Analisis Inovasi Bisnis Produk Kasur Dan Boneka Dalam Kajian Manajemen Produksi Syariah

(Studi Kasus: Usaha Kasur Dan Boneka Batu Limbak, Kab. Tanah Datar)

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Oleh :

Fira Awdila

NIM: 3718081

PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TAHUN 2021

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Inovasi Bisnis Produk Kasur Dan Boneka Dalam Kajian Manajemen Produksi Syariah".** Maksud dari judul ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah analisis inovasi bisnis produk kasur dan boneka dalam kajian manajemen produksi.

Faktor utama yang memotivasi penulis dalam memilih judul ini adalah karena inovasi yang dilakukan oleh pedagang kasur dan boneka ini dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman atau sesuai dengan tren atau kekinian, tak dipungkiri semua inovasi produk yang dilakukan sesuai keinginan konsumen atau tidak. Akibatnya terjadi penumpukan pada produk-produk yang telah lama. Serta apakah dengan dilakukannya inovasi produk ini dapat meningkatkan pendapatan dan juga penjualan.

Penulis melakukan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara penulis lakukan secara langsung dengan pemilik toko dan juga dengan karyawan. Observasi penulis lakukan dengan cara mengamati secara langsung toko-toko.

Setelah mengadakan pembahasan terhadap permasalahan yang dikemukakan, maka penulis berkesimpulan bahwa inovasi yang dilakukan terhadap produk-produk terbaru akan membuat produk lama kurang dilirik yang membuat produk tersebut menumpuk dan tak terjual. Para pedagang melakukan penyempurnaan produk yang telah ada terhadap produk lama agar memiliki kualitas yang bagus dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Dengan melakukan inovasi produk dapat meningkatkan penjualan dan juga omset/pendapatan para pedagang.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil`alamin, ungkapan syukur sedalam-dalamnya penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan hidayah, taufik dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Kemudian shalawat beserta salam kita persembahkan bagi *Habibullah* junjungan umat Nabi Muhammad SAW, yang telah mengangkat derajat umat manusia dengan agama dan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini. Nikmat ilmu pengetahuan ini telah dibuktikan dengan telah selesainya skripsi penulis dengan judul **"Analisis Inovasi Bisnis Produk Kasur Dan Boneka Dalam Kajian Manajemen Produksi Syariah (Studi kasus: Usaha Kasur Dan Boneka Batu Limbak, Kab. Tanah Datar)".** Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini penulis mengalami berbagai kesulitan dan hambatan, tetapi dengan usaha, dorongan, niat iklas, tekad yang sungguh-sungguh dan bantuan dari berbagai pihak, baik berbentuk materil maupun moril, akhirnya penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada yang terhormat:

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Bapak **Iiz Izmuddin, M.A** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) serta Bapak **Andis**

Febrian, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

2. Bapak **Dr. Asyari, S.Ag, M.Si** selaku wakil Rektor IAIN Bukittinggi yang telah memberikan izin kepada penulis menimba ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
3. Ibu **Habibatur Ridhah, SE,. MM**, selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu **Yenty Astarie Dewi, SE, Akt, MM**. selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran prodses belajar penulis.
5. Bapak/ibu dosen serta karyawan/karyawati yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
6. Bapak/ibu pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada **Ibunda Asrimita** dan **Ayahanda Faruklim** yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik penulis semenjak kecil hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini, dan juga kepada saudara yang penulis sayangi **Fauzi Rahmat** dan **Fauza Sasmita** terimakasih telah membantu memotivasi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.

8. Seluruh sahabat-sahabat penulis **Aldha, Tiara, Lusi, Titi, Agnes,** dan **Ulfa**, yang telah membantu dan memotivasi penulis baik dalam susah maupun senang kita hadapi sama-sama.

Do`a dan harapan penulis, semoga apa yang telah dilakukan diberikan balasan yang sepadan oleh Allah SWT. Semoga karya ilmiah ini diridhoi oleh Allah SWT, penulis mengharapkan karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri, Aamiin Ya Rabbal `Alamin.

Solok, 20 Juni 2022

Penulis

FIRA AWDILA

NIM. 3718081

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjaga kelangsungan hidup usaha atau bisnis menjadikan konsumen sebagai tonggak penting dalam persaingan bisnis ini. Karena pada saat sekarang ini konsumen sudah mengerti dengan kebutuhan mereka dan juga menjadi semakin kritis. Konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan, promosi, atau pun kelebihan-kelebihan lain yang ditawarkan dari masing-masing pihak perusahaan dalam menarik konsumen nya.

Dihadapkan oleh persaingan bisnis yang ketat dan juga konsumen yang kritis membuat pedagang harus peka terhadap setiap perubahan yang terus terjadi seiring dengan perkembangan zaman. Pedagang dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk dengan kelebihan maupun manfaat yang lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan utama dari adanya suatu inovasi dalam produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.[1] Dan juga dikarenakan trend yang terus berkembang untuk itu diperlukannya suatu inovasi produk yang sesuai dengan trend

[1]Aang Curatman, dkk, *Analisis Factor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon,* Jurnal Logika, Vol XVII No. 3, Tahun 2016.

yang sedang berlangsung agar kebutuhan konsumen terpenuhi dan juga pendapatan para pedagang juga naik. Dalam beberapa penelitian, disebutkan bahwa inovasi akan berimbas pada keunggulan bersaing suatu perusahaan. Perusahaan yang melakukan inovasi secara rutin akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing dengan pesaing.[2]

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.[3] Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 1.000.000.000,00 dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp. 200.000.000,00. Peranan industri terhadap perekonomian wilayah adalah peningkatan penyerapan angkatan kerja, peningkatan nilai investasi wilayah, pemerataan usaha, peningkatan nilai tambah bahan mentah serta peningkatan pendapatan perkapita suatu wilayah.[4]

Usaha kecil mempunyai karakteristik yang hampir seragam yaitu tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan

[2]Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nurnida, *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM "Duren Kamu Pasti Kembali" di Kota Serang*, Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 4, No. 3, Desember 2018.

[3] Undang Undang Republik Indonesia No 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian Pasal 1 ayat 2.

[4] Azmi Alvian Gabriel Dkk, *Perencanaan Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa, Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Desa Gledug kecamatan Sunan Kulon Kabupaten Blitar,* Jurnal, Di Unduh 2 April 2022.

operasi, kebanyakan industri kecil dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.[5]

Jorong Batulimbak merupakan salah satu jorong dari nagari Simawang yang berada di Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Pada industri kasur dan boneka yang berlokasi di jorong Batulimbak ini merupakan salah satu industri kecil yang ada di Sumatera Barat. Usaha industri ini sudah ditekuni oleh masyarakat secara turun-temurun. Dan yang paling terkenal dari Jorong Batulimbak ini adalah industri kasur dan boneka nya.

Awal mula adanya industri kasur dan boneka di Jorong Batulimbak ini adalah karena wilayah yang terletak di perbukitan dan juga faktor alam yang gersang, tidak memungkinkan untuk masyarakat bertani dikarenakan tidak adanya aliran air dan hanya mengharapkan air hujan. Dan faktor utama yang menyebabkan masyarakat bertumpu pada industri kasur dan boneka ini adalah karena wilayah Jorong Batulimbak merupakan wilayah penghasil kapuk sejak dulunya. Sebelum memproduksi kasur, masyarakat awalnya hanya bermata pencarian sebagai petani kapuk yang berpendapatan tidak seberapa. Kemudian masyarakat pun melakukan inovasi dari petani kapuk menjadi penjemur kapuk dimana hal itu menyebabkan perekonomian masyarakat menjadi berkembang. Sehingga

[5] Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Andi, 2007, h. 365.

wilayah Batulimbak ini menjadi tempat pengolahan kapuk mentah menjadi kapuk yang siap dipakai, baik itu untuk benang, bahan baku kasur, dan lain-lain.

Menurut Sasono dan Rahmi, suatu organisasi atau perusahaan memerlukan inovasi untuk dapat maju dan berkembang.[6] Pada produk kasur dan boneka, awalnya produksi yang dilakukan oleh masyarakat hanyalah kerajinan kasur gulung yang dibuat karena banyaknya kapuk yang ada di wilayah jorong Batulimbak ini. Kemudian muncul kasur jenis baru yaitu kasur lantai atau kasur Palembang pada tahun 1985. Seiring dengan perkembangan zaman, dengan adanya inovasi melahirkan produk-produk baru seperti: kasur dengan berbagai macam jenis, boneka, aksesoris mobil, bantal dengan berbagai macam bentuk, dan lain-lain, yang mengakibatkan industri kasur dan boneka ini semakin berkembang. 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. Karena konsumen juga memperhatikan apakah produk yang di pilih atau di beli memiliki kelebihan atau nilai tambah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.[7]

[6] Sasono E dan Rahmi Y, *Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah,* Jurnal STIE Semarang, 6(3), 2014, h.74.

[7] 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.

Bahan mentah adalah semua bahan yang didapat dari sumber daya alam atau yang diperoleh dari usaha manusia untuk dimanfaatkan lebih lanjut.[8] Pada industri produk kasur dan boneka saat ini, masyarakat tidak hanya menggunakan bahan kapuk sebagai bahan dasar dalam pembuatan kasur, tetapi juga menggunakan bahan lain seperti *silicon* dan juga busa. Ini merupakan sebuah alternatif pengganti terhadap bahan baku kapuk dari produk kasur, dimana kelebihannya seperti sebagai alternatif bagi konsumen yang menderita alergi dari bahan kapuk, kasur yang menggunakan bahan kapuk lebih berat dibandingkan yang menggunakan bahan busa ataupun *silicon*. Meskipun harga nya lebih mahal dibandingkan dengan kapuk yang hanya Rp. 500.000/ bal, kasur yang menggunakan bahan busa atau silicon juga memiliki peminat yang banyak contohnya seperti kasur santai. [9]

Di Batulimbak terdapat lebih kurang 40 toko yang menjual kasur dan boneka, dimana setiap penjual memiliki toko yang terletak di pinggir jalan Solok-Bukittinggi. Masyarakat juga memanfaatkan rumahnya sebagai toko dan juga tempat memproduksi produknya. Produk kasur dan boneka di Batulimbak ini memiliki harga yang bervariasi dan juga dapat menerima pesanan sesuai yang diinginkan konsumen.

Berdasarkan obervasi awal yang dilakukan peneliti di beberapa toko yang memproduksi dan menjual produk kasur dan boneka bahwa

[8] UU No 5 Tentang Perindustrian Pasal 1 Ayat 8
[9] Wawancara dengan Annisa (PemilikToko Fila Sister), 7 April 2022 pukul 14.15.

setelah inovasi produk diterapkan, banyak konsumen yang memesan maupun membeli sehingga pendapatan toko pun bertambah. Dalam memproduksi produknya, para penjual selalu beroperasi setiap hari dan jumlah produksi nya pun tergantung dari ukuran maupun dari pesanan. Apabila terdapat produk baru, maka jumlah produksi per harinya pun bertambah. Adanya produk baru pun tergantung dari inovasi yang terjadi setiap adanya perubahan tren. Namun, seiring dengan banyaknya produk baru yang masuk maka produk lama pun tidak terlirik oleh konsumen. Produk yang lama hanya akan terpajang sampai ada yang membelinya. Beberapa produk yang dijual seperti kasur Palembang, kasur santai, kasur tidur, bantal, alas sholat, dan juga berbagai macam boneka.

Dalam Islam, produksi merupakan bagian yang paling berarti dalam menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf penghidupan penduduknya, Al- Qur'an meletakkan penekanan yang sangat besar atas produksi. Semua tujuan produksi dalam Islam pada dasarnya adalah untuk menciptakan *maslahah* yang optimum bagi manusia secara keseluruhan sehingga akan dicapai falāh yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia. Banyak contoh dapat diberikan, baik dari Al-Qur'an ataupun Sunnah, yang menunjukkan betapa kaum muslim dianjurkan agar bekerja dalam memproduksi harta benda agar

mereka tidak gagal atau ketinggalan dari orang lain dalam memperjuangkan keberadaan mereka.[10]

وَقُلِ اعْمَلُوْا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَالْمُؤْمِنُوْنَۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عٰلِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ١٠

Artinya: "Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan." QS. At-Taubah (9):(105).

Dalam hal produksi pengusaha muslim harus menghindarkan praktik yang mengandung unsur *rijsun* artinya haram, riba, pasar gelap dan spekulasi artinya perbuatan setan.[11] Produksi barang didasarkan atas gerak permintaan konsumen, dan pada umumnya produsen selalu berupaya untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun, apabila aktivitas produsen dipengaruhi semangat ruh Islam, maka aktivitasnya dalam memproduksi dan barang mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma yang berlaku dalam syariat Islam.[12]

[10] Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (ter). Dewi Nurjulianti dkk, (Jakarta : Swarna Bhumy, 1997), h. 216.

[11] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) h. 138.

[12] Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 137.

Pada bisnis industri kasur dan boneka terdapat banyak pesaing yang kompetitif dan juga inovatif, untuk itu inovasi bisnis diperlukan para pelaku usaha bisnis industri kasur dan boneka memproduksi berbagai macam produk agar kebutuhan konsumen terpenuhi. Aktivitas produksi tersebut, selain ditentukan oleh sumber daya manusia dan juga alam, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam teknologi seiring dengan kemajuan zaman. Berdasarkan uraian yang telah dicantumkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Inovasi Bisnis Produk Kasur Dan Boneka Dalam Kajian Manajemen Produksi Syariah.**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah yaitu:

1. Tidak ada inovasi dalam mengatasi penumpukan produk yang sudah lama.
2. Banyaknya toko-toko pesaing memanfaatkan produk baru sebagai inovasi yang dapat meningkatkan pendapatan.

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian ini menjadi lebih spesifik, maka penulis melakukan pembatasan masalah dimana penelitian ini memfokuskan pada inovasi bisnis dalam kajian manajemen produksi syariah yang berkenaan dengan proses produksi nya.

D. Rumusan Masalah

Dalam uraian latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah penelitian yang dapat dikaji lebih dalam yaitu bagaimanakah analisis inovasi bisnis produk kasur dan boneka dalam kajian manajemen produksi syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuannya yaitu untuk mengetahui analisis inovasi bisnis produk kasur dan boneka dalam kajian manajemen produksi syariah.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti.

   Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dari bangku kuliah dalam bidang inovasi bisnis dalam kajian manajemen produksi syariah.

2. Bagi Akademik.

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan serta memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dalam bidang inovasi bisnis dalam kajian manajemen produksi syariah.

G. Penjelasan Judul

Analisis : adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

Inovasi : adalah sebuah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbarui suatu produk atau proses dan jasa.

Bisnis : adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi yang melibatkan proses pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang maupun jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan.

Manajemen : adalah sebuah proses perencanaan, proses organisasi, proses kordinasi, dan proses control terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien.

Produksi : adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa.

Syariah : adalah suatu sistem atau aturan yang bisa jadi mengatur hubungan antara manusia dengan Allah swt, atau hubungan manusia dengan manusia.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Inovasi Bisnis.

Menurut Damanpour, inovasi merupakan sebuah pengenalan peralatan, system, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau system administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk diadopsi sebuah organisasi.[13] Menurut Winata, inovasi bisnis ialah suatu bentuk keunggulan yang kompetitif yang dimiliki oleh suatu perusahaan apabila dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya.[14] Inovasi bisnis menurut Roger adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Inovasi menurut Prakosa adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis.[15]

---

[13]Mohamad Soleh, *"Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : UKM Manufaktur Di Kota Semarang)", Tesis*, Universitas Diponegoro, 2008, h. 33-35.

[14]Winata E, *Inovasi Bisnis Di Bengkel Dan Modifikasi Icon Autoworks*, Agora 5(3), h. 1-7.

[15]Bagas Prakosa, *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing*, (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang). 2005, h. 37.

Inovasi menurut islam yaitu orang yang kreatif dan inovatif selalu ingin mencoba gagasan-gagasan baru dan asli untuk mencapai efektivitas dan efesiensi dalam melaksanakan pekerjaannya. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan. Dalam agama Islam dikatakan bahwa Tuhan hanya akan mengubah nasib manusia jika manusia mau melakukan usaha untuk memperbaikinya.

Allah berfirman dalam surat Ar Ra'du ayat 11:

لَهٗ مُعَقِّبٰتٌ مِّنْۢ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهٖ يَحْفَظُوْنَهٗ مِنْ اَمْرِ اللّٰهِ ۗاِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْ ۗوَاِذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِقَوْمٍ سُوْۤءًا فَلَا مَرَدَّ لَهٗ ۚوَمَا لَهُمْ مِّنْ دُوْنِهٖ مِنْ وَّالٍ ﴿١١﴾

Artinya: "Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia."

Ayat ini menjelaskan kepada kita untuk melakukan usaha untuk mencoba dengan sikap kreatif dan inovatif agar setiap usaha yang kita lakukan memperoleh keuntungan baik dari sisi kemanusiaan maupun sisi Allah SWT. Mengahadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk strategi

inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan.

2. Tipe Inovasi.

   Berdasarkan bentuk pengaplikasiannya, inovasi dibedakan menjadi tiga, yakni: inovasi produk (product innovasion), inovasi dalam pelayanan (service innovasion) dan inovasi proses (process innovasion). Inovasi produk merupakan pemunculan produk baru. Inovasi servis adalah cara baru dalam bentuk pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Sedangkan inovasi proses adalah sebuah cara baru untuk membuat proses dalam menghasilkan produk atau jasa menjadi lebih ekonomis.

3. Karakteristik Inovasi.

   Karakteristik inovasi terdiri dari 5 hal yaitu:

   a. Keunggulan relatif (relatif advantage), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?

b. Keserasian/kesesuaian (compatibility), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter.
c. Kekomplekan (complexity), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin komplek produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
d. Ketercobaan (trialability) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.
e. Keterlihatan (observability) Tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan

dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.[16]

4. Tahapan Inovasi.

   a. Tahap Pengetahuan.

      Dalam tahap ini, seseorang atau organisasi belum memiliki informasi mengenai inovasi baru. Untuk itu informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Tahapan ini juga dipengaruhi oleh beberapa karakteristik dalam pengambilan keputusan, yaitu: karakteristik sosial-ekonomi, nilai-nilai pribadi, pola komunikasi.

   b. Tahap Persuasi.

      Pada tahap ini individu atau organisasi tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi yang jelas mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna. Inovasi yang dimaksud berkaitan dengan karakteristik inovasi itu sendiri, seperti: kelebihan inovasi, tingkat keserasian, kompleksitas, dapat dicoba, dapat dilihat.

   c. Tahap Pengambilan Keputusan.

[16] Basu Swastha DharmmestadanT.Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:BPFE, 2014), h. 100.

Pada tahap ini individu atau organisasi mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan dan kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi.

d. Tahap Implementasi.

Pada tahap ini mempekerjakan individu untuk melakukan inovasi yang berbeda-beda tergantung pada situasi. Selama tahap ini individu menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu.

e. Tahap Konfirmasi.

Setelah sebuah keputusan dibuat, seseorang kemudian akan mencari pembenaran atas keputusan mereka. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak jadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi.

5. Tujuan dan Manfaat Inovasi.

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar. Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan

dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri.

Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

a. Dari segi individu.

   Suatu inovasi memberikan wadah bagi seseorang untuk mengekspresikan dan mendistribusikan kreativitasnya dalam menciptakan sesuatu yang bermanfaat.

b. Dari segi perusahaan.

   Inovasi memberikan manfaat dalam peningkatan angka penjualan dan keuntungan yang akan sangat bernilai untuk kelangsungan hidup perusahaan.

c. Dari segi pasar.

   Keberagaman dan kualitas produk baru yang meningkat karena adanya inovasi, mengakibatkan pasar menjadi semakin kompetitif.

d. Dari segi masyarakat.

   Inovasi dapat meningkatkan kualitas hidup karena hal tersebut dapat menjawab banyak masalah dan kebutuhan yang sebelumnya kurang atau belum dapat terpenuhi.

Manfaat dari adanya inovasi produk yaitu:

1. Dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Dalam berbisnis, kita perlu sesekali melakukan inovasi produk. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan pelanggan bisa berubah kapan saja. Jika produk yang kita tawarkan tidak bisa menyesuaikan keinginan pelanggan, maka usaha yang kita jalankan berisiko kehilangan konsumen. Oleh sebab itu, setiap pebisnis dituntut untuk selalu berpikir inovatif agar dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi keinginan konsumennya.

2. Menciptakan pasar baru.

   Inovasi bisa menjadi alat untuk memperluas jangkauan pasar. Umumnya, konsumen yang awalnya tidak tertarik dengan produk yang kita jual, akan berbalik arah menjadi tertarik setelah kita melakukan inovasi. Hal ini tentu saja akan berdampak besar bagi perkembangan bisnis dan peningkatan penghasilan.

3. Menambah kualitas produk yang dijual.

   Inovasi juga berguna untuk memperbaiki produk sebelumnya yang dirasa masih belum sempurna. Dengan rutin melakukan inovasi, maka kualitas produk yang dijual akan terus meningkat. Hal ini tentu akan membawa keuntungan bagi pemilik usaha maupun konsumen.

4. Meningkatkan efisiensi.

Inovasi produk diketahui bisa membuat proses produksi dan distribusi menjadi lebih efisien. Inovasi membuat produk yang awalnya memerlukan banyak komponen pendukung, kini bisa lebih efisien.

5. Mampu bersaing dengan kompetitor.

   Setiap usaha pasti memiliki pesaing. Jika disikapi dengan baik, kehadiran kompetitor justru bisa membuat usaha kita lebih berkembang. Salah satu cara agar bisa bersaing dengan kompetitor yaitu dengan melakukan inovasi produk. Jika kita mampu menawarkan produk yang lebih baik dari kompetitor, maka usaha yang kita jalankan akan tetap eksis di pasaran. Lain halnya jika kita tidak memikirkan inovasi produk, maka usaha kita akan terlindas oleh perkembangan teknologi dan tren yang ada.[17]

6. Indikator Inovasi Produk.

   Menurut Kotler Amstrong ada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk.

   a. Kualitas produk.

      Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

[17] Arianti, *Tujuan inovasi produk*. www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com, 2012, diakses pada 7 April 2022.

b. Varian produk.

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

c. Gaya dan Desain Produk.

Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.[18]

7. Penggolongan Inovasi Produk.

Menurut Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra secara garis besar, aktivitas pengembangan produk baru bisa menghasilkan 6 macam tipe produk baru, yaitu :

a. Produk baru bagi dunia *(new-to-the-world products).*

Adalah produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru dan membentuk siklus hidup produk baru.

b. Lini produk baru *(new product line).*

Adalah produk-produk yang baru bagi perusahaan, namun diluncurkan bagi pasar yang sudah ada.

c. Perluasan lini *(line extension).*

[18] https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6232949d5a769/5-cara-membuat-inovasi-produk-dan-manfaatnya-untuk-pengembangan-usaha, diakses pada7 April 2022.

Adalah produk baru yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar yang dilayani dengan menawarkan manfaat yang berbeda.

d. Penyempurnaan produk yang telah ada *(improvements to existing products).*

Adalah produk-produk yang biasanya dirancang untuk menggantikan penawaran produk yang sudah ada.

e. Repositioning.

Adalah pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk menawarkan aplikasi baru dan melayani kebutuhan yang baru.

f. Pengurangan biaya *(cost reduction).*

Adalah versi dari produk yang ada yang dapat memberikan kinerja setara pada tingkat harga yang lebih murah.[19]

8. Konsep Inovasi Produksi.

a. *Simplify* (Menyederhanakan).

Artinya adalah penyederhanaan proses.

b. *Combine* (Menggabungkan).

Artinya menggabungkan dua proses atau lebih menjadi satu proses.

c. *Integrate* (Mengintegrasikan/ Menyatupadukan)

[19] Tjiptono Fandy Dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik, Ed 3*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 316.

Artinya menyatupadukan beberapa proses ke proses lainnya untuk mengurangi transportasi dan penanganan yang berlebihan.

d. *Re-Arrange* (Mengatur Ulang).

Artinya mengatur ulang proses ataupun tata letak suatu proses agar lebih efisien.

e. *Eliminate* (Menghilangkan).

Artinya menghilangkan atau menyingkirkan proses ganda maupun proses yang seharusnya tidak diperlukan.

9. Pengertian Manajemen Produksi Syariah.

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Istilah manajemen, berasal dari bahasa perancis kuno yaitu management, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur.[20] Manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia.

Manajemen dalam bahasa arab disebut dengan *Idarah. Idarah* diambil dari perkataan *Adartasy-Syai'a* atau perkataan *Adarta Bihi* juga dapat didasarkan pada kata-kata *Ad-Dauran*. Oleh karena itu, dalam *elias'modern Dictionary English Arabic* kata management sepadan dengan *tadbir, iradah, siyasah* dan *qiyadah* dalam bahasa

[20] Undang Ahmad Kamaludin, Muhammad Alfan, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2010), h. 27.

arab. Dalam Al-qur'an hanya ditemui *tadbir*. *Tadbir* berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan.[21]

Manajemen sebagai salah satu faktor produksi adalah penuangan segala unsur-unsur produksi dalam suatu usaha produksi, baik industri, pertanian, maupun perdagangan, dengan tujuan agar mendapat laba terus menerus, yaitu dengan cara memfungsikan dan menyusun unsur-unsur tersebut, dan menentukan ukuran seperlunya dari setiap unsur itu dalam perusahaan.

Menurut Siddiqi, produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memerhatikan nilai keadilan dan kemanfaatan (maslahah) bagi masyarakat. Dalam pandangannya, sepanjang produsen telah bertindak adil dan membawa kemanfaatan bagi masyarakat maka ia telah bertindak Islami.[22] Menurut Samsul Basri, produksi dalam Islam adalah suatu kegiatan yang mengaitkan nilai kebajikan mulai dari pengelolaan sumber-sumber yang diperbolehkan syariah, proses produksi, hingga hasil produksi. Kebajikan yang dilakukan maksudnya memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terlibat.[23]

Semua tujuan produksi dalam Islam pada dasarnya adalah untuk menciptakan *maslahah* yang optimum bagi manusia secara

[21] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta : Ekonisi, 2004), h. 13

[22] Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), h.156.

[23] Fordebi dan Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*.,h. 269.

keseluruhan sehingga akan dicapai falāh yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia. Falāh itu sendiri adalah kemuliaan hidup di dunia dan akhirat yang akan memberikan kebahagiaan hakiki bagi manusia. Dengan demikian, kegiatan produksi sangatlah memperhatikan kemuliaan dan harkat manusia yakni dengan mengangkat kualitas dan derajat hidup manusia. Kemuliaan harkat kemanusiaan harus mendapat perhatian besar dan utama dalam keseluruhan aktifitas produksi, karena segala aktivitas yang bertentangan dengan pemuliaan harkat kemanusiaan bertentangan dengan ajaran Islam.[24]

Ada lima prinsip yang harus dipegang oleh pelaku produksi yaitu:

a. Prinsip Tauhid *(at-Tauhid).*

Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berlandaskan ketuhanan. Ia bertitik tolak dari Tuhan dan memiliki tujuan akhir pada Tuhan. Tujuan ekonomi ini membantu manusia menyembah Tuhannya. Prinsip Ketuhanan menjadikan seorang Muslim tidak akan mengambil barang yang bukan miliknya dan tidak akan memakan harta yang bukan haknya. Hal ini dikarenakan adanya perasaan selalu diawasi. Implementasi dari prinsip tauhid dalam kegiatan produksi terwujud dari produksi yang dihasilkan berupa produk-produk halal dan baik. Begitu

[24] M. Nur Rianto Al-Arif. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011).

juga dengan kegiatan produksi yang merupakan manifestasi dari ketundukan pada sang khalik.[25] Seperti yang terdapat dalam QS. Ibrahim ayat 32:

اَللّٰهُ الَّذِيْ خَلَقَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضَ وَاَنْزَلَ مِنَ السَّمَآءِ مَآءً فَاَخْرَجَ بِهٖ مِنَ الثَّمَرٰتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۚوَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِى الْبَحْرِ بِاَمْرِهٖ ۚوَسَخَّرَ لَكُمُ الْاَنْهٰرَ ﴿٣٢﴾

Artinya: "Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air (hujan) dari langit, kemudian dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan sungai-sungai bagimu".

b. Prinsip Kemanusiaan *(al-Insaniyyah).*

Dalam kegiatan produksi, prinsip kemanusiaan di implementasikan secara luas di mana semua manusia mempunyai hak untuk mengaktualisasikan kemampuan produktifnya untuk meningkatkan kapasitas kesejahteraannya. Hal ini dikarenakan manusia mempunyai kebutuhan spesifik, menjadi pengelola dan pengambil manfaat dan sumber daya alam. Maka sudah seharusnya dalam kegiatan produksi

[25] Fordebi dan Adesy, op cit, h. 257.

diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia bukan hanya sebagian orang saja.[26]

c. Prinsip Keadilan *(al-Adl).*

Prinsip ini menegaskan bahwa berlaku adil dengan siapa pun akan meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas hidup manusia. Implementasi prinsip keadilan bisa meningkatkan kapasitas produksi dengan tujuan memperbesar volume kesejahteraan manusia secara umum. Dalam konsep produksi Islam, bentuk keadilannya adalah distributif yang memiliki dua pengertian. Pertama, pihak yang terlibat mendapatkan porsi kesejahteraan sesuai dengan input yang diberikannya secara proporsional. Kedua, hak-hak masyarakat dan konsumen sebagai steakholder produksi harus dipenuhi produsen. Sehingga penerapan prinsip ini yaitu keadilan ini yaitu, antara produsen dan konsumen samasama merasakan keuntungan atau manfaat dari hasil produksi.[27]

d. Prinsip Kebajikan *(al-Maslahah).*

Prinsip ini menegaskan bahwa manusia harus melakukan sebanyak mungkin kebajikan dalam hidupnya. Prinsip ini memiliki implementasi vertikal dan horizontal. Pada dimensi vertikal, prinsip ini adalah perintah Allah dan setiap kebajikan

[26] Ibid, h.258.
[27] Ibid, h.259.

akan mendapatkan balasan. Sedangkan dimensi horizontal kebaikan yang dilakukan kepada sesama manusia dan lingkungan alamnya. Secara umum, prinsip ini adalah landasan kegiatan produksi dalam Islam yaitu meningkatkan kualitas hidup manusia secara kolektif. Dalam pemberlakuan prinsip kebajikan dalam produksi ini, produsen tidak semata-mata mengeksploitasi dan mengeksplorasi sumberdaya alam kecuali disertai tindakan pemeliharaan dan pelestarian.

e. Prinsip Kebebasan *(al-Hurriyah)* dan Tanggung Jawab *(al-Fardh).*

Dalam kegiatan produksi, prinsip kebebaan dan tanggung jawab bersifat inheren. Kegiatan produksi mengambil manfaat, mengeksplorasi, dan mengelola sumber daya ekonomi disertai larangan merusak dan bertanggung jawab untuk melestarikannya. Hal ini menandakan bahwa prinsip kebebasan dan tanggung jawab bermakna untuk menjadi manusia yang berkualitas maka setiap perbuatan bebas manusia harus mengandung implikasi moral dan psikologi yaitu tanggung jawab kepada diri, masyarakat dan Tuhannya.

Jadi dari uraian pengertian manajemen dan pengertian produksi diatas, dapat disimpulkan pengertian manajemen produksi. Manajemen produksi adalah seluruh aktifitas untuk mengatur dan

mengkoordinasikan faktor-faktor produksi secara efisien untuk menciptakan dan menambah benefit dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh organisasi.[28]

Produksi secara konseptual merupakan aktivitas dengan mewujudkan kemanfaatan serta menambah nilai manfaat dengan mengeksploitasi sumber daya ekonomi yang tersedia, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Konsep produksi berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut:

a. Produksi mempunyai target utama perolehan barang-barang yang halal dan dilaksanakan secara adil dalam memperoleh profit atau pemasukan.
b. Produksi merupakan penanggulangan masalah-masalah sosial dengan memperhatikan dampak negatif lingkungan dan merefleksikan kebutuhan dasar masyarakat.
c. Produsen harus memperhatikan nilai-nilai material dan spriritualisme, dimana nilai-nilai tersebut dijadikan penyeimbangan dalam melakukan produksi.

Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. al-Qasas: 77

وَابْتَغِ فِيْمَآ اٰتٰىكَ اللّٰهُ الدَّارَ الْاٰخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَاَحْسِنْ كَمَآ اَحْسَنَ اللّٰهُ اِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِى الْاَرْضِ ۗاِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ ٧٧

[28] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004), h. 109

Artinya: “Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”

Dari ayat tersebut, produksi harus membawa manfaat, maslahah dan kebaikan. Produksi harus terhindar dari masalah-masalah negatif, merusak lingkungan, kebisingan maupun gangguan lainnya. Produsen dalam melakukan produksi harus melakukan perubahan dan menyesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat atau konsumen.[29]

10. Aktivitas Produksi Dalam Al-Qur`an dan Hadis.

a. QS Hud: 37

وَاصْنَعِ الْفُلْكَ بِاَعْيُنِنَا وَوَحْيِنَا وَلَا تُخَاطِبْنِيْ فِى الَّذِيْنَ ظَلَمُوْا ۚاِنَّهُمْ مُّغْرَقُوْنَ ٣٧

Artinya: “Dan buatlah kapal itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah engkau bicarakan dengan Aku tentang orang-orang yang zalim. Sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan.”

Ayat ini memberikan contoh perintah dari Allah SWT, untuk membuat perahu yang nantinya akan dipergunakan oleh Nabi Nuh dan umatnya yang beriman untuk berlayar. Perintah Allah SWT, kepada Nabi Nuh untuk membuat perahu di bawah pengawasan-Nya. Membuat perahu, masuk dalam kategori proses produksi karena mengelola sumber daya alam yang telah

[29] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 102.

disediakan di bumi ini menjadi suatu barang yang memberi manfaat atau nilai tambah. Awalnya masih berbentuk papan atau balok, namun ketika diolah dan digabungkan, membentuk suatu kapal yang bisa berlayar dan menyelamatkan Nabi Nuh dan umatnya dari adab Allah SWT.[30] Dalam konteks ekonominya, tujuan utama dari usaha produktif bukan sekedar mendapat keuntungan dan memasarkan produk untuk dikonsumsi masyarakat sehingga akan terjadi peningkatan kesejahteraan fisik. Tujuan ini merupakan tujuan jangka pendek yang bersifat duniawi. Akan tetapi, lebih dari sekedar tujuan pendek tersebut, yaitu harus bernilai akhirat, bernilai ibadah sebagaimana tujuan utama penciptaan manusia adalah untuk beribadah kepada Allah semata-mata.

b. HR Bukhori-1377 dan HR Bukhari-1930.

Telah menceritakan kepada kami 'Abdullah bin Yusuf telah mengabarkan kepada kami Malik dari Abu Az Zanad dari Al A'raj dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallahu'alaihiwasallam bersabda: "Demi Dzat yang jiwaku berada di tanganNya, sungguh seorang dari kalian yang mengambil talinya lalu dia mencari kayu bakar dan dibawa dengan punggungnya lebih baik baginya daripada dia mendatangi

[30] Fordebi dan Adesy, op cit, h. 253.

seseorang lalu meminta kepadanya, baik orang itu memberi atau menolak". (HR Bukhari- 1377)

Telah menceritakan kepada kami Ibrahim bin Musa telah mengabarkan kepada kami 'Isa bin Yunus dari Tsaur dari Khalid bin Ma'dan dari Al Miqdam radliallahu 'anhu dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tidak ada seorang yang memakan satu makananpun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud AS memakan makanan dari hasil usahanya sendiri". (Hadis Bukhari - 1930).

Dari hadis ini kita dapat mengambil pelajaran bahwa makanan terbaik dari seorang Muslim adalah hasil usaha atau hasil keringat kerja keras tangannya sendiri dan tidak bergantung pada orang lain dan dari hadis ini pula kita dapat keterangan dari Rasulullah bahwa banyak nabi sebelum beliau melaksanakan usahanya dari tangan sendiri seperti Nabi Daud bekerja sebagai pandai besi, melunakkan besi, Nabi Nuh adalah tukang kayu atau pembuat perahu, Nabi Idris adalah tukang jahit, Nabi Yusuf sebagai bendahara dan mayoritas Nabi pernah mengembala seperti Nabi Musa, Nabi Syuaib dan Rasulullah sendiri juga pengembala kambing kemudian jadi pedagang.

B. Kajian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penulis mengenai penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini.

No	Nama	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Ina Restiana[31]	*Analisis Potensi Lokal Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam*	Dalam analisis potensi lokal dan inovasi produk UMKM untuk meningkatkan pendapatan anggota yaitu menggali sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan, dengan menganalisis potensi lokal UMKM KWT Melati melakukan inovasi untuk keberlangsungan usahanya.
2.	Lia Ibniwasum [32]	*Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di*	Inovasi produk yang dilakukan Sheren Hijab terbukti dapat meningkatkan penjualan Sheren Hijab dengan melihat kenaikan

[31]Ina Restiana, *Analisis Potensi Lokal Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam*, (Lampung; Skripsi, 2020).

[32]Lia Ibniwasum, *Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu*,(Bengkulu: Skripsi, 2020).

		Sheren Hijab Bengkulu	pembeli pada tahun 2018 hingga 2019.
3.	Mizin Azrori[33]	*Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zhorif*	Inovasi produk memberikan pengaruh postitif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4.	Imas Fatimah Hasnatika Dan Ida Nurnida	*Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM " Duren Kamu Pasti Kembali" Di*	Berdasarkan hasil analisis deskriptif, inovasi produk di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik, dan keunggulan bersaing di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik.

[33] Mizin Azrori, *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zhorif,* (Jambi: Skripsi, 2018).

		Kota Serang	
5.	Aang Curatman, dkk.	*Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*	Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.1%. Hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.
6.	Akhmad Nasir[34]	*Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran*	Inovasi pada produkberpengaruh terhadap kinerja pemasaran, untuk itu perusahaan ditekankan untuk menjaga kualitas produk yang sudah dipercaya

[34] Akhmad Nasir, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan*, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, Volume 6 No 2 (2018).

		Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan	konsumen, selain itu perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi pada produk.

Adapun perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu berbeda lokasi dan metode penelitian, persamaannya yaitu sama-sama membahas variabel inovasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek-aspek kecenderungan, non perhitungan numeric, situasional deskriptif. Pendekatan kualitatif ini keterukurannya sangat subjektif dan bisa diperdebatkan.[35] Menurut Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.[36]

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif dengan penelitian kualitatif, tipe deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata gambar dan bukan angka-angka yang berasal dari naskah wawancara, catatan, lapangan, foto, atau lainnya.

b. Pendekatan penelitian.

[35]Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif cet. 2*, (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2016), h. 35.

[36] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 11.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih penulis berdasarkan tujuan penelitian yang ingin mengetahui bagaimana inovasi bisnis produk kasur dan boneka dalam kajian manajemen produksi syariah.

B. Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan tanggal 23 Mei 2022 s.d 23 Juni 2022.

b. Lokasi Penelitian.

Lokasi penelitian dilakukan di jorong Batu Limbak, Nagari Simawang, Kab. Tanah Datar.

C. Jenis Dan Sumber Data

a. Sumber data.

Menurut Suharsimi Arikunto, sumber data dalam penelitian adalah subjektif dari mana data diperoleh. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yaitu: sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun sumber data tersebut sebagai berikut:[37]

1. Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan, data ini didapat dari sumber pertama dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara.

[37] Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2008), h. 93.

2. Data sekunder.

Sumber data sekunder adalah sumber data yang menunjang keberhasilan penelitian yang di peroleh dari buku-buku, koran, internet dan jurnal atau literature yang mendukung yang berhubungan dengan masalah penelitian.

D. Subjek/Informan Penelitian

Narasumber adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan didalam penelitian. Narasumber atau informan itulah yang dimaksud dengan subjek penelitian.[38] Subjek dalam penelitian ini adalah 10 responden dari toko yang memproduksi dan menjual produk kasur dan boneka.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif lebih banyak menggunakan teknik pengumpulan data seperti teknik-teknik berikut:[39]

1. Observasi.

Observasi adalah pengamatan secara langsung, yaitu mengamati secara langsung objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data dan fakta dilapangan. Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung keadaan toko ketika sedang beroperasi.

[38]Andi Prastowo, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016), h. 195.

[39]Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 129-141.

2. Wawancara.

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang dilakukan antara dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dengan kata lain metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun pihak yang diwawancarai adalah 10 orang responden dari pemilik maupun karyawan dari toko yang memproduksi dan menjual produk kasur dan boneka.

3. Dokumentasi.

Dokumentasi ialah pengumpulan data yang bersumber dari tulisan-tulisan atau dokumen-dokumen. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.[40] Dengan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan dokumentasi seperti foto-foto dengan pemilik toko, foto produk yang ada di toko, dan foto saat wawancara.

F. Metode Analisis Data

Analisis data ialah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk

[40] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 240.

meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan orang lain.[41] Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif ialah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, yaitu dengan cara memaparkan informasi-informasi yang akurat yang diperoleh dari pedagang maupun pembeli dari industri kasur dan boneka yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Menurut Miles dan Huberman, langkah-langkah analisis data ialah sebagai berikut:[42]

a. Pengumpulan data.

   Ialah melakukan pengumpulan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus pada proses pengumpulan data berikutnya.

b. Pengolahan data.

   Setelah data-data di kumpulkan langkah selanjutnya adalah proses pengolahan. Pada proses pengolahan, peneliti melakukan pemeriksaan terhadap jawaban-jawaban informan dan survei yang telah dilakukan dari data hasil wawancara dan

[41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet. 16, 2012), h. 8.

[42] Sugeng Pujileksono, *op cit*, h. 152.

observasi yang dilakukan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk penghalusan data serta perbaikan kata dan kalimat.

c. Penyajian data.

Penyajian data ialah rangkaian informasi yang memungkinkan penelitian untuk dilakukan. Penyajian data diperoleh dari uraian rangkuman hasil wawancara dan observasi yang dihasilkan setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang sekaligus dikaji dengan teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya.

d. Penarikan kesimpulan.

Ialah penarikan suatu kesimpulan umum dari analisis penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk memperjelas teori. Setelah data tersaji dengan rapi, langkah terakhir yaitu menyimpulkan data yang diperoleh dengan menggunakan teori-teori yang sesuai.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Sejarah Industri Produk Kasur dan Boneka.

Jorong Batulimbak merupakan salah satu jorong yang terletak di Nagari Simawang, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar. Jorong Batulimbak ini terkenal akan sentral pembuatan industri kasur di Sumatera Barat. Di jorong Batulimbak ini, industri yang paling terkenal adalah industri kasur gulung dan kasur santai, yang sudah ditekuni oleh masyarakat secara turun temurun.

Awal mula adanya industri kasur dan boneka di Jorong Batulimbak ini adalah karena wilayah yang terletak di perbukitan dan juga faktor alam yang gersang, tidak memungkinkan untuk masyarakat bertani dikarenakan tidak adanya aliran air dan hanya mengharapkan air hujan. Dan faktor utama yang menyebabkan masyarakat bertumpu pada industri kasur dan boneka ini adalah karena wilayah Jorong Batulimbak merupakan wilayah penghasil kapuk sejak dulunya. Sebelum memproduksi kasur, masyarakat awalnya hanya bermata pencarian sebagai petani kapuk yang berpendapatan tidak seberapa. Kemudian masyarakat pun melakukan inovasi dari petani kapuk menjadi penjemur kapuk dimana hal itu menyebabkan perekonomian masyarakat menjadi berkembang, dikarenakan para petani kapuk mengolah kapuk mentah tersebut menjadi kapuk yang siap untuk digunakan menjadi bahan baku pembuatan kasur..

Sehingga wilayah Batulimbak ini dikenal menjadi tempat pengolahan kapuk mentah menjadi kapuk yang siap dipakai, baik itu untuk benang, bahan baku kasur, dan lain-lain.

Awalnya produksi yang dilakukan oleh masyarakat hanyalah produksi kasur gulung yang dilakukan secara tradisional, kemudian seiring berjalannya waktu muncullah jenis-jenis kasur baru seperti kasur Palembang atau kasur lantai yang semakin membuat wilayah jorong Batulimbak ini terkenal. Sehingga banyaknya permintaan dari daerah-daerah lain seperti dari daerah Pekan Baru, Jambi, Duri, dll yang mengakibatkan penjualan pun bertambah. Namun tentunya dalam menjalankan usaha pasti ada kemunduran, dimana hal itu yang membuat para pedagang melakukan inovasi dengan memunculkan produk-produk baru yang sesuai dengan tren pada saat itu. Produk tersebut seperti boneka, aksesoris mobil, bantal, berbagai macam tikar, dll. Produk tersebut dibeli kemudian di jual lagi di Batulimbak.

Batulimbak terletak di jalur lintas Solok-Bukittinggi dan juga terletak di tepi Danau Singkarak yang merupakan kawasan objek wisata memungkinkan para masyarakat membuka toko di tepi jalan untuk berjualan di kawasan tersebut. Toko yang didirikan masyarakat pun dibangun dengan bangunan semi permanen maupun permanen, karena umumnya masyarakat menjadikan rumahnya menjadi toko. Karena

letaknya yang strategis memungkinkan para pedagang mengalami penjualan yang meningkat pada hari-hari libur terutama saat lebaran.

Pada saat sekarang ini, di era pasca pandemik banyak toko yang mengalami kemunduran dalam usahanya, namun masih banyak yang mempertahankan usaha miliknya. Meskipun pesanan yang diterima menurun dan cenderung tidak tetap tetapi para pedagang masih mampu bertahan. Para pedagang pun bertahan dengan mencari pekerjaan tambahan lain apabila tidak ada pesanan seperti ke ladang atau mencari pensi di danau.

Macam-macam produk yang dijual di toko.

Tabel 4.1

Macam-macam Produk Yang Dijual

No.	Nama Produk	Harga/ Satuan
1.	Kasur Kapas	Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000
2.	Kasur Lantai	Rp. 100.000 – Rp. 350.000
3.	Kasur Surpet	Rp. 270.000 – Rp. 300. 000
4.	Alas Solat	Rp. 60.000
5.	Bantal Kapas	Rp. 40.000
6.	Guling Kapas	Rp. 50.000
7.	Boneka	Rp. 30.000 – Rp. 400.000
8.	Aksesoris Mobil	Rp. 5.000 – Rp. 100.000

Sumber: Wawancara dengan Annisa, T.M tanggal 8 April 2022.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan 10 responden, dimana terdiri dari 8 orang pemilik toko, dan 2 orang karyawan toko.

Tabel 4.2

Nama Responden

No.	Nama	Nama Toko	Keterangan
1.	Annisa T.M	Fila`s *Sister*	Karyawan
2.	Eka Novita	Boneka *Toys* Bali	Karyawan
3.	Sriweni	Weni	Pemilik
4.	Nur Annisa	Annisa	Pemilik
5.	Darlis	Zaydan *Collection*	Pemilik
6.	Yen	Yen	Pemilik
7.	Kas	Kas	Pemilik
8.	Mardi	Mata air	Pemilik
9.	M. Nasir	Bunga kapas	Pemilik
10.	Asnawiyah	Perkana	Pemilik

Sumber: Wawancara tanggal 27 Mei 2022.

2. Hasil Wawancara.

Dari hasil penelitian yang dilakukan bulan Mei 2022 dilakukan analisis setiap pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara penulis, terkait dengan pertanyaan berikut.

Alasan dalam melakukan inovasi produk menurut Annisa adalah untuk meningkatkan penjualan serta untuk meningkatkan omset/pendapatan, karena inovasi produk mengikuti tren dan juga perkembangan zaman jadi kalau tidak berinovasi maka penjualan pada toko akan menurun.[43]Menurut Eka, adalah untuk meningkatkan daya beli dan juga untuk menambah lowongan kerja.[44] Menurut Sriweni, adalah untuk meningkatkan pendapatan.[45] Menurut Nur Annisa, adalah untuk menambah omset, karena pesanan atau permintaan akan bertambah kalau ada produk baru.[46] Menurut Darlis, alasannya tentu untuk meningkatkan penjualan, karena jumlah pesanan akan bertambah.[47] Menurut Yen, alasannya supaya orang tertarik membeli sehingga penjualan meningkat.[48] Menurut Kas, alasan melakukan inovasi produk agar produk banyak terjual dan meningkatkan omset.[49] Menurut Mardi, adalah untuk menjual lebih banyak produk sehingga produksi meningkat dan pendapatan pun juga meningkat.[50] Menurut

[43] Annisa T.M, Karyawan Toko Filla`s Sister, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[44] Eka, Karyawan Toko Boneka Toys Bali, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[45] Sriweni, Pemilik Toko Weni, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[46] Nur Annisa, Pemilik TokoAnnisa, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[47] Darlis, Pemilik Toko Zaydan *Collection*, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[48] Yen, Pemilik Toko Yen, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[49] Kas, Pemilik Toko Kas, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.
[50] Mardi, Pemilik Toko Mata Air, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

M. Nasir, adalah untuk meningkatkan penjualan.[51] Menurut Asnawiyah, untuk memperbanyak jual beli, karena pembeli mau produk terbaru yang sedang hits, sehingga dengan adanya inovasi pada produk akan membuat penjualan meningkat.[52]

Dari paparan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa alasan para pedagang dalam melakukan inovasi produk adalah yang pertama untuk meningkatkan penjualan, yang kedua adalah untuk meningkatkan omset/pendapatan, dan yang terakhir adalah dapat menambah lowongan pekerjaan. Dimana hal tersebut sesuai dengan teori pada bab 2 tentang manfaat dari adanya inovasi dari segi individu yaitu untuk mengekspresikan ide, segi masyarakat yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup, segi perusahaan yaitu untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dan juga dari segi pasar yaitu untuk meningkatkan jiwa kompetitif pedagang.

Apakah jumlah produksi bertambah setelah melakukan inovasi?

Tabel 4.3

Jumlah Produksi Sebelum Dan Sesudah Inovasi

No.	Toko	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi
1.	Fila`s *Sister*	3-5	8-10

[51] M.Nasir, PemilikToko Bunga Kapas, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[52] Asnawiyah, Pemilik Toko Perkana, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

2.	Boneka *Toys* Bali	15	25
3.	Weni	3	6
4.	Annisa	3	6
5.	Zaydan *Collection*	5	8
6.	Yen	3	5
7.	Kas	3	7
8.	Mata air	15	30
9.	Bunga kapas	12	25
10.	Perkana	13	25

Sumber: hasil wawancara tanggal 27 Mei 2022

Berdasarkan paparan diatas dapat penulis simpulkan bahwa dengan adanya inovasi terjadi peningkatan pada jumlah produksi. Ini terdapat pada teori di bab 2 yaitu manfaat dari inovasi produk, dimana dengan adanya inovasi ini keinginan pelanggan atau permintaan dari pelanggan akan terpenuhi yang berakibat peningkatan pada pesanan. Dan juga dengan adanya inovasi ini membuka/menciptakan pasar baru, yang awalnya tidak tertarik menjadi tertarik dengan adanya inovasi pada produk ini sehingga dapat mengembangkan bisnis hingga ke luar daerah yang berdampak pada meningkatnya pesanan.

Apakah dengan melakukan inovasi pendapatan/omset meningkat?

Tabel 4.4

Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Inovasi

No.	Toko	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi
1.	Fila`s *Sister*	Rp.2.000.000	Rp.2.500.000
2.	Boneka *Toys* Bali	Rp.15.000.000	Rp.25.000.000
3.	Weni	Rp.1.000.000	Rp.1.300.000
4.	Annisa	Rp.1.000.000	Rp.1.300.000
5.	Zaydan *Collection*	Rp.1.000.000	Rp.2.200.000
6.	Yen	Rp.2.000.000	Rp.2.400.000
7.	Kas	Rp.2.000.000	Rp.2.700.000
8.	Mata air	Rp.15.000.000	Rp.30.000.000
9.	Bunga kapas	Rp.20.000.000	Rp.35.000.000
10.	Perkana	Rp.10.000.000	Rp.20.000.000

Sumber: hasil wawancara tanggal 27 Mei 2022

Berdasarkan paparan diatas penulis simpulkan bahwa dengan adanya inovasi akan meningkatkan pendapatan atau omset dari pedagang. Ini sesuai dengan teori tujuan inovasi, dimana tujuannya yaitu menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Dan pada karakteristik dari inovasi salah satunya adalah keunggulan relatif (relatif advantage) yang dikatakan berhasil apabila produk yang ditawarkan telah memiliki keunggulan yang melebihi dari sebelumnya. Sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan keunggulan yang

ditawarkan dan menjadikan omset/pendapatan naik dikarenakan pesanan atau jual beli mengalami kenaikan yang dapat membuat tujuan dari adanya inovasi ini tercapai. Tidak hanya itu pada teori indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk. Apabila suatu inovasi produk sudah termasuk pada indikator tersebut maka konsumen akan tertarik untuk membeli dan hal tersebut akan meningkatkan pendapatan.

Bagaimanakah proses dalam melakukan inovasi sampai menjadi sebuah produk yang bisa dipasarkan?

Menurut Annisa, Mengikuti perkembangan zaman atau tren sih, bisa kita liat dari internet ataupun sosmed apa yang lagi hits pada saat ini, kalau barang nya ada di pasaran seperti kain nya baru nanti kita buat produk nya.[53] Menurut Eka Biasanya mengikuti tren masa kini, kalau ada karakter baru atau bahan baru yang baru keluar atau sedang *happening* itu lah yang dijadikan inovasi untuk produk baru, kalau produk lama biasanya kita cuci, cuci nya juga tidak sembarang cuci lalu baru itu kita kemas.[54] Menurut Sriweni, Mengikuti tren yang ada sesuai perkembangan zaman, kalau tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Biasanya konsumen lebih paham tentang tren yang ada.[55]

[53] Annisa T.M, Karyawan Toko Filla`s Sister, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[54] Eka, Karyawan Toko Boneka Toys Bali, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[55] Sriweni, Pemilik Toko Weni, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

Menurut Nur Annisa, Sesuai yang sedang hits biasanya, misalnya saat sekarang yang sedang hits adalah boneka boba. Itu dari boneka yang biasa saja sekarang juga ada yang berlampu dan banyak lagi jenisnya.[56] Menurut Darlis, Kita kan ambil produk nya dari pulau Jawa, jadi apa yang sedang hits akan langsung keluar produknya, nanti setelah produknya sampai disini baru kita jual. Tapi kita juga menerima pesanan pelanggan, seperti mereka mau kapas nya dicampur.[57] Menurut Yen, Mengikuti yang sedang tren sih, terus kita cari bahannya, misalnya katun nya atau kainnya. Lalu baru kita buat produk nya seperti kasur kapas atau kasur lantai.[58] Menurut Kas, Kita liat kain untuk bahan baku nya yang terbaru, biasanya yang terbaru itu kan sudah yang sesuai tren saat ini. Nah baru kita buat kasurnya, kadang juga kita buat sesuai permintaan konsumen/pelanggan.[59] Menurut Mardi, Dari apa yang lagi tren atau hits di pasaran, nanti kan ada produk kain nya yang untuk bahan baku. Baru abis itu kita isi dengan kapas, atau di campur, baru kita jual.[60] Menurut M. Nasir, Ya sesuai tren yang ada biasanya, kalau tidak kami ambil dari pulau Jawa

[56] Nur Annisa, Pemilik TokoAnnisa, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[57] Darlis, Pemilik Toko Zaydan *Collection*, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[58] Yen, Pemilik Toko Yen, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[59] Kas, Pemilik Toko Kas, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[60] Mardi, Pemilik Toko Mata Air, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

lalu kita jual lagi disini.[61] Menurut Asnawiyah, Kalau untuk produk baru itu biasanya datangnya dari daerah jawa, karena disana itu kan perkembangan nya cepat, jadi kita ambil dari situ. Baru setelah itu kita pasarkan disini, kalau untuk produk lama yang sudah tidak laku biasanya kita cuci ulang kain luarnya lalu kita jual lagi, atau kita ganti kain luarnya itu menjadi kain yang keluaran terbaru. Misalnya pada kasur, kita ganti kain kasurnya saja karena kapas dalam nya tidak apa-apa.[62]

Berdasarkan paparan diatas, sesuai dengan teori tahapan inovasi yaitu tahap pengetahuan, tahap persuasi, tahap pengambilan keputusan, tahap implementasi, dan tahap konfirmasi. Para pedagang dalam melakukan proses inovasi ini diawali dengan tahap pengetahuan, dimana para pedagang mencari tahu tentang tren yang sedang berjalan pada saat itu, pada tahap persuasi para pedagang mulai memastikan apakah inovasi tersebut sesuai dengan produk, apakah dapat memberikan kelebihan pada produk atau tidak. Lalu pada tahap pengambilan keputusan baru lah di putuskan apakah akan dilakukan inovasi itu atau tidak. Pada tahap implementasi, dicari kegunaan dari inovasi tersebut dan mencari berbagai informasi tentang inovasi

[61] M.Nasir, PemilikToko Bunga Kapas, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

[62] Asnawiyah, Pemilik Toko Perkana, *Wawancara Pribadi*, Jorong Batu limbak, 27 Mei 2022.

tersebut. Pada tahap konfirmasi barulah ditentukan apakah inovasi dapat dilakukan atau tidak.

Apakah dalam melakukan proses produksi sudah sesuai dengan syariat Islam?

Menurut Annisa, Sudah, kita melakukannya insyallah tidak ada yang bertentangan dengan ajaran Allah swt. Menurut Eka, Sudah, sebab kita melakukannya dengan ikhlas tidak dengan paksaan. Menurut Sriweni, Alhamdulilah sudah. Menurut Nur Annisa, Sudah. Menurut Darlis, Sudah, karena saya berbisnis dengan niat karena Allah swt insyaallah yang bertentangan dengan syariat saya jauhkan. Menurut Yen, insyaallah sudah. Menurut Kas, Sudah alhamdulilah. Menurut Mardi, Insyaallah sudah sesuai dengan syariah. Menurut M. Nasir, Sudah. Menurut Asnawiyah, Alhamdulilah sudah.

Berdasarkan paparan diatas, dapat penulis simpulkan bahwa pedagang telah melakukan proses produksi nya sesuai dengan syariat Islam. Sesuai dari teori konsep produksi pada bab 2 yang salah satunya adalah produksi mempunyai target utama perolehan barang-barang yang halal dan dilaksanakan secara adil dalam memperoleh profit atau pemasukan. Lalu sesuai dengan prinsip yang harus di pegang oleh para pelaku produksi yaitu prinsip tauhid, prinsip kemanusiaan, prinsip keadilan, prinsip kebajikan, serta prinsip kebebasan dan tanggung

jawab. Dimana hal tersebut sudah terlaksana pada para pedagang produk kasur dan boneka.

Inovasi apa saja yang telah dilakukan?

Menurut Annisa, Kasur (ukuran besar, sedang, atau kecil), kasur lantai (ukuran besar, sedang, atau kecil), bantal, alas sholat, kasur surpet, boneka, dll. Menurut Eka, Kasur surpet (ada kasur yang kapas yang asli dan ada juga yang campur), bantal/guling, boneka, karpet, dll Menurut Sriweni, Kasur, kasur lantai atau kasur Palembang, bantal, kasur surpet, boneka, dll. Menurut Nur Annisa, Kasur, kasur surpet, bantal, kasur lantai, dll. Menurut Darlis, Kasur kapas, kasur lantai, kasur surpet, bantal, guling, boneka, dll. Menurut Yen, Kasur, kasur lantai atau kasur Palembang, kasur surpet, bantal, boneka, dll. Menurut Kas, Kasur (ukuran besar, sedang, atau kecil), kasur lantai/ kasur Palembang (ukuran besar, sedang, atau kecil), bantal, alas sholat, kasur surpet, boneka, aksesoris mobil, dll. Menurut Mardi, Kasur dengan berbagai ukuran dan isian nya pun beda ada yang tebal ada yang ukuran biasa, kasur lantai/kasur Palembang dengan berbagai ukuran, kasur surpet, bantal, guling, dll. Menurut M. Nasir, Kasur (ukuran besar, sedang, atau kecil), kasur lantai/ kasur Palembang (ukuran besar, sedang, atau kecil), bantal, alas sholat, boneka, aksesoris mobil, kasur surpet dengan berbagai ukuran, dll. Menurut Asnawiyah, Kasur dengan berbagai ukuran, kasur lantai atau kasur

Palembang dengan berbagai ukuran, bantal, boneka, aksesoris mobil, dll.

Berdasarkan paparan diatas, pada teori bab 2 terdapat tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk. Inovasi produk yang telah di lakukan oleh para pedagang meliputi 3 indikator tersebut, dimana para pedagang meningkatkan kualitas dari produk sebelumnya, lalu membuat berbagai macam varian produk dengan gaya dan desain yang menarik untuk menarik konsumen serta untuk memberikan inovasi produk yang berbeda kepada para kompetitor.

C. Pembahasan

Sesuai teori yang dikemukakan di bab 2, Inovasi bisnis menurut Roger adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Berdasarkan bentuk pengaplikasiannya, inovasi dibedakan menjadi tiga, yakni: inovasi produk (product innovasion), inovasi dalam pelayanan (service innovasion) dan inovasi proses (process innovasion).

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar.

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Mengahadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk strategi inovasi perlu dikembangkan dan dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, model dan penampilan produk yang baru. Strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan trend masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang dihasilkan.

Menurut peneliti, inovasi produk adalah trik atau cara dari suatu perusahaan yang tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan serta keuntungan yang sebanyak-banyaknya dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan daya jual produk, dan meningkatkan persaingan bisnis dengan kompetitor.

Berkaitan dengan teori pada bab 2, Menurut Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra secara garis besar, aktivitas pengembangan produk baru bisa menghasilkan 6 macam tipe produk baru, yaitu :

a. Produk baru bagi dunia *(new-to-the-world products).*

   Adalah produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru dan membentuk siklus hidup produk baru.

b. Lini produk baru *(new product line).*

   Adalah produk-produk yang baru bagi perusahaan, namun diluncurkan bagi pasar yang sudah ada.

c. Perluasan lini *(line extension).*

   Adalah produk baru yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar yang dilayani dengan menawarkan manfaat yang berbeda.

d. Penyempurnaan produk yang telah ada *(improvements to existing products).*

   Adalah produk-produk yang biasanya dirancang untuk menggantikan penawaran produk yang sudah ada.

e. *Repositioning.*

   Adalah pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk menawarkan aplikasi baru dan melayani kebutuhan yang baru.

f. Pengurangan biaya *(cost reduction).*

   Adalah versi dari produk yang ada yang dapat memberikan kinerja setara pada tingkat harga yang lebih murah.

Pada produk kasur, pedagang telah menyempurnakan produk yang telah ada *(improvements to existing products)* yaitu pada kasur kapas dengan menggunakan kain katun yang lebih tebal dan bagus, dan juga pada kasur surpet menggunakan busa dengan kualitas yang lebih bagus. Sesuai dengan teori Menurut Kotler Amstrong, ada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk. Dimana inovasi produk pada kasur kapas dan kasur surpet termasuk pada tiga indikator inovasi berupa meningkatkan kualitas produk, lalu terdapat berbagai macam varian produk, dan gaya dan desain produk yang sesuai dengan tren.

Lalu pedagang juga telah melakukan Perluasan lini *(line extension).* Dimana, pedagang menawarkan produk baru berupa kasur surpet yang menggunakan busa, sehingga bisa menjadi alternatif kasur bagi para penderita alergi debu atau kapuk pada kasur kapas. Dikarenakan menggunakan busa, kasur surpet ini juga lebih ringan daripada kasur kapas dan juga pada kasur surpet sudah sepaket dengan bantal dan juga guling nya. Bentuk inovasi pada kasur surpet ini membuat pedagang semakin memperluas pasarnya. Itu terbukti dari banyaknya pesanan yang masuk untuk kasur surpet dari berbagai daerah di wilayah Sumatera Barat maupun di luar Sumatera Barat.

Inovasi produk sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan, karena dengan melakukan inovasi produk

akan menambah nilai atau kualitas dari produk tersebut sehingga dapat memenuhi keinginan atau permintaan dari konsumen. Oleh sebab itu, inovasi bisnis terhadap produk merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan atau pedagang untuk menciptakan nilai tambah dari suatu produk yang dihasilkan.

Berdasarkan tabel 4.3, jumlah produksi meningkat dari sebelum dilakukannya inovasi menjadi setelah dilakukannya inovasi. Hal tersebut disebabkan karena konsumen yang cenderung membeli atau memesan apabila ada barang baru, sehingga konsumen menjadi tertarik untuk membeli atau memesan.

Berdasarkan tabel 4.4 bahwa data omset/pendapatan mengalami peningkatan setelah dilakukannya inovasi produk. Setelah melakukan inovasi produk, penjualan mengalami peningkatan, begitu juga dengan omset/pendapatan pun mengalami peningkatan. Tujuan ini akan dicapai apabila ada niat dan juga kemampuan. Inovasi produk yang dilakukan pun sesuai dengan tren yang sedang berlangsung, bahan-bahan yang digunakan pun menggunakan bahan dengan kualitas bagus sehingga konsumen pun diberikan banyak pilihan untuk memilih. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan inovasi produk dapat meningkatkan omset/pendapatan pada toko.

Tidak hanya itu, dalam teori pada bab 2 yaitu manfaat dari adanya inovasi produk yaitu:

1. Dapat memenuhi keinginan pelanggan.
2. Menciptakan pasar baru.
3. Menambah kualitas produk yang dijual.
4. Meningkatkan efisiensi.
5. Mampu bersaing dengan kompetitor.

Dihadapkan pada tren yang selalu berubah setiap tahunnya membuat pedagang juga harus melakukan inovasi pada produk nya, karena kalau tidak adanya inovasi pada produk maka konsumen akan jenuh dengan produk yang itu-itu saja. Inilah yang membuat para pedagang melakukan inovasi produk selain untuk memenuhi keinginan konsumen juga agar dapat menciptakan jiwa bersaing dengan kompetitor lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

1. Inovasi yang telah dilakukan terhadap produk kasur dan boneka dengan berbagai macam variasi atau desain, gaya, dan kualitas berbeda yang di tawarkan di tiap produk nya membuat para konsumen diberikan berbagai pilihan untuk memilih. Disamping itu, terdapat produk-produk lama yang belum terjual dan sudah menumpuk. Pedagang melakukan penyempurnaan produk yang telah ada *(improvements to existing products)* terhadap produk-produk lama tersebut agar bisa menarik konsumen untuk membelinya. Yaitu dengan menukar bahannya, contoh nya seperti pada kasur kapas yang ditukar itu bahan kain luarnya dengan menggunakan kain kualitas bagus dan juga memiliki desain gaya kekinian.
2. Inovasi yang dilakukan oleh pedagang terbukti dapat meningkatkan penjualan dan juga omset/pendapatan dengan melihat dari tabel 4.3 dan tabel 4.4. Penulis melihat adanya kemampuan dari para pedagang dalam membaca kebutuhan dan keinginan dari konsumen, sehingga penjualan dapat meningkat dan juga pendapatan atau omset naik dengan melakukan inovasi produk. Peningkatan penjualan dan juga pendapatan/omset yang naik menjadi tujuan dari inovasi yang telah

dilakukan oleh para pedagang produk kasur dan boneka di jorong Batu limbak.

B. Saran

1. Bagi para pedagang produk kasur dan boneka di jorong Batu limbak.

   Diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk yang telah ada dan terus berinovasi karena para konsumen lebih tertarik kepada produk baru yang sesuai tren dan kekinian.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

   Berdasarkan uraian tersebut maka diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi inovasi dan produksi dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2009. Metodelogi Penelitian Kualitatif, Bandung: Pustaka Setia.

Afzalurrahman. 1997. Muhammad Sebagai Seorang Pedagang, (ter). Dewi Nurjulianti dkk, Jakarta : Swarna Bhumy.

Al-Arif, M. Nur Rianto. 2011. Dasar-Dasar Ekonomi Islam. Solo: PT Era Adicitra Intermedia.

Anoraga, Pandji. 2004. Manajemen Bisnis, Jakarta : PT Rineka Cipta.

Azrori, Mizin. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Jambi Zhorif, Jambi: Skripsi.

Curatman, Aang, dkk. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon, Jurnal Logika, Vol XVII No. 3.

Hakim, Lukman. 2012. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam. Jakarta: Erlangga.

Hasnatika, Imas Fatimah, dan Ida Nurnida. 2018. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM "Duren Kamu Pasti Kembali" di Kota Serang, Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 4, No. 3.

Hasan, Ali. 2009. Manajemen Bisnis Syariah Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ibniwasum, Lia. 2020. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu, Bengkulu: Skripsi.

Irawan, Resa. 2017. Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Café Bandung , Jurnal, No 2, Vol 3.

Muhammad. 2004. Manajemen Dana Bank Syariah, Yogyakarta : Ekonisi.

Nasir, Akhmad. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan, Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, Volume 6 No 2.

Prakosa, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang).

Prastowo, Andi. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian, Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.

Pujileksono, Sugeng. 2016. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif cet. 2, Malang: Kelompok Intrans Publishing.

Restiana, Ina. 2020. Analisis Potensi Lokal Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam, Lampung; Skripsi.

Rivai, Veithzal. 2012. Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Saebani, Beni Ahmad. 2008. Metode Penelitian, Bandung: CV Pustaka Setia.

Sasono E dan Rahmi Y. 2014. Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah, Jurnal STIE Semarang, 6(3).

Soleh, Muhammad. 2008. "Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : UKM Manufaktur Di Kota Semarang)", Tesis, Universitas Diponegoro.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet. 16.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabet.

Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Undang Ahmad Kamaludin, Muhammad Alfan. 2010. Etika Manajemen Islam, Bandung : CV Pustaka Setia.

Winata E. Inovasi Bisnis Di Bengkel Dan Modifikasi Icon Autoworks, Agora 5(3).