.

⁸Alma Buckhari dan Juni Priansa Donni, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktek Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2006),110.

⁹Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 58.

¹⁰ Alexander Sindoro dan Tanty Syahlina Tarigan, *Manajemen Pemasaran Global jilid 2*, (Jakarta: Indeks, 2007), 97.

jenis kerupuk lain yang di produksi. Inovasi ini dilakukan agar menarik banyak konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada agar tidak bosan dengan jenis kerupuk yang itu-itu saja. Perkembangan *Home industry* kerupuk dewasa ini cukup baik karena beberapa penjualan meningkat, beberapa penjualan juga menurun dikarenakan daya saing yang intens, adanya hal tersebut memaksa *Home industry* Mugi Lestari bekerja keras untuk bersaing. Pengusaha yang ingin bertahan dan sukses harus berusaha meningkatkan volume penjualan industri rumah tangga, karena hal ini akan berpengaruh pada realisasi laba usaha yang maksimal. Berikut tabel data *Home Industry* Krupuk yang ada di Kecamatan Papar.

Tabel 1.1
Data *Home Industry* Krupuk yang ada di Kecamatan Papar

No	Nama	Jenis Usaha	Alamat
1	Mugi Lestari	<i>Home Industry</i> Krupuk	Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kab. Kediri
2	Krupuk Bawang Pak DULADI	<i>Home Industry</i> Krupuk	Dusun Kemiri, Desa Pehkulon Kecamatan Papar Kab. Kediri
3	Sadariyah Jaya	<i>Home Industry</i> Krupuk	Desa Puhjajar Kecamatan Papar Kab. Kediri

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Dari tabel 1.1 diatas terdapat data daftar *Home Industry* Krupuk yang ada di wilayah kecamatan papar, data tersebut kami peroleh dari observasi diseluruh wilayah kecamatan papar terdapat tiga *Home Industry* yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu pengolahan krupuk. Mugi Lestari yang berada di Dusun Ngampel Desa Gampengrejo Kecamatan Papar Kab. Kediri, Krupuk Bawang Pak DULADI terdapat di

Dusun Kemiri, Desa Pehkulon Kecamatan Papar Kab. Kediri dan Sadariyah Jaya terdapat di Desa Puhjajar Kecamatan Papar Kab. Kediri.

Tabel 1.2
Data Penjualan Kerupuk Mugi Lestari 2021

No	Bulan	Volume Penjualan (Rp)
1	Juli	19.500.000
2	Agustus	21.110.000
3	September	25.067.200
	Rata-rata	21.896.400

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Pada tabel 1.2 terdapat data penjualan krupuk mugi lestari setiap bulan yang terus mengalami peningkatan penjualan. Hal tersebut dapat kita lihat di bulan juli memperoleh Rp 19.500.000,- dan agustus memperoleh Rp 21.110.000,- hingga september memperoleh 25.067.200,- untuk peningkatan pejualan setiap bulan cukup baik dan stabil.

Tabel 1.3
Data Penjualan Krupuk Bawang Pak DULADI 2021

No	Bulan	Volume Penjualan (Rp)
1	Juli	15.300.000
2	Agustus	17.000.000
3	September	17.800.000
	Rata-rata	16.700.000

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Pada tabel 1.3 daftar penjualan krupuk bawang Pak Daludi mengalami peningkatan yang tidak begiu stabil disini dapat kita lihat di bulan Juli Rp 15.300.000,- dan Agustus Rp 17.000.000,- hingga september memperoleh Rp 17.800.000,- jika di rata-rata penjualan selama tiga bulan ditahun 2021 ini masih memperoleh Rp 16.700.000,- jika penulis bandingkan dengan perolehan

pendapatan pada *Home Indstry* Krupuk Mugi Lestari sangat jauh berbeda. Dimana mugi lestari memperoleh rata-rata pejualan sebesar Rp 21.896.400,- sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di *Home Industry* Mugi Lestari.

Disisi lain *Home Indutry* Mugi Lestari telah melakukan inovasi produk, dan pengembangan sistem pasar sehingga volume penjualan yang diperoleh dapat naik secara signivikan. Berbeda dengan krupuk bawang yang diproduksi oleh Bapak Duladi yang perlu adanya pengembangan dari segi produk maupun sistem pasar.

Dari tabel¹¹ diatas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan *Home industry* Mugi Lestari mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan volume penjualan dapat dilihat dari besar kecil bahan baku produk yang di produksi sedangkan tinggi rendah penjualan terlihat dari omzet yang diperoleh seriap tahun. Inovasi produk berkaitan dengan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Melalui inovasi produk, perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pelanggan baru. Ketika pelanggan meningkat, penjualan akan menjadi lebih besar. Tentunya jika produk yang dijual dan ditawarkan produsen mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Strategi Inovasi* produk untuk meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti akan membahas permasalahan mengenai inovasi produk pada *Home Industry* Mugi Lestari dan memberikan sumbangsih pemikiran hasil dari penelitian dengan mengangkat sebuah judul **STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN.**

¹¹Hasil Observasi, Data Perolehan penjualan *Home industry* Kerupuk Mugi Lestari, wawancara oleh ibu Kalimah 22 Juli 2019.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi inovasi produk pada *Home industry* Kerupuk Mugi Lestari?
2. Bagaimana peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Home industry* Kerupuk Mugi Lestari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan yang hendak dicapai penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan strategi inovasi produk pada *Home industry* Kerupuk Mugi Lestari.
2. Untuk menjelaskan peran strategi inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan pada *Home industry* Kerupuk Mugi Lestari.

D. Kegunaan Penelitian

Skripsi ini disusun oleh penulis dengan tujuan bahwa penulisan skripsi ini dapat berguna bagi penulis khusus dan bagi masyarakat umumnya. Sedangkan kegunaan pembahasan dalam skripsi ini antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dibidang usaha kecil. Selain itu penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam meningkatkan mutu dan menumbuhkan inovasi dalam setiap

usaha, terutama pada Home Industry. Selain itu diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan usaha rumahan atau Home Industry sehingga penjualan produk dapat meningkat. Serta dapat menjadi referensi untuk digunakan oleh peneliti selanjutnya karya tulis maupun melakukan penelitian lebih dalam.

2. Kegunaan Praktis

Setiap penelitian ada manfaatnya, manfaat tersebut bisa berupa teoritis dan praktis. Untuk penelitian Secara kualitatif, manfaat penelitian bersifat teoritis yaitu Mengenai perkembangan ilmu pengetahuan, tidak dapat disangkal manfaat sebenarnya dari pemecahan masalah. Saat penelitian kualitatif dapat menemukan teori, maka akan berguna untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan suatu gejala.¹² Adapun penggunaan penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Dapat menerapkan serta membandingkan ilmu yang didapat selama perkuliahan yang menghubungkan antara teori dengan keadaan sebenarnya sesuai objek penelitian. Bagi peneliti diharapkan dapat berguna untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan, dan tidak hanya itu namun juga berguna untuk memahami bagaimana strategi untuk meningkatkan volume penjualan, terutama dilihat dari segi inovasi produk.

b. Bagi Produsen

Diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi mengenai Strategi Inovasi Produk untuk meningkatkan volume penjualan.

¹² Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 355.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan berharga dan menambah informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi, serta dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan. Kedepannya diharapkan akan ada pengembangan-pengembangan terhadap ilmu ekonomi.

d. Bagi Publik

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi pembaca bahwa ilmu ekonomi khususnya dalam hal inovasi produk perlu kita kembangkan. Selain itu ekonomi akan terus ada dalam fokus keilmuan apapun baik itu budaya, pemerintahan, sosial dan lain-lain.

E. Telaah Pustaka

Tinjauan pustaka adalah gambaran singkat dari penelitian yang dilakukan seputar masalah penelitian. Setelah peneliti meninjau beberapa dokumen untuk perbandingan, untuk memahami pentingnya penelitian sebelumnya dan pekerjaan yang harus dilakukan. Makna dan perbandingan mungkin terkait dengan teori, metodologi dan lain-lain. Berikut ini adalah studi sebelumnya tentang peningkatan penjualan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Noer Aji Febrianto Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Walisongo dengan judul Pengaruh Inovasi Produk pada Konveksi Busana Muslim *Cloting* Kendal, 2015. Penelitian menggunakan metode kualitatif, penelitian lapangan *field research*. Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder di peroleh berdasarkan catatan penjualan

dan bukti tertulis yang didokumentasikan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah dengan adanya inovasi yang dilakukan tersebut mampu meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan eksistensi konveksi busana muslim. Persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang inovasi produk. Perbedaan terletak pada lokasi penelitian.¹³

2. Penelitian oleh Yuliana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Mahasiswi Universitas Negeri Islam Walisongo dengan judul Peranan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Study Kasus di Miulan Hijab Semarang, 2015. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah dengan adanya inovasi yang dilakukan Miluan Hijab membuat konsumen tidak jenuh karena model selalu beragam setiap bulannya. Hal tersebut berdampak pada tingkat penjualan yang semakin signifikan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian.¹⁴
3. Penelitian oleh Hannafik Primbodo Pratama Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri dengan judul Strategi Pelayanan Koperasi Syariah Harum Dhaha Kota Kediri dalam Meningkatkan Penjualan Produk 2014. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah kemajuan yang diperoleh KSSU Hraum Dhaha meliputi bertambahnya penjualan produk dan bertambahnya

¹³ Noer Aji Febrianto, "Pengaruh Inovasi Produk pada Konveksi Busana Muslim Cloting Kendal" (Skripsi UIN Walisongo, 2015)

¹⁴ Yuliana, "Peranan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Study Kasus di Miulan Hijab Semarang" (Skripsi UIN Walisongo, 2015)

keuangan berupa asset dana pihak ketiga, dana yang tersalur dan laba. Strategi yang digunakan terarah yaitu elemen-elemen pelayanan yang harus diperhatikan. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti peningkatan penjualan. Perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan praktek yang dijalankan atau yang diteliti.¹⁵

4. Penelitian oleh Al-Jaladi Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri dengan judul Strategi Pemasaran Produsen Muslim dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi kasus di UD. Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri). Dalam penelitian ini menggunakan metode *Field research* yakni penelitian lapangan yang dilakukan di UD. Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah strategi pemasaran produsen muslim tenun ikat medali emas sebagai berikut: produk, promosi, harga, distribusi dan pelayanan. Sehingga mampu meningkatkan penjualan produk yang cukup signifikan setiap tahun. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas peningkatan penjualan produk. Perbedaan penelitian ini adalah strategi pemasaran produk dan lokasi penelitian.¹⁶

¹⁵ Hannafik Primbodo Pratama, “ Strategi Playanan Koperasi Syariah Harum Dhaha Kota Kediri”, (STAIN Kediri, 2014)

¹⁶ Al-Jaladi, “Strategi Pemasaran Produsen Muslim dalam Meningkatkan Penjualan Produk” (STAIN Kediri, 2015)