

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Negara Indonesia terus menjadi konsumen dan pasar terbesar. Dalam pangsa pasar ekonomi halal dunia pada tahun 2017 yang berjumlah sekitar 2,1 triliun USD, Indonesia merupakan negara yang memiliki posisi utama sebagai negara pembelanja ekonomi halal, yaitu sekitar 10%. Karena itu, Indonesia menjadi target industri wisata halal, kosmetik, dan makanan. Banyak negara Eropa, serta Jepang, Thailand, Australia, Korea, China, Selandia Baru, dan Singapura, menginginkan bagian dari pasar pariwisata Muslim, yang diperkirakan akan mencapai 320 miliar USD pada tahun 2024.¹

Dibandingkan dengan Indonesia, industri halal berkembang pesat di negara-negara Asia. Seperti Thailand, yang meski hanya memiliki 5% penduduk Muslim, telah memantapkan dirinya sebagai dapur halal dunia. Australia telah memproduksi dan mengekspor daging sapi halal untuk sementara. Korea Selatan yang terkenal dengan industri kecantikannya juga mendominasi pasar global untuk kosmetik halal. Sementara itu, China adalah pemimpin dunia dalam industri tekstil halal.²

¹ Annisa Ilham Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia", *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No.2, (Juli, 2019), 9

² Sakina Rakhma D. S, "Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia?", <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industrihalaldunia>, diakses pada 13 Desember 2022.

Memasuki awal tahun 2020, masyarakat dunia dikejutkan dengan munculnya fenomena baru yaitu *Coronavirus Disease 2020* (Covid-19). Hingga kini, pandemi Covid-19 masih menjadi masalah bagi dunia internasional termasuk di Indonesia. Tercatat per tanggal 30 Januari 2021, sebanyak 1.066.313 jiwa telah dikonfirmasi terinfeksi Covid-19 dengan angka kematian sebesar 29.728 jiwa. Sektor yang terdampak salah satunya ialah UMKM. Secara khusus, 163.713 UMKM terkena dampak pandemi tersebut. Kemenkop UMKM Indonesia juga menyatakan bahwa sekitar 37.000 UMKM mengeluhkan bahwa pandemi sangat mempengaruhi usaha yang tengah dijalankan, 56 persen diantaranya terkait anjloknya penjualan, 22 persen persoalan pembiayaan, 15 persen masalah distribusi barang, dan sisanya sebanyak 4 persen melaporkan kesulitan dalam memperoleh bahan baku mentah. Dengan adanya permasalahan ini, keberhasilan usaha UMKM pada kondisi ini lebih sulit tercapai.³

Upaya pemerintah Indonesia untuk membentuk kerangka hukum bagi industri produk halal nasional, termasuk di Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, menunjukkan bahwa perkembangan di sektor riil dalam hal ini industri produk halal telah berkembang menjadi industri di wilayah tertentu. Kepastian hukum, keamanan, keadilan, akuntabilitas, keterbukaan, efisiensi, dan profesionalisme semuanya tercakup dalam undang-undang. Pelaku usaha mampu meningkatkan nilai tambah dalam memproduksi dan menjual produk halalnya berkat jaminan kehalalan

³ “*Coronavirus Disease 2020* (Covid-19)”, <https://Covid19.go.id>, diakses pada 18 April 2023.

produk. Selain itu, jaminan kehalalan produk dapat membuat mereka lebih kompetitif di pasar global dan berkontribusi pada perluasan ekonomi nasional.⁴

Beragam pekerjaan dan bidang pekerjaan telah muncul sebagai akibat dari globalisasi dan kebangkitan dunia bisnis. Karena pekerja dituntut untuk memenuhi kualifikasi dan kompetensi yang diharapkan dalam setiap bidang pekerjaan yang digelutinya, maka tingkat persaingan diantara mereka pun meningkat. Kompetensi yang harus dimiliki karyawan secara langsung dipengaruhi oleh hal ini.⁵

Usaha kecil dan menengah baru muncul sebagai akibat dari krisis ekonomi Indonesia. Jika dikelola dengan baik, industri kecil dan industri rumah tangga rakyat Indonesia dapat berkontribusi dalam penyelesaian masalah terkait pembangunan serta ekonomi dimasyarakat. Karena kita sadar bahwa kebutuhan manusia tidak pernah ada habisnya, begitu satu kebutuhan terpuaskan, muncul kebutuhan lainnya. Mirip dengan permintaan pakaian, industri konveksi terkadang mengalami ekspansi yang cepat. Hal ini terlihat dari pesatnya ekspansi berbagai usaha rumah tangga kecil. Konveksi yang merupakan salah satu jenis usaha industri dan merupakan bentuk usaha perseorangan merupakan salah satu pilihan bagi masyarakat yang tidak terlalu

⁴ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), “Kepada BPJPH Sosialisasikan UU JPH Pada Pelaku Usaha”, www.kemenag.go.id, diakses pada 13 Desember 2022.

⁵ Dyan Puspitasari Sunaryo Putri, “*Akuntan Memenangkan Persaingan di Era MEA*”, (Program Pascasarjana Universitas Pamulang, 2016), 4.

butuh modal besar yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penghasilan masyarakat dan *income* keluarga.

Terlepas dari jenis bisnisnya, inovasi sangat penting untuk kelangsungan hidup. Agar produsen konveksi terus berkembang di pasar yang semakin kompetitif ini dan terus meningkatkan kinerja pemasarannya, mereka harus terus-menerus menerapkan inovasi-inovasi baru. Salah satu inovasi terpenting yang digunakan dalam industri konveksi ini ialah selalu mengikuti perkembangan *fashion* dan *trend* yang sedang naik daun dikalangan masyarakat.⁶

Para pebisnis harus fokus pada pola yang berkelanjutan karena gaya yang terus berkembang juga menjadi ancaman dan membuat persaingan ketat antara produsen pakaian dengan model terkini dalam membuat model, tema dan contoh, yang dapat membuat pembeli puas, hal ini juga berdampak pada keputusan pembelian. Produsen harus mampu menciptakan atau melakukan inovasi produk yang memiliki berbagai atribut yang dapat meningkatkan nilai produk yang dihasilkannya pada suatu saat dalam persaingan bisnis. Alhasil, produsen akan mampu menghasilkan produk yang mengikuti *trend fashion* saat ini.⁷

Kegiatan dalam produksi yang mampu berlanjut dan menghasilkan banyak uang saat ini adalah inovatif dan kompetitif. Dimana selain dipengaruhi oleh berbagai sumber daya alam dan manusia, kegiatan tersebut

⁶ Dhewanto, Wawan, dkk, „*Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*“, (Bandung, CV. Alfabeta, 2015), 40.

⁷ 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

juga dipengaruhi oleh berbagai kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri. Ketika seorang Muslim melakukan suatu tugas, Rasulullah SAW menganjurkan itqan, atau ketekunan. Seorang produsen Muslim harus memproduksi secara profesional.⁸

Kecamatan Plosoklaten merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur dan berada di Kabupaten Kediri. Banyak industri kecil bermunculan di wilayah ini, salah satunya adalah usaha konveksi, khususnya usaha pakaian jadi dalam jumlah besar atau skala besar.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), Suatu usaha yang berdiri sendiri didirikan oleh perorangan atau badan usaha. Pertumbuhan bisnis pakaian juga terjadi di Kediri yang saat ini banyak konveksi, distro, jasa sablon, salah satunya adalah konveksi jemasbond. Konveksi Jemasbond merupakan Konveksi di Kediri yang menawarkan pakaian sesuai dengan yang diminta konsumen yang berdiri sejak tahun 2013 di daerah Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Kebutuhan konsumen yang sangat dibutuhkan adalah kebutuhan pakaian merupakan suatu keharusan dalam hidup, merupakan kebutuhan primer. Usaha di bidang tekstil adalah peluang besar bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Konveksi Jemasbond merupakan usaha konveksi di Desa Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri yang bergerak dibidang menjahit, bordir, sablon, dan lain-lain. Konveksi ini berdiri tahun 2013. Awalnya dulu konveksi ini memusatkan perhatian pada iklan di sekolah-sekolah dan mesin

⁸ Ika Zunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashidal Syariah*, (Jakarta :Kencana Pramedia Group, 2014), 124

yang digunakan masih dapat diabaikan. Perkembangan zaman dengan kemajuan konveksi ini telah melahirkan banyak barang dengan mesin terlengkap dan terbaru. Pemasaran juga menjalar hingga Yogyakarta, Kalimantan, Jawa Barat, dan lain-lain.

Pada tahun 2020 Covid-19 mulai masuk di Indonesia dan cukup menggemparkan pada bulan Maret, cukup memporak-porandakan ekonomi Indonesia termasuk usaha konveksi milik Galur Dwi Mahandani yang menurun sekali omset penjualannya di tahun 2020, respon cepat dilakukan oleh pemilik konveksi dengan melakukan riset penyebab penurunan omset dan di temukan yaitu memang karena pandemi covid-19, penjualan *offline* turun drastis karena pembatasan dari pemerintah, dari masalah ini di temukanlah solusi untuk meningkat omset penjualan yaitu mencoba lebih fokus memasarkan pada pasar online dengan berbagai inovasi produk yang dimiliki konveksi Jemasbond.

Untuk mencapai tujuan perusahaan, setiap pengusaha memiliki sumber daya manusia, keuangan, dan fisik yang terbatas. Bisnis konveksi harus dikelola dengan baik agar berfungsi secara efektif dan berhasil dalam memenuhi kebutuhan pasar. Manajemen semua merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mengarahkan dan membina agar setiap tugas dapat dilaksanakan dengan baik dan benar, sangat diperlukan untuk mewujudkannya. Dengan para eksekutif, semua tujuan hierarkis dapat dicapai, produktivitas dan efisiensi juga tercapai.

Kebutuhan manusia tidak terbatas, satu kebutuhan dipenuhi yang lain akan timbul. Demikian dengan kebutuhan sandang, sehingga usaha konveksi

semakin cepat berkembang. Bisa dilihat dari maraknya pertumbuhan industri sebagai salah satu bentuk usaha perseorangan, konveksi secara global adalah pakaian yang dibuat secara banyak.

Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada dan dapat berarti temuan baru yang menyebabkan berdaya gunanya produk atau jasa ke arah yang lebih produktif dan mempunyai nilai manfaat bagi masyarakat. Misalnya dalam dunia perbankan, bank syariah di Indonesia baru dikembangkan pada dekade awal tahun 1990-an sebagai inovasi dari penerapan bank konvensional. Bank syariah dikembangkan dengan lebih mengembangkan ajaran muamalah dalam tradisi syariat Islam. Salah satu ajaran yang dikembangkan adalah akad bagi hasil dalam pengelolaan uang di bank. Sedangkan bank konvensional lebih berorientasi profit sehingga rentan dengan masalah suku bunga atau riba. Bank Syariah tersebut merupakan contoh hasil dari sikap inovasi yaitu melalui Bank Syariah yang lebih mengutamakan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.

Islam tidak hanya menjelaskan tentang beribadah kepada Allah melainkan juga menjelaskan tentang berbagai cara untuk menjadikan umatnya bahagia di dunia maupun di akhirat. Dalam kehidupan, tentu manusia tak akan lepas dari kegiatan berpikir. Setiap manusia pasti menggunakan daya akalnya untuk berpikir mengenai setiap sesuatu yang dijalani dalam hidup. Islam pun tidak melarang akal digunakan untuk

melakukan kreativitas atau pun inovasi dalam bekerja dan mencukupi kehidupannya. Islam justru memerintahkan kita untuk mengelola sumber daya alam yang ada sebaik mungkin yang dapat bermanfaat untuk siapa pun baik manusia, hewan atau pun makhluk hidup lainnya. Kreatif merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Kreatif dilakukan dengan cara menemukan, menggabungkan, membangun, mengarang, mendesain, merancang, mengubah ataupun menambah sesuatu untuk bernilai manfaat. Dalam pandangan Islam, kreatif merupakan cerminan dari nama Allah, *al-Khāliq* dan *al-Mushawwir*. Kreatif ialah kemampuan menggunakan apa yang dimilikinya dalam menghasilkan sesuatu yang terbaik dan bermanfaat bagi kehidupan sebagai wujud pengabdian yang tulus kehadiran-Nya dan rasa syukur atas nikmat-Nya. Allah Swt.⁹

Industri hal ini sangat penting dalam upaya untuk mengurangi tingkat kemiskinan di wilayah untuk menaikkan penghasilan dan menyerap pekerja dipedesaan. Aktivitas ini cukup banyak mempertahankan pekerjaan di sektor industri yang condong mengalami kenaikan.¹⁰ Di kabupaten Kediri terdapat beberapa konveksi antara lain :

⁹ “Kreatif dan Inovatif dalam Islam”, <https://an-nur.ac.id/kreatif-dan-inovatif-dalam-islam/>, diakses pada 17 April 2023.

¹⁰ Wawancara dengan Galur Dwi Mahandani (pemilik Jemasbond), Tanggal 20 Februari 2022, 19.30 WIB

Tabel 1.1

Nama konveksi dan jenis produk

No	Nama Konveksi	Jenis produk/ macam produk	Alamat
1.	Jemasbond	Sablon, bordir, kaos, kemeja, jaket, kemeja, jas	Jl. Klaten Ruko lapangan RT 02 / RW 01, Desa Brenggolo, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
2.	Dominance Impresive	Kaos dan sablon	Jl. Putri klanjan Dusun Bogem Timur, Desa Bogem, Kec.Gurah, Kab. Kediri
3.	Ninety-nine	Kaos, sablon, bordir	Jl. Bawang RT 10/ RW 02 Desa Jarak, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
4.	Konveksi Cs Merch	Jersey, kaos, bordir, sablon	Jl. Ngaglok Desa Gondang, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
5.	Zhidan Konveksi	Bordir, kaos, kemeja	Jl. Mastrip Gg.2 No.2 Desa Klanderan, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
6.	MRD Konveksi	Gamis, baju muslim	Jl. Dermo Desa Pranggang, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
7.	Dwi Konveksi	Sablon, Bordir , kaos, Kemeja, Jersey	Jl. Raya Brenggolo Desa Brenggolo, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
8.	Konveksi Al Ma'unah	Kemeja, gamis, mukena, jilbab	Jl. Dusun Darungan, RT.04/RW.06, Desa Punjul, Kec. Plosoklaten, Kab. Kediri
9.	Syakira Konveksi	Sablon, kemeja, polo	Dsn. Bangunrejo, Desa Dermo Pranggang, Kec. Plosoklaten, Kabupaten Kediri

10.	Konveksi Ibu yuli	Gamis, kemeja, jilbab	RT.06/RW.02, Desa Klandaran, Kec. Plosoklaten, Kabupaten Kediri
-----	-------------------	-----------------------	---

Sumber : Data primer dan observasi di wilayah Kecamatan Plosoklaten

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jenis usaha konveksi yang terlengkap yaitu pada konveksi jemasbond, bergerak dalam bidang sablon namun juga ada bordir sehingga cukup banyak produk yang dibuat.

Tabel 1.2

Inovasi produk Jemas Bond

No	Inovasi pada tahun	Produk lama	Produk baru 1	Produk baru 2
1	2020	Regelan (Januari - Mei)	Regelan 3/4 (Mei - Desember)	
2	2021	Kaos sablon besar (Januari - Maret)	Kaos sablon kecil depan (Maret - September)	Kaos sablon kecil depan, sablon belakang besar (September - Desember)
3	2022	Kaos sablon kecil depan, sablon belakang besar (Januari - Juni)	Kaos sablon besar (Juni - Desember)	

Sumber : Data wawancara bersama owner Konveksi Jemasbond

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa inovasi produk pada Konveksi Jemasbond ini berdasarkan jika omset dan minat beli masyarakat sudah menurun disitulah strategi inovasi produk ini dijalankan karena untuk mampu bersaing dengan pesaing-pesaing global haruslah jeli dan cermat dalam melakukan riset produk lama ke peroduk yang lebih baik contohnya seperti yang dilakukan

Konveksi Jemasbond diatas terlihat inovasi produk dilakukan untuk menaikkan daya beli masyarakat yang sudah bosan dengan model produk yang itu-itu saja.

Tabel 1.3
Data penjualan omset ditahun 2020 - 2022

No.	Tahun	Omset Jemasbond	Omset Dominance impresive	Omset Ninetynine
1.	2020	Rp 564.300.000	Rp 285.700.000	Rp 213.500.000
2.	2021	Rp 781.200.000	Rp 429.200.000	Rp 511.750.000
3.	2022	Rp 872.000.000	Rp 487.800.000	Rp 649.610.000

Sumber : Data premier dan data wawancara bersama owner Koveksi Jemasbond

Dari tabel 1.3 terlihat di atas, industri ini semakin naik. Dari tahun ke tahun penjualan mendapatkan hasil yang naik di konveksi Jemasbond. Di tahun 2020 terlihat konveksi Jemasbond ini berhasil mencapai omset sebanyak Rp Rp 564.300.000,- meskipun terjadi pandemi covid19 pada tahun 2020. Ditahun 2021 covid19 sudah mulai menurun dan omset di tahun ini ialah Rp 781.200.000,-. Sedangkan pada tahun 2022 kembali pulih perekonomian benar sudah dinyatakan oleh pemerintah lepas pandemi covid19 yang berangsur teratasi berimbas naiknya omset di Konveksi Jemasbond berhasil mencapai omset sebanyak Rp 872.000.000,-. Dengan total omset 3 tahun kebelakang pada tahun 2020 sampai dengan 2022 ialah mencapai Rp 2.217.500.000,-. Dan dari penjualan konveksi Dominance dan konveksi Ninetynine terlihat sekali perbedaan penjualannya omsetnya sangat jauh dengan jemasbond.

Tabel 1.4

Produk dan macam konveksi Jemasbond

No	Jenis produk	Macam produk
1.	Kaos	Distro
2.	Kaos	Olahraga
3.	Kaos	Polo
4.	Kaos	Partai
5.	Baju	Seragam
6.	Baju	Kemeja
7.	Baju	Batik
8.	Jas	Jas, almamater
9.	Jaket	Jaket
10.	Bordir	Bordir
11.	Sablon	Kaos, plastik

Sumber : Data primer wawancara pemilik konveksi Jemasbond

Berdasarkan tabel 1.4 yang dipaparkan diatas, penulis tertarik mengambil permasalahan yang mencangkup menaikkan pendapatan dan inovasi produk dan peneliti mengambil judul “Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Konveksi Jemasbond Desa Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri ”

B. Fokus penelitian

Berdasarkan pada konteks penelitian, jadi fokus penelitian pada penelitian di Konveksi Jemasbond Kediri ini adalah:

1. Bagaimana bentuk inovasi produk yang diterapkan usaha konveksi pada Konveksi Jemasbond Kediri?
2. Bagaimana peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan usaha konveksi pada Konveksi Jemasbond Kediri?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian, jadi tujuan penelitian pada penelitian di Konveksi Jemasbond Kediri ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk inovasi produk yang diterapkan usaha konveksi pada Konveksi Jemasbond Kediri.
2. Untuk mengetahui peran inovasi produk dalam meningkatkan pendapatan usaha konveksi pada Konveksi Jemasbond Kediri.

D. Kegunaan penelitian

Dari tujuan penelitian, maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat:

1. Kegunaan secara teoritis.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah keilmuan, khususnya dibidang konveksi. Untuk mencapai tahap lebih baik dan diharapkan dapat menjadi informasi di bidang Inovasi produk.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Untuk peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah kemampuan intelektual untuk melakukan penelitian dan mampu memperoleh pengalaman dalam penulisan karya ilmiah dapat memberikan pengetahuan dan menambah

wawasan meningkatkan pendapatan suatu produk dan usaha terutama konveksi jemasbond sesuai Islam.

b. Untuk lembaga pendidikan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber acuan untuk meningkatkan pendapatan dan inovasi konveksi.

c. Untuk usaha yang diteliti

Penelitian ini semoga dapat dimanfaatkan sebagai suatu pertimbangan untuk pengambilan keputusan meningkatkan pendapatan dan inovasi konveksi jemasbond yang baik.

E. Telaah pustaka

Pembandingan dapat dihubungkan dengan pendekatan, hipotesis dan lain-lain. Berikut penelitian sebelumnya :

1. Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah 2021 IAIN Kediri (Studi Kasus Home Industry Pia Latief Kediri), oleh Herlik Meisya Frestywi, Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021.¹¹

Penelitian ini berfokus pada inovasi produk bakpia di tinjau dari marketing syariah. Home industri Pia Latief berperan penting dan berpengaruh pada tingkat penjualan, dapat dilihat pada data naikknya penjualan di tahun 2018-2021. Diperlukannya peran inovasi, karena inovasi dapat meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, sehingga meningkatkan volume penjualan.dalam proses melakukan inovasi dengan tujuan menambah

¹¹ Herlik Meisya Frestywi, “Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah”, (Skripsi SI Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021).

volume penjualan tentu harus dibarengi dengan penggunaan yang sesuai dengan aspek manajemen syariah, seperti keimanan, struktur organisasi, dan sistem syariah. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu mengangkat inovasi produk meningkatkan penjualan, acuan untuk dijadikan sebagai bahan penelitian yang diyakini dapat membantu perkembangan masing-masing usaha.

2. Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Delima Bakery jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri), oleh Farah Habibah, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020.¹²

Peneitian ini berfokus pada pengembangan produk dan menciptakan produk baru, dengan cara tidak menghilangkan produk lama namun memodifikasi produk lama menjadi produk yang lebih inovatif. Berdasarkan data penjualan UD. Merah Delima mengalami peningkatan dalam penjualan dari tahun 2015 ke tahun 2016 meningkat sebesar 11%, tahun 2016 ke tahun 2017 meningkat 21%, dan tahun 2017 ke tahun 2018 meningkat sebesar 37%. Penerapan inovasi produk yang dilakukan UD. Merah Delima Bakery, inovasi yang dilakukan sangat berperan dalam meningkatkan penjualan, karena dengan menampilkan inovasi produk yang menarik membuat kosumen ingin mencoba varian produk terbaru, sehingga bisa meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu mengangkat inovasi produk meningkatkan penjualan.

¹² Farah Habibah, "Peranan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UD. Delima Bakery jalan Penanggungan, Bandar Lor Kota Kediri)", (Skripsi SI Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, dimana kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan. Sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

3. Inovasi Layanan Cod (*Cash On Delivery*) Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri), oleh Kevin Aditya Ernanto, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021.¹³

Penelitian ini berfokus pada Inovasi Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lain-lain. PT. Pos Indonesia Sebagai Jasa salah satu penyedia jasa layanan pengiriman menggunakan metode (*Cash On Delivery*) COD yang mana telah dilakukan oleh penyedia jasa lainnya dan pada PT. Pos Indonesia Layanan COD termasuk inovasi pengiriman layanan baru yang belum sepenuhnya diminati masyarakat oleh sebab itu maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui Inovasi Layanan COD PT. Pos Indonesia Kediri. (2) Untuk mengetahui Inovasi Layanan COD PT. Pos Indonesia Kediri Dalam

¹³ Kevin Aditya Ernanto, "Inovasi Layanan Cod (*Cash On Delivery*) Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kediri)", (Skripsi SI Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021).

Meningkatkan Jumlah Konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini diantaranya Manajer Penjualan PT. Pos Indonesia Kediri serta dengan Konsumen pemakai jasa di PT. Pos Indonesia Kediri. Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu Inovasi.

4. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Batik Jambi Zhorif Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang), oleh Mizin Azrori, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, 2018).¹⁴

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dan pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Adapun jenis penelitian ini adalah kuantitatif-deskriptif. Penelitian ini di lakukan di Batik Jambi Zhorif di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Batik Jambi Zhorif dari bulan April-Juli 2018 yang berjumlah 105 orang. Sedangkan sampel penelitian berjumlah 51 orang Konsumen dengan teknik sampling *Purposive Sampling*. Persamaan penelitian yang diambil dipeneliti ini upaya inovasi produk.

¹⁴ Mizin Azrori, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus Pada Batik Jambi Zhorif Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang)", (Skripsi SI Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin, 2018).

5. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu (studi kasus Sheren Hijab Bengkulu), oleh Lia Ibniwasum, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020.¹⁵

Penelitian ini berfokus pada Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan, untuk mengetahui inovasi apa saja yang dilakukan Sheren Hijab Bengkulu, dan apakah inovasi produk dapat meningkatkan penjualan Sheren Hijab Bengkulu. Jenis dan pendekatan penelitian adalah Deskriptif Kualitatif sampel dilakukan dengan data *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, editing dan penarikan kesimpulan, peningkatan penjualan menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh Sheren Hijab sehingga Sheren Hijab mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dan konsumen secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan. Persamaan dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan.

¹⁵ Lia Ibniwasum, "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu (studi kasus Sheren Hijab Bengkulu)", (Skripsi SI Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020).