

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pemeran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Dunia, tidak hanya di Negara-negara sedang berkembang, namun juga di Negara-negara maju. Di negara maju UMKM dipandang penting karena kelompok usaha ini mampu menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar. Selain itu, juga kontribusi terhadap pembentukan dan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.<sup>1</sup> Melihat perkembangan dan persaingan yang begitu ketat, kreativitas sangat diperlukan dalam mengembangkan usaha Camilan, seperti halnya dalam pembuatan brand yang unik, membuat kemasan yang menarik yang membuat orang tertarik ingin membeli, serta menjaga kebersihan.<sup>2</sup>

Salah satu bidang usaha yang termasuk pada UMKM ialah usaha kuliner. Usaha kuliner adalah objek bisnis yang paling diminati orang saat ini, karena usaha ini adalah salah satu usaha yang tidak mengenal musim dan tren. Saat krisis orang

---

<sup>1</sup> Januar Eko.A, dkk, "Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Dimasa Pandemi Covid 19." *Jurnal Avoer 12 Seminar Nasional XII 2020*, Palembang, 18-19 (November 2020), 324

<sup>2</sup> Rizqi Putra Ramadhan, Ovin Livina Bela, Hendra Dwi Prasetyo, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz", *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol.15, No.1, 277

tetap membutuhkannya karena makanan maupun minum adalah kebutuhan utama manusia. Usaha atau industri kuliner saat ini dapat dikatakan tumbuh subur.<sup>3</sup>

Persaingan dalam bisnis makanan semakin pesat dengan berbagai macam bisnis makanan yang mempunyai ciri khasnya masing-masing. Maka dari itu diperlukan kompetensi dari pihak manajemen agar dapat menghadapi kondisi persaingan bisnis saat ini, dengan memberikan inovasi terbaru dengan cara memperhatikan keadaan pasar yang diminati agar mendapatkan konsumen yang lebih meningkat. Pada situasi seperti itu, pedagang membutuhkan upaya tambahan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen, harus dilakukan persiapan strategi pemasaran yang tepat. Perlunya penerapan strategi pemasaran agar lebih fokus pada pemasaran produk yang akan dijual dan menatanya secara sistematis sehingga pengembangan dan pengelolaan strategi dapat diperhitungkan terutama dalam strategi pemasaran.<sup>4</sup>

Inovasi produk secara umum, inovasi memiliki makna proses mengadopsi “sesuatu” yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya dan sebagai proses menciptakan produk baru. Selain itu, Inovasi adalah wujud dasar kreatifitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk maupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Suatu produk yang sudah ada kemudian diinovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat. Inovasi dapat dipadukan dengan kreatifitas guna

---

<sup>3</sup> Endang Sarijani, dkk, “Peran Kreatifitas dan Inovasi Pelaku Usaha Dalam Diversifikasi Produk Kuliner Pada Kedai Steak & Chicken Di Kab. Magetan Tahun 2014 (Implementasi Pendidikan Kewirausahaan).” *Jurnal Magister Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana UNS*. 1-2

<sup>4</sup> Azizah Rahmawati, Dhita Wijayanti, “Analisis Pemasaran Pada Produk Cemilan “Kak Ros” Sungai Saren Dalam Peningkatan Kualitas Dan Persaingan Usaha”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2, 45

mewujudkan inovasi baru yang dibutuhkan oleh pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis inovasi produk pada usaha Camilan Keripik Jimerto di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan.

Selain itu, untuk memenangkan persaingan dipasaran, maka perlu seorang pelaku UMKM harus memiliki daya inovasi dan kreatifitas yang tinggi. Inovasi produk yang dijual merupakan solusi untuk meningkatkan peningkatan penjualan terutama dalam industri kreatif. Inovasi merupakan kemampuan dalam memenangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu. Inovasi dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada di pasar. Seorang UMKM harus bisa mempertahankan bisnisnya dengan berpikir inovatif dan kreatif.

Adapun pengertian Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembeli. Jadi inovasi merupakan kemampuan interaksi antara individu dan lingkungannya. Peningkatan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa seseorang berhasil mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Selain itu, bisa dilihat seberapa seorang pelaku usaha bisa membentuk, mendirikan, menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk atau tidak berjalan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Hilmi Wiranawata, "Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu." Diakses dari [Jurnal.unpal.ac.id](http://Jurnal.unpal.ac.id). Pada Tanggal 27 Mei 2023. 5-6

Inovasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan sebuah usahanya, banyak kesuksesan dapat diraih oleh seorang pelaku UMKM atau pebisnis yang diawali dengan adanya inovasi dan kreatifitas untuk menemukan pengembangan produk bisnis/usahanya. Sering berkembangnya zaman dan selera pasar yang terus berkembang, maka pelanggan peka dalam menentukan produk apa yang sekiranya dapat memberikan kepuasan baginya agar tetap terus berkembang untuk menuntut perusahaan dan para pelaku seorang UMKM.<sup>6</sup> Tuntutan konsumen dan persaingan pasar yang mengikuti perkembangan zaman juga menjadi faktor pendorong perusahaan untuk melakukan inovasi dan kreatifitas pengembangan produk. Faktor yang dapat mengembangkan suatu produk dalam pelaku seorang UMKM antara lain pengaruh dari produknya unik dan bermanfaat untuk banyak orang, menciptakan jasa atau layanan yang sangat dibutuhkan masyarakat, dan berbagai faktor lainnya.<sup>7</sup>

Dalam perkembangan saat ini berbagai usaha dari usaha kecil, menengah sampai usaha yang berskala besar. Bisnis yang muncul saat ini salah satunya mengarah pada peningkatan usaha ekonomi produktif yang semakin maju dan tingkat persaingan antara satu bisnis UMKM atau lainnya semakin ketat. Oleh karena itu, agar dapat meningkatkan keputusan membeli konsumen serta mampu bersaing dengan para usaha UMKM lainnya pemilik usaha tentunya memiliki harapan dan tujuan dalam kegiatan usahanya. Agar harapan dan tujuan tersebut dapat

---

<sup>6</sup> Rusdianto, dkk, "Peranan Kreatifitas dan Inovasi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pondok Aroma Vegetarian." *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, Vol. 3 No. 3, (Juli 2022), 168-169

<sup>7</sup> Hamdan Firmansyah, dkk, "Teori Marketing, Inovasi dan Pengembangan Produk" Widina Bhakti Persada Bandung, (Februari 2022), 251

tercapai, maka pemilik usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik dan menyesuaikan harga produk.

Dalam pembentukan strategi pemasaran ada beberapa alat yang digunakan, salah satu contohnya adalah bauran pemasaran. Pada bauran pemasaran terdapat empat konsep didalamnya yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Produk adalah suatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian agar produk yang dijual dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>8</sup> Dari penjelasan ini, maka produk dapat juga diartikan sebagai persepsi konsumen yang diwujudkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

Dalam penentuan produk tentunya produsen harus memiliki kemampuan dalam menciptakan suatu hal baru yang disebut dengan inovasi. Inovasi merupakan suatu penciptaan ataupun kelanjutan dari penemuan yang mampu memberikan nilai tambah produk atau jasa.<sup>9</sup> Oleh karena itu, bagi seorang pelaku UMKM yang menjalankan bisnisnya perlu memiliki kemampuan manajemen pasar, inovasi dan kreatifitas produk untuk mencapai peningkatan penjualan usahanya agar usaha.

Camilan Jimerto merupakan salah satu usaha yang memproduksi berbagai macam camilan khususnya camilan khas Madura. Camilan Jimerto mulai berdiri sejak tahun 2002 bertempat di Jl. P. Trunojoyo Gg VII, Kelurahan Patemon, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan. Usaha camilan Jimerto ini berlokasi dikediaman pemiliknya yaitu yang bernama ibu Iin. Camilan tersebut dipasarkan

---

<sup>8</sup> Nuryana Khoirotul Faizah, "Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk (Studi Komparasi)" (Skripsi, Universitas Nusantara Pgri Kediri, Kediri, 2018), 6

<sup>9</sup> Arman Hakim Nasution dan Hermawan Kartajaya, *Inovasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), 3

melalui supermarket di kabupaten Pamekasan. Bahkan sudah menyeluruh di beberapa kota lainnya di Madura seperti Sumenep, Sampang dan Bangkalan. Berbagai macam produk camilan yang diproduksi oleh ibu Iin sebagai pilihan variasi produk. Produk camilan tersebut terdiri dari berbagai camilan khas Madura dan daerah lainnya.

Sebelum Camilan Keripik Jimerto mengembangkan inovasi produk seperti saat ini peningkatan penjualan Camilan cenderung stabil bahkan menurun disebabkan oleh kurangnya inovasi produk yang dikembangkan. Namun, seiring berjalannya waktu Camilan Keripik Jimerto mampu mengembangkan inovasi sehingga dapat meningkatkan penjualan. Salah satu hasil inovasi produk UMKM Camilan Keripik Jimerto yaitu Keripik Belut Laut. Sehingga dapat meluaskan pangsa pasar.

Berdasarkan fenomena penelitian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana analisis inovasi produk pada usaha Camilan Keripik yang saat ini telah lama dijalankannya. Jadi permasalahan yang ingin dilihat oleh peneliti yaitu “Analisis Inovasi Produk Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan dengan konteks penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Inovasi Produk Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan ?

2. Bagaimana Kendala Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan membahas masalah yang akan diteliti. Hal ini bertujuan untuk fokus pada pokok permasalahan dan tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

1. Untuk Mengetahui Inovasi Produk Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan
2. Untuk Mengetahui Kendala Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dilakukan peneliti ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang inovasi produk usaha camilan keripik Jimerto di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan dan untuk mengetahui bagaimana dampak atau kendala inovasi produk dalam perspektif ekonomi islam. Sedangkan tujuan penelitian secara khusus adalah untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang teridentifikasi diatas, yaitu untuk mengetahui apakah Inovasi Produk Usaha Camilan Keripik Jimerto di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan dalam perspektif ekonomi islam.

#### **1. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan berfikir ilmiah dan kemampuan menganalisis suatu masalah khususnya yang berkaitan dengan

inovasi produk pada usaha camilan keripik Jimerto di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan

## **2. Bagi Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi baik dari segi perspektif internal maupun eksternal juga berguna sebagai bahan referensi selanjutnya.

## **3. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dipakai sebagai bahan masukan perusahaan atau pemilik usaha agar dapat meningkatkan kualitas inovasi produk dalam perspektif ekonomi Islam.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif kualitatif adalah salah satu desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan hipotesa secara sistematis tentang informasi ilmiah berasal dari subjek atau objek penelitian.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mengetahui analisis inovasi produk pada usaha camilan keripik Jimerto di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan. Sehingga pendekatan kualitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif yang bisa menggambarkan secara terperinci dalam penyelidikan masalah atau fenomena dan menjelaskan kebenarannya.

---

<sup>10</sup> Subandi, "Deskripsi Kualitatif Sebagai Suatu Metode Dalam Penelitian Pertujukan", Vol. 11, No.2, (Desember, 2011), 176

## **F. Definisi Istilah**

Untuk menghindari kesalahan mengenai maksud dari judul peneliti, maka perlu kiranya peneliti merumuskan definisi istilah dan kajian pustaka yang terdapat dalam judul penelitian ini, adapun istilah yang perlu peneliti didefinisikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk merupakan suatu penciptaan ataupun kelanjutan dari penemuan yang mampu memberikan nilai tambah produk.<sup>11</sup> Inovasi produk adalah barang dan jasa yang dibuat dan ditambah agar dapat mengeluarkan pencarian kesempatan baru pada perbaikan barang dan jasa yang ada atau menciptakan barang dan jasa yang baru. Selain itu, inovasi juga merupakan penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya dan mampu mengkombinasikan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik dan menjadi hasil akhir dari dari proses produksi tersebut. Adapun batasan inovasi produk ini meliputi inovasi dari segi pengolahan produk camilan keripik.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap studi karya karya ilmiah yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya karya ilmiah yang berhubungan dengan judul Analisis Inovasi Produk Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan yang

---

<sup>11</sup> Arman Hakim Nasution dan Hermawan Kartajaya, *Inovasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), 3

telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penulis menemukan beberapa poin penting dari hasil penelitian sebelumnya dapat dijadikan dasar dalam penelitian ini diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Azizah Rahmawati dan Dhita Wijayanti (2022) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Cemilan “Kak Ros” Sungai Saren Dalam Peningkatan Kualitas Dan Persaingan Usaha”, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan informan penelitian bahwa cara penyajian produk di camilan “Kak Ros” begitu di perhatikan sehingga memberikan kepuasan pada pelanggan. Dari produk lain yang ada camilan “Kak Ros” memiliki beragam produk cemilan yang kreatif sehingga banyak pelanggan yang tertarik mencoba berbagai macam cemilan.<sup>12</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Ibniwasum (2020) dengan judul “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu” metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan informan penelitian yaitu Sheren Hijab menghasilkan inovasi produk berupa inovasi Bahan kontemporer dan inovasi desain, ukuran atau bentuk. Tujuannya yaitu agar penjualan dapat meningkat serta mempertahankan interaksinya dengan konsumen secara dinamis melalui inovasi produk yang ditawarkan.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Azizah Rahmawati, Dhita Wijayanti, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Cemilan “Kak Ros” Sungai Saren Dalam Peningkatan Kualitas Dan Persaingan” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 Edisi II (Desember 2022)

<sup>13</sup> Lia Ibniwasun, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu” (Skripsi: IAIN Bengkulu, Bengkulu 2020), 62

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Nur Hasanah (2022) dengan judul “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja” metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif deskriptif dengan informan penelitian bahwa industri bakso dan tahu maju mapan melakukan strategi inovasi yang dapat meningkatkan volume penjualan dalam bentuk penambahan varian produk dan desain produk pada kemasan.<sup>14</sup>
4. Penelitian yang dilakukan oleh Nadhiya Destari (2020) dengan judul “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat” metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif deskriptif dengan informan penelitian bahwa dalam pengembangan inovasi produk dari segi rasa dan bentuk atau karakternya lebih bervariasi agar tetap menarik konsumen.<sup>15</sup>
5. Penelitian yang dilakukan oleh Annisatun Sholikhah (2021) dengan judul “Inovasi Dan Pemasaran Produk Omah Gudeg Bu Sundari Dengan Karakteristik Budaya Lampung” metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif deskriptif dengan informan penelitian yaitu inovasi produk dalam proses pembuatan dengan memperbaiki cita rasa dan harga lebih terjangkau. Selain itu, menggunakan promosi melalui media sosial.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Yulia Nur Khasanah, “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso Ud Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja” (Skripsi: Universitas Islam Negeri Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022), 63

<sup>15</sup> Nadhiya Destari, “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat” (Skripsi: IAIN Palangka Raya, 2020), 104

<sup>16</sup> Annisatun Sholikhah, “Inovasi Dan Pemasaran Produk Omah Gudeg Bu Sundari Dengan Karakteristik Budaya Lampung” (Skripsi: IAIN Merto, Merto 2021), 54

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Azizah Rahmawati dan Dhita Wijayanti (2022)	Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Cemilan “Kak Ros” Sungai Saren Dalam Peningkatan Kualitas Dan Persaingan Usaha	1. Membahas tentang peningkatan kualitas dan persaingan usaha 2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif	1. Lokasi Penelitian 2. Fokus Penelitian 3. Tahun Penelitian
2	Lia Ibniwasum (2020)	Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu	1. Membahas tentang variabel inovasi produk dan volume penjualan 2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif	1. Lokasi Penelitian 2. Fokus Penelitian 3. Tahun Penelitian
3	Yulia Nur Hasanah (2022)	Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso Dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan	1. Membahas tentang meningkatkan volume penjualan 2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif	1. Lokasi Penelitian 2. Fokus Penelitian

		Sokaraja	deskriptif	
4	Nadhiya Destari (2020)	Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat	1. Membahas tentang inovasi produk 2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif	1. Lokasi dan Objek Penelitian 2. Fokus Penelitian 3. Tahun Penelitian
5	Annisatun Sholikhah (2021)	Inovasi Dan Pemasaran Produk Omah Gudeg Bu Sundari Dengan Karakteristik Budaya Lampung	1. Membahas tentang inovasi dalam pengembangan produk 2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif	1. Lokasi dan Objek Penelitian 2. Fokus Penelitian 3. Tahun Penelitian

Dari beberapa penelitian terdahulu yang peneliti uraikan di atas, maka penelitian yang berjudul “Analisis Inovasi Produk Pada Usaha Camilan Keripik Jimerto Di Kelurahan Patemon Kabupaten Pamekasan” memiliki persamaan dalam membahas terkait inovasi produk dan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Namun dalam penelitian ini memiliki beberapa perbedaan seperti dari fokus penelitian, tempat penelitian dan tahun penelitian.