

**INOVASI PRODUK SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE*
UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Oleh:

Yuyun Juwita Lestari

NIM 401190330

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ABSTRAK

Lestari, Yuyun Juwita. Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

Kata Kunci: Inovasi, Proses Inovasi, Meningkatkan Penjualan, Etika Bisnis Islam

Dalam teori Inovasi Produk yang dikemukakan oleh Philip Kotler, dalam Inovasi Produk terdapat delapan proses yang dilakukan yakni: proses penciptaan gagasan, proses penyaringan ide, proses pengembangan dan pengujian konsep, proses pengembangan strategi pemasaran, proses analisa bisnis, proses pengembangan produk, proses pengujian pasar, dan proses komersialisasi. Dengan adanya keinginan dalam meningkatkan penjualan mengharuskan pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi demi mempertahankan usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mengalami peningkatan penjualan yang terus meningkat dari waktu ke waktu setelah melakukan inovasi meskipun diketahui ada pemilik usaha dengan penjualan produk yang sama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses dan inovasi produk susu kedelai serta dampak inovasi terhadap penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* yang berlokasi di Desa Kenongomulyo, Kecamatan Nguntoronadi, Kabupaten Magetan. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskripsi kualitatif, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Metode analisa data yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses inovasi yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* ialah mulai dari membaca peluang lalu muncul ide, penyaringan ide, analisa bisnis berupa perincian modal, pengembangan produk, uji pasar dengan memberikan harga promo, dan komersialisasi atau peluncuran produk. Adapun inovasi yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan etika bisnis islam *Yuju_Foodbeverage* dalam melakukan inovasi produk susu kedelai sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika yang telah digariskan dalam islam, diantaranya ialah jujur dalam takaran, menjual barang yang bermutu, dilarang menggunakan sumpah, longgar dan murah hati, membangun hubungan baik antar kolega, tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan. Dengan dilakukannya inovasi produk berupa varian rasa pada produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* tersebut berdampak positif terhadap penjualan, dapat meningkatnya penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* serta dalam inovasi produk juga menerapkan prinsip yang diajarkan oleh Rasulullah Saw yakni jujur, cerdas, amanah, dan dapat menyampaikan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NAMA MAHASISWA	NIM	JURUSAN	JUDUL
Yuyun Juwita Lestari	401190330	Ekonomi Syariah	Inovasi Produk Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 02 Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I

NIP 197801122006041002

Menyetujui,

Pembimbing

Dr. Aji Damanuri, M.E.I

NIP 197506022002121003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah Skripsi Berikut Ini:

Judul : Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk
Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam
Nama : Yuyun Juwita Lestari
NIM : 401190330
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005
Penguji I :
Ridho Rokamah, M.Si.
NIP 19741211999032002
Penguji II :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP 197506022002121003

()
()
()

Ponorogo, 19 Mei 2023

Pengesahkan,
Dekan FEB IAIN Ponorogo

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUYUN JUWITA LESTARI
NIM : 401190330
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/ Tesis : Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk
Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis
Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id, adapun isi dan keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 22 Mei 2023



YUYUN JUWITA LESTARI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Yuyun Juwita Lestari**

NIM : 401190330

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

INOVASI PRODUK SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE*
UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM

Secara keseluruhan hasil penelitian ini adalah karya saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang harus dilakukan rujukan pada sumbernya.

Ponorogo, 02 Mei 2023

Pembuat Pernyataan



Yuyun Juwita Lestari

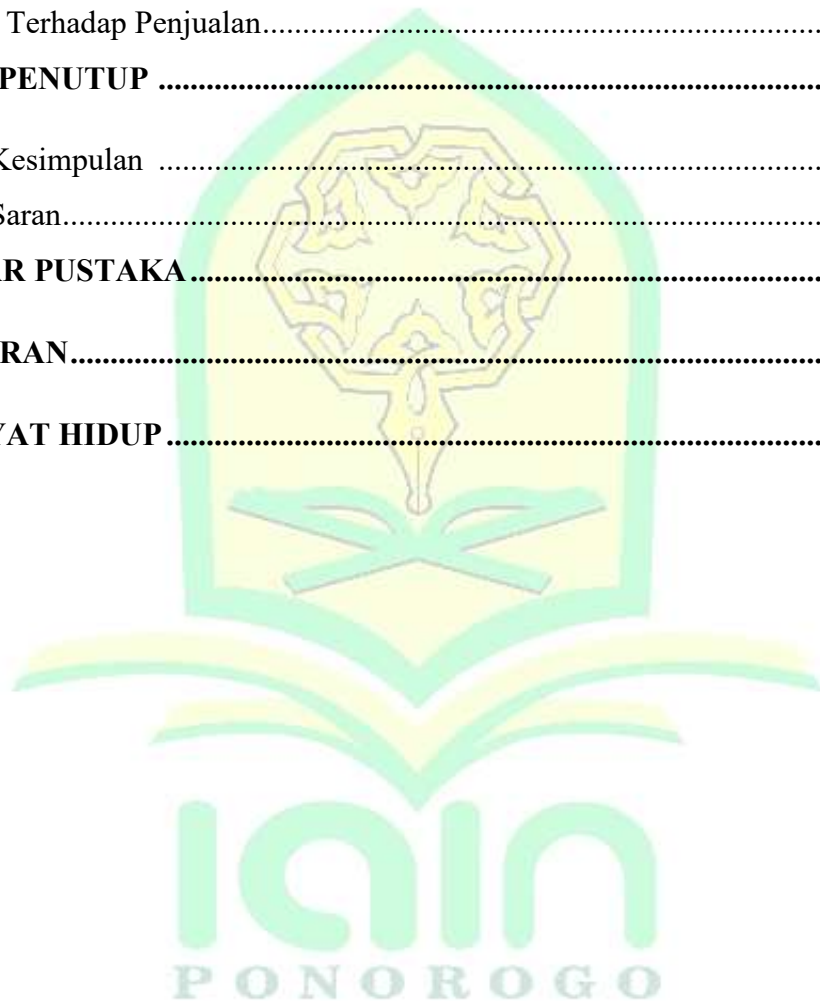
NIM. 401190330

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	10
F. Metode Penelitian.....	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17
2. Lokasi/ tempat penelitian	17
3. Data dan Sumber Data.....	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
5. Teknik Pengolahan Data	20
6. Teknik Analisis Data.....	21
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	22
G. Sistematika Pembahasan	23

BAB II TEORI INOVASI PRODUK DAN ETIKA BISNIS ISLAM..	26
A. Inovasi Produk	26
1. Definisi Inovasi Produk	26
2. Tujuan Inovasi Produk	28
3. Jenis-Jenis Inovasi.....	28
4. Ciri-Ciri Inovasi	29
5. Tahapan dalam Proses Inovasi	30
B. Etika Bisnis Islam	33
1. Definisi Etika Bisnis Islam	33
2. Fungsi Etika Bisnis Islam	35
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	36
BAB III PROFIL USAHA SUSU KEDELAI YUJU_FOODBEVERAGE.....	40
A. Gambaran Umum Usaha Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i>	40
1. Sejarah Usaha Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i>	40
2. Portofolio Usaha	42
3. Struktur Organisasi	43
4. Job Deskripsi.....	44
5. Mekanisme Produksi dan Distribusi	45
B. Gambaran Inovasi Produk Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....	47
1. Proses dan Inovasi Produk Susu Kedelai Yang Dilakukan Oleh <i>Yuju_Foodbeverage</i>	47
2. Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> Terhadap Penjualan.....	62

BAB IV INOVASI PRODUK SUSU KEDELAI YUJU_FOODBEVERAGE UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM	65
A. Proses dan Inovasi Produk Susu Kedelai Yang Dilakukan Oleh <i>Yuju_Foodbeverage</i>	65
B. Dampak Inovasi Porduk Susu Kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> Terhadap Penjualan.....	75
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88
RIWAYAT HIDUP	116



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan saat ini menghadapi semakin banyak ancaman dari dalam dan luar negeri. Persaingan dengan usaha sejenis harus diperhatikan agar perusahaan dapat bersaing di pasar. Pengusaha harus memahami kondisi pasar dan apa yang diinginkan konsumen, serta memperhatikan keadaan produk kompetitor. Seiring berkembangnya perusahaan, maka banyak perusahaan sejenis, sebaliknya jika perusahaan tersebut tidak dapat bersaing dan bertahan maka perusahaan tersebut pasti akan mengalami kerugian

Bisnis perlu menciptakan keunggulan kompetitif untuk menghadapi persaingan yang ketat. Ini adalah strategi yang menguntungkan bagi bisnis yang bekerja sama dengan perusahaan lain untuk bersaing yang lebih efektif di pasar.¹ Keunggulan kompetitif dapat muncul dari berbagai aktivitas perusahaan seperti : desain produk, manufaktur, pemasaran, pengiriman, dan dukungan. Serta bertujuan untuk mendukung terciptanya aktivitas bisnis yang terjangkau dan khas.² Untuk meningkatkan keunggulan bersaing suatu perusahaan diperlukan beberapa

¹ Victor Ringhard Pattipeilohy, "Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)", *Jurnal Maneksi*, Volume 7, Nomor 1, (2018), 67.

² Linda Maryani dan Harmon Chaniago, "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Volume 5, Nomor 1, (2019), 50.

faktor untuk meningkatkan keunggulan bersaing tersebut, salah satunya adalah inovasi produk, kualitas pelayanan dan citra merek perusahaan.³

Dengan meningkatnya persaingan, suatu bisnis perusahaan harus memiliki daya saing yang kuat untuk bersaing dengan perusahaan sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda untuk mencapai tingkat penjualan tersebut. Pertumbuhan pendapatan suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak factor, salah satunya adalah inovasi produk. Inovasi adalah strategi perubahan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik atau berbeda dari produk yang sudah ada. Strategi ini biasanya digunakan para pelaku usaha untuk menaklukkan pasar dengan memasuki ceruk yang tidak menjadi perhatian pelaku usaha lain. Inovasi yang diterima konsumen membawa manfaat lebih bagi para pelaku tersebut.⁴

Bagi dunia bisnis, kata inovasi merupakan kata yang tidak asing lagi karena merupakan kunci dari bisnis. Di era baru ini, dimana pasar jual mulai berubah menjadi pasar beli nampaknya inovasi sangat penting dan krusial untuk memenagkan persaingan. Sebuah perusahaan berinovasi dengan mengembangkan produk baru yang berbeda dari produk yang sudah ada atau dengan meningkatkan produk yang sudah ada. Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk merespon permintaan pasar sehingga dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Oleh

³ Ribut Muji Wahono dan Ely Masykuroh, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso," *Jurnal Falahiya*, Volume 1, Nomor 2, (2022), 157.

⁴ Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2006), 132.

karena itu, inovasi dapat meningkatkan penjualan, keuntungan, dan keunggulan kompetitif perusahaan.⁵

Kondisi pasar berubah, artinya dinamika pemasaran mempengaruhi selera pelanggan. Perubahan pasar seperti ini membutuhkan produk inovatif agar perusahaan dapat bertahan dan menghasilkan keuntungan bisnis. Inovasi produk harus dilaksanakan secara terus menerus oleh perusahaan, karena ini merupakan syarat dasar untuk membangun keahlian produk dalam persaingan. Mengupayakan inovasi produk merupakan tugas manajemen yang penting, karena inovasi produk dapat menentukan pemasaran yang berkualitas. Inovasi menjadi alat bertahan hidup yang semakin penting, tidak hanya untuk pertumbuhan, tetapi juga dalam lingkungan yang semakin kompetitif dan tidak pasti.⁶

Salah satu dari berbagai inovasi yang sering ada adalah pengembangan produk, dimana pengembangan produk merupakan proses inovasi produk dalam perusahaan. Desain dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dengan strategi pemasaran yang tepat harus menghasilkan inovasi produk yang memberikan daya saing perusahaan. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan perusahaan, perusahaan harus lebih memperhatikan konsumen, karena perubahan mau konsumen berubah setiap hari.

Tujuan inovasi produk adalah untuk meningkatkan kualitas produk, memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggan, menciptakan pangsa pasar

⁵ Victor Ringhard Pattipeilohy, Op.cit., 67.

⁶ Akhmad Nasir, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan," *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 5, Nomor 1, (2017), 21.

baru, mengembangkan dan menerapkan pengetahuan dan pemahaman, mengganti produk dan layanan serta meningkatkan efisiensi produk. Oleh karena itu, inovasi produk sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas dan penjualan perusahaan. Inovasi tidak hanya dilakukan pada produk.⁷

Secara umum kebutuhan dasar manusia terbagi menjadi tiga bagian yaitu sandang, pangan dan papan. Mengenai terminologi pangan dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat dimakan atau bahan-bahan yang dapat dijadikan makanan.⁸ Saat ini ada bisnis yang sangat berkembang di bidang kuliner. Banyak ditemukan di berbagai bidang, selain itu makanan dan minuman modern sangat digemari oleh masyarakat. Dengan hal tersebut, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Selain itu, kita juga harus mampu menunjukkan eksistensi dan keunggulan produk kita dibanding kompetitor lainnya.⁹

Pesatnya perkembangan bisnis kuliner tercermin dari banyaknya penyediaan makanan atau minuman siap saji, termasuk bisnis susu kedelai. Susu kedelai juga dapat digunakan sebagai bahan minuman untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti ikan, daging dan lain-lain karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan bahan makanan yang ada. Perusahaan susu kedelai ini mudah ditiru karena bahan bakunya

⁷ Husna Ni'matul Ulya, Renaldin Shadrudin, dan Diyan Putri Ayu, "Peningkatan Inovasi Produk Keripik Tempe 'Cipta Rasa' Di Ketawang Madiun," *Jurnal Amalee*, Volume 3, Nomor 1, (2022), 98.

⁸ Dedy Wajyudin Purba, *Pengantar Ilmu Pertanian*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), 52.

⁹ Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa, 2011), 22.

mudah didapat dan proses produksinya juga sangat sederhana. Hal ini memungkinkan para pemilik usaha untuk berinovasi atau mengembangkan produk baru bersama kompetitor dan terus menjaga/meningkatkan kualitas produk agar bisnis dapat bertahan.

Yuju_Foodbeverage merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yakni minuman susu kedelai. Saat ini untuk bertahan sebagai pebisnis harus memiliki sikap inovatif, kreatif, dan proaktif. Oleh karena itu *Yuju_Foodbeverage* menerapkan inovasi produk. Inovasi produk yang diterapkan *Yuju_Foodbeverage* ialah menginovasi varian rasa susu kedelai. Varian rasa yang dipilih *Yuju_Foodbeverage* merupakan varian kekinian yang banyak diminati konsumen terutama kalangan remaja. Susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* hingga saat ini menyediakan 7 varian rasa yakni rasa Original, Coklat, Strawberry, Taro, Greentea, Tiramisu, dan Cappucino. Dengan menginovasi produknya tersebut, diharapkan dapat mendongkrak tingkat permintaan konsumen, semakin banyak jumlah permintaan konsumen maka akan turut serta meningkatkan penjualan yang diharapkan. Maka dengan dilakukan inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* dapat menarik banyak konsumen sehingga menimbulkan peningkatan penjualan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya data sebagai berikut :

Tabel 1.1

DATA PENJUALAN SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE***TAHUN 2020 – 2022**

Tahun	Jumlah Penjualan
2020	11.680 Botol
2021	13.505 Botol
2022	16.425 Botol

Sumber : Penjualan Tahunan Susu Kedelai Yuju_Foodbeverage

Dari tabel data penjualan diatas dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Namun peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2022.

Pada tahun 2020 varian rasa yang tersedia hanya ada 4 rasa yakni rasa Original, Coklat, Strawberry, dan Taro. Pada tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan penjualan, pada tahun ini *Yuju_Foodbeverage* menginovasi dengan menambah satu varian rasa yakni rasa *Green Tea*. Jadi varian rasa yang tersedia pada tahun 2021 ada berjumlah 5 yaitu Original, Coklat, Strawberry, Taro, *Green Tea*. Sedangkan pada awal tahun 2022 ini pemilik usaha terus menginovasi produknya yaitu dengan menambah varian rasa yang semula hanya tersedia 5 varian rasa saja pada tahun ini bertambah menjadi 7 varian rasa diantaranya adalah varian tiramisu dan Cappucino. Jadi varian rasa yang tersedia pada tahun ini adalah yaitu Original, Coklat, Strawberry, Taro, *Green tea*, Tiramisu, dan

Cappucino. Dalam proses menambah varian rasa tersebut tidak dilakukan secara langsung akan tetapi dilakukan secara bertahap dalam setahun itu. Sehingga dengan dilakukannya inovasi produk tersebut dapat mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2022 tersebut.

Dalam bisnis tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga mengejar berkah. Bisnis tidak boleh melanggar hukum Islam dalam hal strategi, proses dan manajemen. Islam memiliki perangkat yaitu norma-norma agama dalam semua aspek kehidupan termasuk perdagangan dan niaga. Tren bisnis saat ini tidak mempertimbangkan masalah etika bisnis secara sosial dan Islami. Akibatnya, para pedagang seringkali memiliki kepentingan yang saling bertentangan dan saling mengalahkan untuk mendapatkan keuntungan besar. Oleh karena itu, para pebisnis harus memiliki etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW dan dengan menerapkan etika bisnis Islam transaksi tersebut dapat menjadi bernilai secara vertikal (manusia dengan Tuhan) dan secara horizontal (manusia dengan manusia) dan pada akhirnya mendatangkan keuntungan yang nyata.

Bisnis nyata adalah bisnis yang tidak melupakan etika sehingga berdampak positif bagi konsumen. Hal ini sangat penting untuk kelangsungan bisnis karena kesuksesan bisnis tergantung pada etika pengusaha dan terlebih lagi pengusaha muslim yang religius.

Memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam Rasulullah mencontohkan, para pedagang bisa mendapatkan makanan yang halal dan

semoga Allah SWT memberkahi mereka serta terwujudnya kesejahteraan yang hakiki. Oleh karena itu, prinsip-prinsip etika bisnis Islam memegang peranan penting dalam kehidupan para pebisnis muslim. Namun, realita saat ini banyak perubahan etika yang terjadi dalam bisnis. Misalnya, banyak pedagang yang melakukan riba, memperoleh keuntungan secara tidak langsung, mengurangi berat atau ukuran, melakukan penipuan dan penimbunan. Hal ini menunjukkan menurunnya kejujuran, etika, kekompakan dan tanggung jawab sehingga menimbulkan persaingan yang tidak sehat antar pedagang.¹⁰

Dampak yang dialami oleh *Yuju_Foodbeverage* setelah melakukan inovasi produk berupa menambah varian rasa pada susu kedelai dapat meningkatkannya penjualan susu kedelai. Dengan meningkatnya penjualan susu kedelai pada *Yuju_Foodbeverage* tersebut maka pendapatan yang didapat *Yuju_Foodbeverage* juga meningkat. Akan tetapi *Yuju_Foodbeverage* bertujuan tidak hanya mencari keuntungan saja akan tetapi juga mencari berkahnya. Pemilik usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* selalu memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Yang mana dalam berbisnis bukan hanya mencari keuntungan semata namun juga mencari keberkahan, selain itu juga memprioritaskan kepuasan konsumen.

Berdasarkan deskripsi masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Inovasi Produk Susu Kedelai

¹⁰ Ulviani, “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Warung Nasi Ustadz Heri Bu Sie Itek Bireun”, *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019), 5.

Yuju_Foodbeverage Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas dan untuk memfokuskan penelitian yang penulis laksanakan, maka rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses dan inovasi produk susu kedelai yang dilakukan oleh *Yuju_Foodbeverage* ?
2. Bagaimana dampak inovasi produk terhadap penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* ?

C. Tujuan Penelitian

Setelah rumusan masalah ditentukan, maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian tersebut ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis proses dan inovasi produk susu kedelai yang dilakukan oleh *Yuju_Foodbeverage*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak inovasi produk terhadap penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Harapan penulis dari hasil penelitian ini ialah dapat bertambahnya ilmu pengetahuan secara mendalam berkenaan dengan Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam serta dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk hipotesis bagi peneliti yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti ialah sebagai ajang untuk bertambahnya pengetahuan serta sumbangan saran, pemikiran dan informasi mengenai Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

b. Bagi Akademik

Adapun manfaat bagi akademik ialah untuk asset dokumentasi yang dapat dijadikan acuan proses pembelajaran mengenai Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Untuk membantu peneliti dalam pengerjaan penelitian ini, maka peneliti menggunakan telaah kajian atau literature pada penelitian terdahulu yang relevan dengan topik permasalahan, diantaranya adalah :

Skripsi oleh Nur Aziyah dengan judul “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk Gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota”. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat yang dilakukan oleh petani gambir di kabupaten Lima Puluh Kota Kota Payakumbuh adalah menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang mana dengan menginovasi produk gambir maka dapat meningkatkan nilai tambah produk tersebut.¹¹ Persamaan pada peneliti ini sama-sama membahas inovasi produk. Perbedaan pada peneliti ini adalah pada peningkatan penjualan sedangkan Nur Aziyah membahas tentang peningkatan nilai tambah produk.

Skripsi oleh Nadhiya Destari dengan judul “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sukabumi Jawa Barat”. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan Kue Nazka adalah selambat-lambatnya minimal 1 minggu sekali, lebih mengutamakan rasa dan lebih memvariasikan bentuk dan karakternya agar tetap menarik konsumen. Dari inovasi produk tersebut dapat

¹¹ Nur Aziyah, “Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk Gambir Di Kabupaten Lima Puluh Kota” *Skripsi*, (Bukittinggi, IAIN Bukittinggi, 2020).

meningkatkan kepuasan konsumen dengan dibuktikan bahwa konsumen membeli kue Nazka lebih dari 3 kali.¹² Persamaan pada peneliti ini sama-sama membahas inovasi produk. Perbedaan pada peneliti ini adalah pada peningkatan penjualan sedangkan Nadhiya membahas tentang meningkatkan kepuasan konsumen.

Skripsi oleh Ina Restiana dengan judul “Analisis Potensi Lokal dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus UMKM Kelompok Wanita Tani Melati Pekon Tribudi Syukur Kecamatan Kebun Tebu, Lampung Barat)”. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Indan Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kelompok Wanita Tani Melati melakukan inovasi pada beberapa produk dan proses produksi. Inovasi proses produksi pada beberapa produk diantaranya pencuncian kopi, pengeringan kopi, penyaringan atau *roasting*, kemasan atau *packing*. Sedangkan inovasi yang dilakukan pada gula aren adalah dengan inovasi perubahan bentuk gula aren dan kemasan atau *packing*. Dari inovasi yang dilakukan tersebut penjualan produk mengalami meningkat sehingga pendapatan dari usaha yang dilakukan juga bertambah.¹³ Persamaan pada peneliti ini sama-sama membahas inovasi produk. Perbedaan pada peneliti ini adalah pada

¹² Nadhiya Destari, “Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat”, *Skripsi*, (Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2020).

¹³ Ina Restiana, “Analisis Potensi Lokal Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kelompok Wanita Tani Melati Pekon Tribudi Syukur Kecamatan Kebun Tebu, Lampung Barat)”, *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020).

peningkatan penjualan sedangkan Nadhiya membahas tentang meningkatkan pendapatan.

Skripsi oleh Lia Ibniwasum dengan judul “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Sheren Hijab Bengkulu”. Skripsi Institut Agama Islam Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan pada Sheren Hijab ialah inovasi bahan kontemporer dan inovasi desain, ukuran/ bentuk. Serta dari penelitian tersebut dapat melihat adanya kemampuan pemilik usaha dalam membaca kebutuhan konsumen dan penawaran yang akan ditawarkan pada konsumen. dengan berbagai trik dilakukan agar peningkatana penjualan di dapatkan, peningkatan penjualan tersebut menjadi tujuan inovasi dilakukan oleh Sheren Hijab sehingga Sheren Hijab mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan interaksi antara perusahaan dan konsumen secara dinamis.¹⁴ Persamaan pada peneliti ini adalah sama-sama membahas inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada peneliti dilakukan di Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Magetan sedangkan Lia dilakukan pada Sheren Hijab Bengkulu. Dan pada peneliti membahas dalam perspektif etika bisnis islam sedangkan Lia tidak membahas dalam perspektif etika bisnis islam.

Skripsi oleh Tri Setia Utami dengan judul “Analisis Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan dimasa Covid-19 Menurut

¹⁴ Lia Ibniwasum, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu”, *Skripsi*, (Bengkulu: IAI Bengkulu, 2020).

Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Lens *Bakery* dan Oemar *Bakery*”. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi inovasi yang dilakukan oleh toko Lens *Bakery* dan Oemar *Bakery* seperti meningkatkan kualitas produk, mempercantik kemasan produk, menambah volume ukuran produk, mengkolaborasikan beberapa varian rasa, serta memperbanyak produk yang banyak diminati pasar seperti roti gandum dan roti kering.¹⁵ Persamaan pada peneliti ini adalah sama-sama membahas inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada peneliti dilakukan di Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Magetan sedangkan Tri Setia dilakukan pada Lens *Bakery* dan Oemar *Bakery*. Dan pada peneliti membahas dalam perspektif etika bisnis islam sedangkan Lia membahas dalam perspektif ekonomi islam.

Skripsi oleh Mahmudah Anis Solihah dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi Kasus pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal)”. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan UMKM Syrup Jahe 33 ialah meliputi pengembangan produk, melakukan perbaikan *packaging*

¹⁵ Tri Setya Utami, “Analisis Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Dimasa Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Lens Bakery Dan Oemar Bakery), *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2022).”

dan melakukan digitalisasi.¹⁶ Persamaan pada peniliti ini adalah sama-sama membahas inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada peneliti dilakukan di Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Magetan sedangkan Mahmudah dilakukan pada UMKM Syrup Jahe 33 Kendal dan membahas strategi pemasaran. Dan pada peneliti membahas dalam perspektif etika bisnis islam sedangkan Mahmudah tidak membahas dalam perspektif etika bisnis islam.

Skripsi oleh Agung Bhakti dengan judul “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan di Percetakan Sakila Jember”. Skripsi Universitas Jember. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang digunakan pada percetakan sakila Jember adalah inovasi mendasar yang dilakukan pada pengembangan varian produk. Awalnya produk lama terlalu banyak kelemahan baik dari kualitas, ketahanan, pilihan warna serta prosesnya. Penyampaian pada konsumen dilakukan dengan pemberian contoh secara langsung terhadap konsumen. Inovasi desain atau tampilan produk menarik. Inovasi dilakukan dengan menyediakan ukuran yang lebih sesuai dari ukuran sebelumnya. Dari penggalan ide, penentuan, dan pengambilan keputusan tentang ide inovasi produk tersebut sehingga percetakan sakila Jember mampu meningkatkan volume penjualan dan dapat mempertahankan interaksi antara perusahaan

¹⁶ Mahmudah Anis Solihah, “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal”, *Skripsi*, (Semarang: UIN Walisongo, 2021).

dengan pelanggan secara dinamis.¹⁷ Persamaan pada peniliti ini adalah sama-sama membahas inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan terletak pada objek penelitian, pada peniliti dilakukan di Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Magetan sedangkan Agung dilakukan pada percetakan sakila Jember. Dan pada peniliti membahas dalam perspektif etika bisnis islam sedangkan Agung tidak membahas dalam perspektif etika bisnis islam.

Skripsi oleh Siti Daimatus Sholehah dengan judul “Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Penjahit Pakaian di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”. Skripsi Universitas Isl;am Negeri Kiai Haji Acjmad Siddiq Jember Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk pada usaha penjahit pakaian, dalam melakukan inovasi produknya harus memperhatikan bagaimana konsumen merasa nyaman dalam pelayanan dan busa memenuhi setiap keinginan dari konsumennya. Dengan beberapa indicator dari inovasi produk pakaian yaitu kualitas produk, fitur atau varian produk dan desainatau rancangan produk. Pemilik usaha jahit tersebut sudah melakukan inovasi produk pakaian mereka dengan baik serta mengikuti pada perkembangan zaman.¹⁸ Persamaan pada peniliti ini sama-sama membahas inovasi produk. Perbedaan pada peniliti

¹⁷ Agung Bhakti, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Percetakan Sakila Jember”, *Skripsi*, (Jember: Universitas Jember, 2016).

¹⁸ Siti Daimatus Sholehah, “Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”, *Skripsi*, (Bengkulu: Kiai Haji Acjmad Siddiq, 2022).

ini adalah pada peningkatan penjualan sedangkan Daimatus membahas tentang keunggulan bersaing.

Penelitian oleh Victor Ringhard Pattipeilohy dengan judul “Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran studi pada usaha nasi kuning di kelurahan batu meja kota ambon”. Jurnal Maneksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang tercermin melalui pengembangan produk dengan penyediaan lauk dan sayuran dalam berbagai jenis dan rasa mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui peningkatan jumlah penjualan nasi kuning. Keunggulan bersaing yang tercermin melalui kondisi keuangan yang baik dan kualitas rasa produk yang lebih unggul mampu meningkatkan penjualan nasi kuning atau kinerja pemasaran usaha nasi kuning.¹⁹ Persamaan pada peneliti ini sama-sama membahas inovasi produk. Perbedaan pada peneliti ini adalah pada peningkatan penjualan sedangkan Victor membahas tentang keunggulan bersaing serta pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian.

¹⁹ Victor Ringhard Pattipeilohy, Op. Cit.,

Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan jenis penelitian (*Field Research*). Penelitian lapangan atau *field research* adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan. Dengan pengertian diatas peneliti akan mencari data di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Lokasi/ Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Lokasi penelitian ini dilakukan pada usaha Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* yang beralamat di Desa Kenongomulyo Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan. Alasan yang mendorong peneliti melakukan penelitian pada usaha ini adalah dari banyaknya usaha susu kedelai, namun susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* yang menarik untuk diteliti karena adanya inovasi produk varian rasa pada susu kedelai yang begitu beragam. Dan peneliti ingin mengetahui proses dan inovasi produk susu kedelai yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* serta dampak inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terhadap penjualan. Dari hal-hal yang menarik pada susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*, akhirnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait susu kedelai di *Yuju_Foodbeverage*.

3. Data dan Sumber Data

Untuk kelengkapan dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti harus mencari informasi dan data beserta sumbernya. Data dimaksudkan untuk informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian.²⁰ Dalam hal ini sumber data mengacu pada semua yang diberikan informan berupa informasi untuk menjawab pertanyaan peneliti.²¹ Jenis dan sumber data yang diambil peneliti dalam penelitian ini diantaranya adalah :

- a. Data terkait proses dan inovasi produk susu kedelai yang dilakukan oleh *Yuju_Foodbeverage*.
- b. Data terkait dampak inovasi produk terhadap penjualan susu kedelai pada *Yuju_Foodbeverage*.

Sumber data merupakan sumber data penelitian tempat dari data penelitian yang diambil. Sumber data dalam penelitian ini merupakan subjek dari mana data tersebut diperoleh atau segala keterangan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas. Sumber data dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat, dan sebagainya.²² Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu dari pemilik usaha dan karyawan susu kedelai

²⁰ H.M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 123.

²¹ Mukhlis Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), 9.

²² Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 28.

Yuju_Foodbeverage Desa Kenongomulyo Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pengumpulan data-data yang dibutuhkan dari penelitian lapangan. Adapun pengumpulan data tersebut dilakukan melalui teknik sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi ialah proses untuk melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang timbul pada objek penelitian. Dari pengertian tersebut peneliti melakukan observasi secara sengaja dengan harapan dapat mengamati permasalahan yang timbul dengan sesungguhnya serta dapat mencatat yang dianggap perlu untuk diteliti pada susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

b. Wawancara

Wawancara ialah proses pengumpulan suatu informasi dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan juga atau proses mencari informasi dan sumber informasi secara tatap muka atau kontak langsung dengan informan yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat. Peneliti melakukan proses wawancara dengan pemilik usaha dan karyawan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Wawancara yang

dilakukan sifatnya terbuka dimana narasumber mengetahui jika mereka sebagai responden dalam wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah suatu proses yang bertujuan untuk memperoleh suatu data secara langsung dari tempat yang diteliti. Dalam hal ini peneliti melakukan studi dokumentasi untuk memperoleh catatan peristiwa yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah diperoleh dari penulis baik dari lapangan maupun kepustakaan kemudian diolah secara interaktif melalui tiga tahapan yang meliputi proses data *reduction*, proses data *display*, serta proses data *verivication*.²³ Adapun penjabarannya ialah sebagai berikut :

a. Pembahasan (*reduction*)

Dimana peneliti akan melakukan pemilihan data-data yang sesuai yang diperoleh dari *Yuju_foodbeverage* lalu diertakan dengan permasalahan yang terjadi.

b. Pemaparan data (*Display*)

Pemaparan data dengan mengelompokkan data-data hasil penelitian di *Yuju_foodbeverage*.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 294.

c. Pemeriksaan (*verivication*)

Setelah itu peneliti melakukan pemeriksaan dari tahapan-tahapan diatas.

6. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini data dijabarkan dan dianalisis sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan data kebenaran-kebenaran yang dipakai untuk menjawab persoalan yang ada dalam penelitian. Adapun metode yang diajukan untuk mengelola data kualitatif adalah dengan menggunakan penalaran deduktif.

Penalaran deduktif ialah penarikan kesimpulan dari keadaan umum ke dalam keadaan yang khusus untuk mencapai penalaran atau kesimpulan yang lebih sempit dan logis. Data hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi dari *Yuju_foodbeverage* yang telah dipilah kemudian dianalisis dan difahami serta disesuaikan dengan teori yang ada. Kemudian dari pemaparan teori yang luas tersebut ditarik kesimpulan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan menjadi sempit.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan data terdiri dari uji kredibilitas data (validitas internal), uji depenabilitas (reliabilitas) data, uji transferabilitas (validitas eksternal/ generalisasi), serta uji konfirmabilitas (obyektivitas). Namun yang paling utama adalah uji kredibilitas data. Adapun uji kreditabilitas data itu dilaksanakan dengan cara

perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, membercheck, dan analisis kasus negatif.²⁴ Adapun tekniknya dalam pengecekan keabsahan data yang digunakan peneliti, adalah menggunakan teknik triangulasi yang meliputi :

- a. Peneliti mengajukan berbagai macam pertanyaan.
- b. Peneliti melakukan pengecekan dengan berbagai sumber data.
- c. Peneliti membandingkan data hasil dari pengamatan dengan data yang diperoleh dari wawancara.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan hasil penelitian, penulis akan membagi dalam lima bab yang digambarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan gambaran umum mengenai pola pemikiran bagi keseluruhan isi skripsi, yang mana meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data), dan sistematika pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.

²⁴ Ibid.,

BAB II TEORI INOVASI PRODUK DAN ETIKA BISNIS ISLAM

Pada bab ini menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam laporan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang dibahas dalam penelitian ini terkait dengan teori Inovasi Produk dan Etika Bisnis Islam.

BAB III PROFIL USAHA SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE*

Bab ini berisi mengenai gambaran umum pada usaha Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* dan data tentang kondisi perusahaan pada usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

BAB IV INOVASI PRODUK SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE* UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM.

Pada bab ini peneliti melakukan proses penafsiran data menggunakan teori dalam rangka menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Pada bab ini memuat hasil penelitian yang berisi tentang inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk peningkatan penjualan dalam perspektif etika bisnis islam.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan saran yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian.



BAB II

TEORI INOVASI PRODUK DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Inovasi Produk

1. Definisi Inovasi Produk

Inovasi Produk Menurut Kamus Bisnis, tidak hanya pengembangan produk, tetapi inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, restrukturisasi/ mengkonsep ulang untuk meningkatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kotler dan Keller menyatakan bahwa inovasi produk mengacu pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau yang dikembangkan, sukses secara komersial, yang dapat berupa perubahan dalam desain produk, komponen dan arsitektur. Menurut Sukarmen, inovasi produk adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai pengembangan produk fungsional yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Menurut Nasution, inovasi produk adalah produk atau jasa baru yang dipasarkan. Inovasi produk disajikan sebagai produk baru, seri produk baru, penambahan seri produk baru yang sudah ada, penyempurnaan dan revisi produk yang sudah ada, redefinisi (penentuan kembali) dan pengurangan biaya.¹

Inovasi produk itu tidak hanya dilakukan pada barang yang *tangible*

¹ Hapsawati Taan, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo", *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 6, Nomor 2, (2017), 149.

(nyata) akan tetapi inovasi dapat dilakukan pada barang yang *intangible* (tidak nyata) misalnya jasa.

Crawford dan De Benedetto menjelaskan bahwa inovasi produk adalah inovasi yang digunakan di semua area perusahaan di mana produk baru dikembangkan dan dipasarkan, termasuk inovasi di semua proses fungsional/kegunaannya. Inovasi produk adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai pengembangan produk fungsional yang dapat membuat produk selangkah lebih maju dibandingkan produk pesaing. produk itu memiliki keunggulan, memiliki nilai tambah bagi konsumen.²

Hurley & Hult menjelaskan bahwa Inovasi produk mengacu pada produk atau layanan baru yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi produk merupakan salah satu efek dari perubahan teknologi yang cepat dan berbagai macam produk yang menentukan efektivitas suatu organisasi.³

Menurut Crawford & De Benedetto inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya. Menurut Galbraith dan Schon

² Luh Komang Candra Dewi, dkk. *Entrepreneurial Marketing :Customer Relationship Marketing, Inovasi Produk, dan Daya Saing UKM*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 52.

³ Iin Rosini, *Sistem Pengendalian Manajemen Berorientasi Keberlanjutan*, (Indramayu: Adab, 2020), 46.

inovasi produk adalah proses dari penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.⁴

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk ialah suatu langkah perusahaan untuk menciptakan suatu produk itu memiliki keunggulan tersendiri atau produk tersebut memiliki ke khasan dari produk pesaing. Atau dapat dikatakan inovasi produk ialah langkah perusahaan dalam memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan suatu produk dari perusahaan tersebut.

2. Tujuan Inovasi Produk

Menurut Tjiptono, tujuan yang ingin dicapai oleh inovasi produk misalnya :

- a. Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi sebagai innovator yaitu menawarkan produk lebih baru dari yang sekarang (strategi serangan).
- b. Untuk mendukung persaingan dibandingkan dengan saat ini, yaitu menawarkan produk yang dapat memberikan kepuasan tersebut.⁵

3. Jenis-Jenis Inovasi

Secara garis besar, klarifikasi inovasi dapat dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

- a. Inovasi produk, yaitu. Inovasi dalam bentuk produk, jasa atau ide yang diterima sebagai sesuatu yang baru.

⁴ Agung Bhakti, Op. Cit, 17.

⁵ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), 439.

- b. Inovasi proses, adaptasi dari lini produksi yang ada, pengenalan teknologi baru, biasanya pembentukan kreativitas dalam pengenalan produk baru.
- c. Inovasi organisasi, yaitu. perubahan tata kelola, koordinasi dan pemeriksaan sistem organisasi, administrasi, manajemen dan kebijakan organisasi
- d. Inovasi pasar, yaitu Penggunaan ruang pasar dan akses pasar, segmen pasar baru di pasar yang sudah ada.⁶

4. Ciri-Ciri Inovasi

- a. Ada kekhususan/spesifisitas, artinya inovasi mempunyai ciri khas ide, program, pengaturan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
- b. Memiliki ciri-ciri atau unsur kebaruan dalam arti inovasi harus memiliki ciri-ciri suatu karya dan hasil suatu gagasan yang memiliki orisinalitas atau kebaruan.
- c. Program inovasi dilaksanakan melalui program terencana dalam arti inovasi dilaksanakan dalam proses yang tidak terburu-buru tetapi kegiatan inovasi dipersiapkan secara matang terlebih dahulu dengan program yang jelas dan terencana.
- d. Inovasi yang diperkenalkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilaksanakan harus memiliki pedoman untuk mencapainya, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.⁷

⁶ Endah Rahayu Lestari, *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Malang: UB Press, 2019), 18–19.

5. Tahapan dalam Proses Inovasi

Agar perusahaan berhasil dalam menginovasi produk, perusahaan harus memperhatikan proses implementasi. Menurut Philip Kotler, proses inovasi dapat dibagi menjadi delapan proses, yaitu:

a. Proses Penciptaan Gagasan (*Idea Generation*)

Proses penciptaan gagasan bertujuan untuk mencapai banyak hal ide. Sumber ide ini bisa berasal dari pelanggan, peneliti, pesaing, vendor, wiraniaga, dan manajemen senior. Pada fase ini, manajemen harus menentukan dan menetapkan kelompok produk dan pasar mana yang akan diperiksa. Oleh karena itu, tujuan dan upaya produk baru harus jelas sebelumnya diperlukan untuk pengembangan produk.

b. Proses penyaringan ide

Penyaringan ide ini terutama ditujukan untuk memeriksa dan membuang ide buruk sedini mungkin. Ada dua jenis kesalahan yang harus dihindari pada tahap ini:

1) kesalahan jatuh

Jenis kesalahan ini terjadi ketika sebuah perusahaan ternyata membuang ide yang sebenarnya bagus.

2) Kesalahan pergi tetap ada.

⁷ Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan : Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*, (Bandung: Humaniora Utama Press, 2016), 30–33.

Jenis kesalahan ini terjadi ketika sebuah perusahaan ternyata membawa ide buruk ke fase pengembangan dan akhirnya ke fase komersial.

c. Proses pengembangan dan pengujian konsep

Setelah melewati tahap pemeriksaan ide produk tertentu yang akan dijual di pasar, beberapa konsep produk dikembangkan darinya. Konsep produk yang ditemukan masih memerlukan *positioning* yang jelas, agar diferensiasi terwujud pada level persaingan, dalam hal ini bersaing. Selain itu, konsep tersebut diuji dengan sekelompok konsumen yaitu konsumen diberikan penjelasan rinci tentang setiap konsep dan diminta untuk menjawab pertanyaan tentang konsep tersebut sebelumnya. Berdasarkan jawaban responden, diambil sampel agar produsen dapat menilai konsep mana yang paling menarik dan cukup kuat.

d. Proses Pengembangan Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy Development*)

Pada tahap ini, product manager baru menyusun konsep untuk memulai strategi pemasaran untuk kemudian meluncurkan produk. Strategi ini mencakup tiga komponen utama, yaitu:

- 1) Rencana penempatan produk, hasil penjualan, pangsa pasar dan target laba beberapa tahun ke depan.
- 2) Informasi tentang harga produk, saluran penjualan dan anggaran pemasaran di tahun pertama.

3) Tujuan jangka panjang dalam penjualan, laba, dan strategi bauran pemasaran.

e. Proses Analisa Bisnis (*Business Analysis*)

Pada tahap ini, manajer bisnis harus memperkirakan jumlah penjualan, jumlah penjualan pertama, jumlah penjualan pengganti, jumlah penjualan kembali, serta biaya dan keuntungan.

f. Proses Pengembangan Produk

Pada tahap ini, jika terbukti menguntungkan dari perspektif komersial untuk dilanjutkan, konsep produk bergerak ke tahap desain, yang dikembangkan secara fisik dalam produksi. Pada bagian R&D dikembangkan beberapa versi fisik dari konsep produk yang diharapkan dapat menghasilkan prototipe yang memenuhi persyaratan.

g. Proses Uji Pasar (*Market Test*)

Tujuan utama pengujian pasar adalah untuk mempelajari tanggapan konsumen dan pengecer terhadap masalah penggunaan, penggunaan, dan pembelian produk yang sebenarnya, dan untuk memperkirakan ukuran pasar yang sebenarnya. Seberapa luas pasar harus dipertahankan tergantung pada dua aspek Biaya dan risiko investasi, di sisi lain, adalah waktu dan biaya penelitian yang terbatas.

h. Proses Komersialisasi

Tahap komersialisasi diharapkan dapat memberikan informasi yang cukup untuk pengambilan keputusan selanjutnya yaitu pemasaran massal produk atau penghentian produk. Jika diputuskan untuk memasuki tahap komersial, biaya investasi dan pemasaran yang tinggi akan dibebankan kepada perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti waktu yang tepat untuk memasuki pasar, tempat peluncuran produk baru, pemasaran pasar yang direncanakan, dan prospek pasar sasaran.⁸

B. Etika Bisnis Islam

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika adalah nilai-nilai moral atau akhlak yang tertanam dalam diri pribadi setiap makhluk ciptaan Allah SWT (manusia). Bisnis adalah usaha yang dilakukan manusia dengan harapan nantinya akan mendapatkan keuntungan. Keuntungan dalam setiap bisnis yang dijalankan tentunya memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan, kemajuan ekonomi secara umumnya. Karena tujuan bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan maka perlu memperhatikan etika bisnis Islam dalam berbisnis agar tidak mendapatkan keuntungan semata namun mendapatkan berkahnya atau dapat berbisnis sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), 10-12.

Jadi etika bisnis islam adalah penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak keluar dari perilaku moral atau norma-norma ajaran islam dalam menjalankan bisnis islam.⁹ Etika bisnis islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada al-Quran dan Hadits. Etika bisnis islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi.

Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pelaku bisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.¹⁰

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah aturan yang dijadikan pedoman dalam menjalankan usaha yang tujuan agar tidak menyimpang dari ajaran islam atau sesuai

⁹ Iwan Aprianto, *dkk. Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4–7.

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 40.

dengan al-Quran dan Hadits serta sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam.

2. Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi bisnis intinya mempersiapkan segala produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta mendesain sesuatu yang bersifat biasa saja atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar. Dalam konteks berbisnis secara islami harus mengedepankan etika bisnis islam “akhlak” karena khlak adalah modal utama. Fungsi khusus dari etika bisnis islam itu sendiri terdiri dari beberapa komponen meliputi :

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spirualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis

yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunah.¹¹

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Kesuksesan yang diraih oleh orang yang bekerja itu bukan hanya kesuksesan di dunia saja akan tetapi kesuksesan di akhirat. Pekerjaan apapun memiliki dampak yang sangat besar bagi seseorang, baik dampak positif maupun dampak negative. Manusia harus bertanggung jawab dan menanggung segala akibat perbuatan transaksinya selama di dunia ini di kemudian di akhirat atau dikenal dengan *yaumul hisab*. Prinsip etika bisnis islam hadir sebagai bentuk antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis.

Prinsip-prinsip etika bisnis mengacu pada apa yang boleh dan tidak boleh, apa yang baik dan tidak baik dalam berbisnis yang bersifat normative. Prinsip dalam Etika bisnis islam adalah perbuatan/ perilaku yang mengutamakan komitmen dalam melakukan bisnis. Untuk mencapai keberkahan dalam berbisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam islam, antara lain ialah :

a. Jujur dalam takaran

Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Dasar untuk membangun dan

¹¹ *Ibid*, 7–8.

mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.

b. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu kesalahan etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam bisnis. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Lebih jauh lagi mencari keuntungan dengan menyembunyikan kualitas sama saja dengan bersikap tidak adil. Bahkan secara tidak langsung mencekik pembeli. Penindasan merupakan sisi negative bagi keadilan yang sangat bertentangan dengan jaran islam atau berbuat kezaliman dan orang-orang yang berbuat dzalim tidak akan pernah mendapatkan keuntungan.

Sikap penindasan tersebut dapat menghilangkan sumber keberkahan karena merugikan orang lain atau menipu orang lain yang didalamnya terjadi hal-hal yang tidak dibenarkan dalam ajaran islam. Perusahaan harus menginformasikan pasar tentang fakta, produk yang diproduksi dan dipasarkan harus benar-benar mencerminkan produk yang sebenarnya tidak ada manipulasi.

c. Dilarang menggunakan sumpah

Orang terlalu mudah untuk menggunakan kata-kata sumpah untuk meyakinkan pembeli bahwa barang mereka benar-benar

berkualitas dengan harapan orang akan membelinya. Dalam islam perbuatan seperti itu tidak dibenarkan karena juga menghilangkan berkah.

d. Longgar dan bermurah hati

Dalam hal ini, penjual diharapkan untuk bersikap baik dan murah hati kepada setiap pembeli. Bukankah senyum penjual kepada pembeli semacam ungkapan sikap ramah, menyejukkan hati, membuat pembeli merasa senang. Bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan perkembangan perusahaan di masa depan. Sebaliknya jika penjual tidak ramah, apalagi kasar, saat melayani pembeli, dia akan kabur dalam artian tidak mau kembali. Oleh karena itu, dalam hal ini penjual diharapkan untuk bersikap baik dan murah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini penjual mendapat berkah dari penjualannya dan diminati oleh pembeli.

e. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan baik dengan semua orang terutama sesama pedagang. Dengan memahami filosofi bisnis Jepang bahwa yang penting tidak hanya mencari keuntungan materi antara penjual dan pembeli, tetapi dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk menjaga hubungan kerjasama yang dibangun atas dasar persahabatan. Menurut ajaran Islam dengan Silaturahmi

akan mencapai hikmah yang dijanjikan, yaitu bertambah rezeki dan diperpanjang umur orang yang melakukannya. Dengan demikian maka dapat memperpanjang umur perusahaan dalam arti tetap sejalan dengan semua harapan serta dapat berkembang.

f. Tertib administrasi

Dalam dunia usaha, praktik pinjam-meminjam sudah terjadi secara normal. Al-Quran mengajarkan perlunya mengelola utang ini agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi.

g. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan dapat mengandung penipuan. Itulah sebabnya harga yang terbuka dan wajar memiliki prioritas tinggi dalam Islam agar tidak terjerumus ke dalam riba. Meski dunia usaha tetap ingin mendapat untung, hak pembeli harus dihormati. Dengan menetapkan harga terbuka, maka konsumen mengetahui berapa harga produk, sehingga tidak akan tertipu oleh bisnis.¹²

¹² Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, 34–39.

BAB III

PROFIL USAHA SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE*

A. Gambaran Umum Usaha Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

1. Sejarah Usaha Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Home Industry Yuju_Foodbeverage milik Ibu Mirawati berdiri sejak tahun 2019. Berawal usaha ini dirintis secara tidak sengaja dan dari sebuah tekad untuk menyetujui sebuah penawaran oleh salah satu konsumen yang mencari rekomendasi menu kuliner yang menunjang nilai gizi dan manfaat bagi kesehatan. Kebetulan menu yang dicarinya adalah minuman. Dari situlah awal penemuan menu yang tepat, hingga sekarang menjadi usaha yang ditekuninya yaitu susu kedelai. Susu kedelai yang dianggap menu minuman yang tepat ini karena, memang bahan baku dari susu kedelai itu sendiri memiliki kandungan gizi yang tinggi, kaya manfaat, dan sangat bagus untuk kesehatan terutama bagi anak/ orang yang masih dalam masa pertumbuhan dan pengembangan otak.

Bagi kesehatan susu kedelai hadir sebagai alternative bagi yang memiliki intoleransi laktosa. Susu kedelai tidak kalah manfaatnya dengan susu sapi, yang mana susu kedelai memiliki nilai protein nabati tinggi, yang dapat menggantikan protein hewani bagi sebagian orang yang alergi dengan protein hewani. Susu kedelai yang semakin kesini

bisa jadi menu kekinian karena pemilik berinovasi dengan berbagai varian yang ditawarkan kepada konsumen, yang bisa menarik konsumen-konsumen baru. Dari berbagai varian yang telah diaplikasikan banyak konsumen semakin menyukainya, dan kini penikmat susu kedelai semakin banyak.

Untuk menambah daya tarik konsumen, selain menginovasi varian rasa pemilik usaha berinisiatif mempercantik tampilan kemasan dengan cara memberikan stiker. Pemberian stiker ini selain bertujuan untuk mempercantik tampilan, juga sebagai pengenalan identitas dan informasi yang mana bertujuan agar produk semakin dikenal, menunjukkan mutu, serta kualitas produk. Berawal dari pemberian stiker inilah pemilik mulai memikirkan nama yang tepat untuk usahanya.

Di masa itu budaya dan kuliner Korea yang marak di kalangan remaja, nama Yuju dipilihnya. Yuju adalah salah satu *Girl Friend* Korea yang masa itu mempunyai transenter sendiri yang digemari para remaja. Nama ini di pilih dengan harapan dapat membawa hoki bagi pemiliknya, karena sebagian besar penikmatnya adalah para remaja. Yuju sendiri memiliki arti pengusaha yang berani dan tidak takut mengambil resiko. Pada akhirnya usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* hingga kini menjadi minuman favorit semua

kalangan, dan mampu bersaing dengan usaha sejenis sehingga mengalami peningkatan.¹

2. Portofolio Usaha

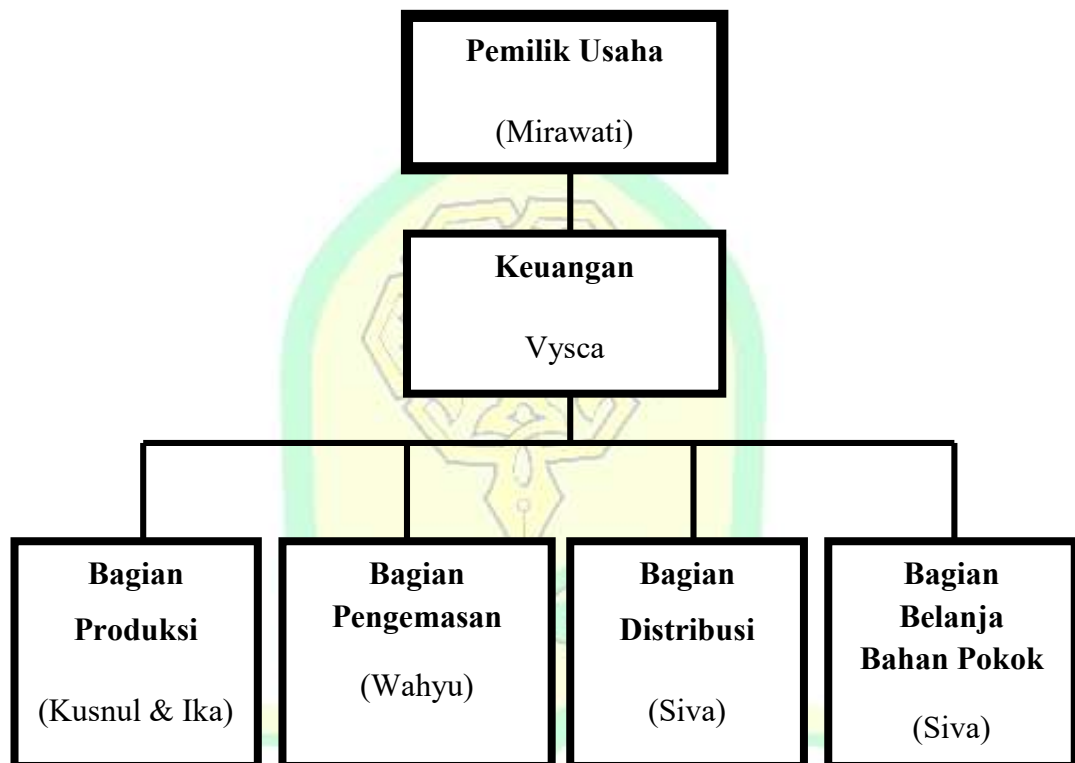
Pada usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* ini menawarkan beberapa varian rasa susu kedelai sebanyak 7 macam varian rasa yaitu Original, Coklat, Strawberry, Taro, Green Tea, Tiramisu, dan Cappuccino. Usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* ini menawarkan harga ecer dan harga paket bundling. Untuk harga ecer yaitu Rp. 11.000/ botol dan untuk harga paket bundling yaitu paket bundling 1 Rp. 74.000/ 7 botol, paket bundling 2 Rp. 104.000/ 10 botol, dan paket bundling 3 Rp. 123.500/ 12 botol. Maka dengan memberikan harga bundling tersebut banyak di minati konsumen karena harganya lebih murah daripada harga ecer.

Kemasan atau botol yang digunakan *Yuju_Foodbeverage* ini adalah botol dengan tipe cantik ukuran 600ml. Serta diberikan stiker pada botol tersebut sehingga dapat menarik minat konsumen. Seiring bertambahnya permintaan konsumen serta perkembangan zaman memenuhi kebutuhan konsumen sangatlah penting sehingga usaha ini nantinya juga akan menambah berbagai varian rasa. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena banyaknya pesaing di bidang kuliner mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap pemilik usaha memiliki kelebihan masing-masing, yang mengarah

¹ Mirawati, *Wawancara*, 27 Februari 2023.

pada fakta bahwa persaingan di setiap usaha harus berhati-hati dalam menawarkan layanan kepada konsumen.²

3. Struktur Organisasi



² Ibid.

4. Job Deskripsi

a. Pemilik Usaha

- 1) Memimpin, mengatur, dan mengambil keputusan penting dalam rangka kemajuan usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.
- 2) Mengawasi serta mengontrol terhadap kinerja karyawan dalam menjalankan tugasnya.
- 3) Menentukan kebijakan-kebijakan untuk ditaati oleh semua karyawan.
- 4) Mengembangkan rencana jangka panjang dalam usahanya untuk meningkatkan penjualan dan laba.

b. Keuangan

- 1) Mengamati, mengatur, dan mengelola semua keuangan mulai dari pemasukan hingga pengeluaran pada Usaha Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*.
- 2) Membuat laporan keuangan bulanan.

c. Karyawan Bagian Produksi

- 1) Memproduksi produk susu kedelai mulai dari bahan baku menjadi bahan matang sesuai dengan pesanan yang diterima.
- 2) Bertanggung jawab untuk menjaga kualitas produknya.
- 3) Memberikan laporan produksi kepada pimpinan.

d. Karyawan Bagian Pengemasan

- 1) Melakukan penyaringan terakhir setelah susu kedelai dingin.
- 2) Memporsi susu kedelai ke dalam botol sesuai dengan list orderan.
- 3) Memberi label/ stiker pada botol.
- 4) Mengelompokkan susu kedelai sesuai dengan nama pemesan/ lokasi yang searah agar tim bagian distribusi mudah untuk proses pendistribusian.

e. Karyawan Bagian Distribusi

- 1) Menyalurkan barang dari produsen ke konsumen
- 2) Melakukan pengembangan dan penyebaran komunikasi mengenai penawaran produk.

f. Karyawan Bagian Belanja Bahan Pokok

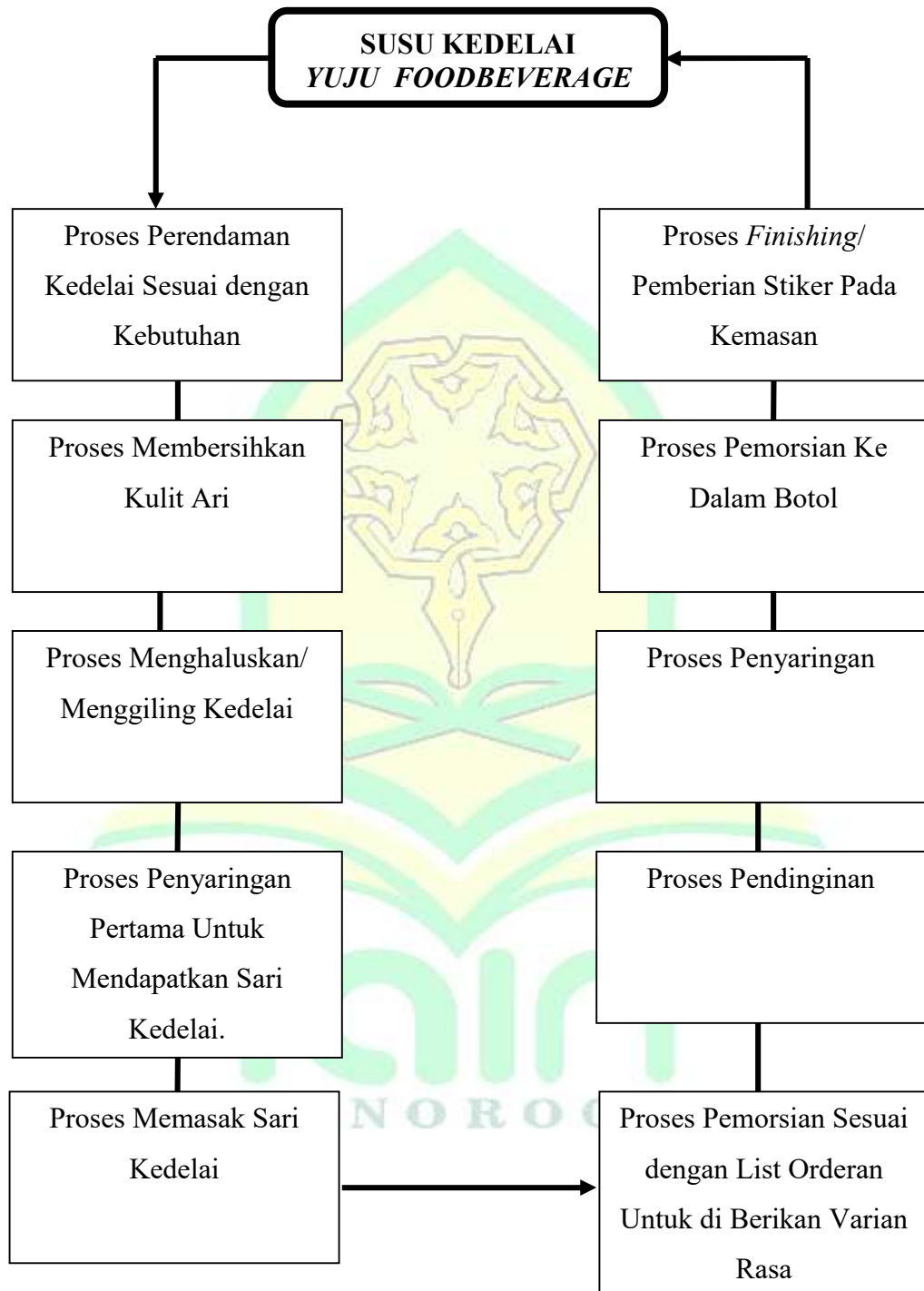
- 1) Belanja bahan pokok/ kebutuhan sesuai dengan orderan dari pemilik/ karyawan *Yuju_Foodbeverage*.³

5. Mekanisme Produksi dan Distribusi

Susu kedelai merupakan minuman yang terbuat dari sari kedelai. Adapun mekanisme produksi dan distribusi yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* adalah sebagai berikut:

³ *Ibid.*

a. Mekanisme Produksi



b. Mekanisme Distribusi

Dalam proses penyaluran produk/ distribusi yaitu dengan cara *cash*. Yaitu karyawan bagian distribusi mengantarkan pesanan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* secara langsung ke konsumen, COD, dan ada sebagian yang datang langsung ke rumah produksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.⁴

B. Gambaran Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Pada bab ini membahas gambaran secara umum tentang Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, meliputi proses inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*, dampak inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terhadap penjualan, dan tinjauan etika bisnis islam terhadap inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

1. Proses Inovasi Produk Susu Kedelai Yang Dilakukan Oleh *Yuju_Foodbeverage*

Dalam inovasi produk terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan. Tahap-tahap inovasi produk antara lain yaitu penciptaan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan penyajian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. Untuk mengetahui tahapan-tahapan inovasi tersebut maka dilakukan wawancara dengan

⁴ *Ibid.*

beberapa narasumber yaitu pemilik usaha dan karyawan *Yuju_Foodbeverage*.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Mirawati selaku pemilik usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui langkah awal yang dilakukan untuk menginovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara berikut :

“Awalnya saya terinspirasi dari minuman *Thai Tea* yang mana minuman tersebut menyajikan banyak varian rasa seperti taro, green tea, dan lain sebagainya. Peminat dari minuman tersebut lumayan banyak. Dari situ muncul ide untuk mengaplikasikan varian-varian tersebut ke dalam susu kedelai.”⁵

Selanjutnya dilakukan wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui langkah awal yang dilakukan untuk menginovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara berikut :

“Dengan membaca peluang yang ada lalu kami menyampaikan ide tersebut untuk nanti di pilah agar mendapatkan ide yang tepat.”⁶

Selanjutnya dilakukan wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui langkah awal yang dilakukan untuk menginovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara berikut :

⁵ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

⁶ Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

“Langkah awal inovasi yang kami lakukan adalah membaca keinginan pasar, lalu menyampaikan ide untuk dipilih agar menemukan ide yang tepat.”⁷

Berdasarkan berbagai hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa tahap awal yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* untuk menginovasi produk adalah dengan membaca keinginan pasar, mencari/ menyampaikan ide, lalu memilih ide yang tepat untuk direalisasikan.

Selanjutnya wawancara dengan Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui tahap selanjutnya setelah mendapatkan ide yang tepat. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Setelah mendapatkan ide yang tepat tersebut lalu kami merinci modal, merinci harga jual, sampai merinci keuntungan. Setelah dilakukan semuanya kami proses membuat produk dari ide tersebut.”⁸

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui tahap selanjutnya setelah mendapatkan ide yang tepat. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Setelah mendapatkan ide yang tepat tersebut kami modal untuk proses realisasi produk.”⁹

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui tahap selanjutnya setelah mendapatkan ide yang tepat. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Ketika ide yang tepat telah ditemukan maka kami lakukan perincian modal yang dibutuhkan untuk merealisasikan ide tersebut.”¹⁰

⁷ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

⁸ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

⁹ Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

¹⁰ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

Berdasarkan berbagai hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan tahap selanjutnya setelah mendapatkan ide yang tepat adalah dengan mengembangkan ide tersebut dan melakukan perincian permodalan.

Selanjutnya wawancara dengan Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* setelah menginovasi produknya. Dijelaskan dalam kutipan wawancara

“Kami memasarkannya dengan memberikan harga promo. Yang mana harga normal nya Rp 11.000/ botol kami memasarkan dengan harga Rp 10.000/ botol dan dalam sehari kami hanya memberikan kuota 10 botol saja.”¹¹

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* setelah menginovasi produknya. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Dengan memasarkan produk hasil penuangan ide dengan memberikan harga promo, serta meminta penilaian dari konsumen terhadap produk yang telah dibeli tersebut. Jika penilaian dari konsumen memuaskan maka produk layak untuk dipasarkan dan jika ada penilaian yang kurang memuaskan maka kami akan membenahinya.”¹²

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* setelah menginovasi produknya. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Uji pasar kami lakukan dengan memberikan diskon dari produk hasil inovasi tadi kepada konsumen.”¹³

¹¹ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

¹² Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

¹³ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

Berdasarkan berbagai hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* setelah menginovasi produknya adalah dengan memasarkan dan memberikan harga promo kepada konsumen serta meminta penilaian kepada konsumen terhadap produk tersebut.

Selanjutnya wawancara dengan Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan *Yuju_Foodbeverage* dalam memperkenalkan produk susu kedelai. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Tidak mbak, strategi pemasaran yang kami gunakan untuk memasarkan produk inovasi susu kedelai adalah sama dengan staretgi pemasaran sebelumnya. Dengan menggunakan sosial media seperti WhatsApss, Instagram, dan Facebook. Selain media sosial kami juga mempromosikan secara langsung dari mulut ke mulut namun hal ini jarang terjadi.”¹⁴

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan *Yuju_Foodbeverage* dalam memperkenalkan produk susu kedelai. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Strategi pemasaran yang digunakan adalah secara online dan langsung. Secara online kami gunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Adapun yang secara langsung yaitu mempromosikan dari mulut ke mulut.”¹⁵

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan *Yuju_Foodbeverage* dalam memperkenalkan produk susu kedelai. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

¹⁴ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

¹⁵ Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

“Mengingat semakin berkembangnya internet dan sosial media, dalam pemasaran kami menggunakan media online seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Selain menggunakan media sosial kami juga memasarkan secara langsung mulut ke mulut.”¹⁶

Berdasarkan berbagai hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* adalah secara online dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Dan secara langsung yaitu dari mulut ke mulut.

Dalam menginovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* telah menerapkan etika bisnis islam sebagai suatu bentuk ketaatan pada prinsip-prinsip etika yang membedakan baik dan buruk, benar dan salah dalam rangka melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggannya. Pentingnya etika bisnis tergantung pada norma dan prinsip umum yang mengatur kehidupan masyarakat. Tujuan dari prinsip tersebut adalah untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang berkecimpung dalam bisnis. Karena etika sangat berperan besar dalam bisnis dimana dengan menerapkan etika dalam bisnis maka dapat tercipta manajemen yang baik.

Menurut Muhammad Dajkfarr, dalam hal syarat untuk mendapatkan keberkahan bisnis, beberapa prinsip etika Islam harus diperhatikan, diantaranya :

¹⁶ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

a. Jujur dalam takaran

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Mirawati selaku pemilik usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui jujur dalam takaran pada saat proses produksi. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Kita memiliki sistem proses produksi dengan gramasi dan ketentuan yang sudah jadi patokan. jadi kemungkinan untuk karyawan melakukan kecurangan itu sangat minim. Dan selalu mengingatkan kepada karyawan untuk bekerja secara jujur dan amanah.”¹⁷

Selanjutnya wawancara dengan Vysca selaku karyawan bagian keuangan untuk mengetahui sifat jujur. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“InsyaAllah saya selalu jujur dan amanah dalam bekerja. Karena tidak ada manfaatnya bagi saya jika tidak jujur. Terutama dalam melakukan laporan keuangan saya selalu menyampaikan dengan jujur.”¹⁸

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui sifat jujur. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“InsyaAllah selalu saya lakukan sifat jujur dalam bekerja terutama dalam memproduksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* yang mana saya memiliki kewajiban dalam timbang menimbang bahna baku untuk di produksi.”¹⁹

¹⁷ Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

¹⁸ Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

¹⁹ Kusnul, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui sifat jujur. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“InsyaAllah saya selalu jujur dalam bekerja, terutama pada saat memporsi susu kedelai ke dalam kemasan botol saya lakukan sesuai dengan ketentuan yang ada pada *Yuju_Foodbeverage*. “²⁰

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha selalu mengingatkan karyawannya dalam bekerja secara jujur dan amanah. Serta dalam memproduksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terdapat gramasi dan ketentuan yang sudah menjadi patokan sehingga untuk melakukan curang itu sangat minim.

b. Menjual Barang yang baik mutunya

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui menjual barang/ produk yang baik mutunya atau berkualitas. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Dengan menggunakan bahan-bahan pilihan, memproses produk susu kedelai dengan resep baku dan komposisi yang menetap.”²¹

Selanjutnya wawancara dengan Mitha selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui produk yang berkualitas. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

²⁰ Wahyu, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

²¹ Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

“Sangat yakin, kebetulan saya sudah lama berlangganan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* ini jadi saya tidak ragukan lagi untuk kualitasnya. Mereka selalu menjaga kualitas produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. ”²²

Selanjutnya wawancara dengan Kiky selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui produk yang berkualitas. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Yakin, karena selalu menjaga kualitas produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. ”²³

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam memproduksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* dengan menggunakan bahan-bahan pilihan dan memproses dengan resep baku dan komposisi yang menetap sehingga produk yang dihasilkan sangat berkualitas. Karena kualitas produk merupakan suatu hal yang harus dijaga agar konsumen dapat merasakan dan menikmati produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

c. Dilarang menggunakan sumpah

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui penggunaan sumpah dalam berbisnis. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“InsyaAllah kami tidak pernah melakukan sumpah. Karena memang produk susu kedelai yang kami produksi tidak mengandung unsure yang haram. Namun kita cukup menjaga kualitas dari produk susu kedelai saja untuk meyakinkan konsumen tersebut. Jadi kenyataan yang terjadi

²² Mitha, *Wawancara*, 25 Maret 2023.

²³ Kiky, *Wawancara*, 23 Maret 2023.

sesuai dengan apa yang disampaikan, karena kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis.”²⁴

Selanjutnya wawancara dengan Vysca selaku karyawan bagian keuangan untuk mengetahui sumpah dalam bertransaksi.

Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Tidak pernah mbak. Kami meyakinkan konsumen bukan dengan cara sumpah akan tetapi kita hanya menjaga kualitas dari produknya saja.”²⁵

Selanjutnya wawancara dengan Siva selaku karyawan bagian Distribusi untuk mengetahui sumpah dalam bertransaksi.

Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Dalam meyakinkan konsumen terhadap produk susu kedelai cukup dengan menjaga kualitas saja dan menyampaikan akan kebenaran produk. Kita tidak pernah melakukan sumpah”²⁶

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam bertransaksi dengan konsumen *Yuju_Foodbeverage* tidak pernah melakukan sumpah untuk meyakinkan konsumen akan produk susu kedelai. Hanya dengan menjaga kualitas produk susu kedelai dan menyampaikan akan kebenaran produk susu kedelai tersebut kepada konsumen.

d. Longgar dan Bermurah Hati

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

²⁴ Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

²⁵ Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

²⁶ Siva, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

“Kami selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Karena pelayanan yang baik itu sangat penting untuk keberlangsungan bisnis kita. Kami selalu bersikap ramah dan sopan agar konsumen nyaman.”²⁷

Selanjutnya wawancara dengan Vysca selaku karyawan bagian Keuangan untuk mengetahui pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Kami selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen yaitu dengan bersikap ramah dan sopan.”²⁸

Selanjutnya wawancara dengan Siva selaku karyawan bagian Distribusi untuk mengetahui pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Kebetulan saya sebagai karyawan bagian distribusi jadi saya berusaha ramah dan sopan terhadap konsumen dan berusaha distribusi susu kedelai sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan hal tersebut agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan kami.”²⁹

Selanjutnya wawancara dengan Mitha selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Owner dan karyawan-karyawan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sangat ramah dan sopan.”³⁰

Selanjutnya wawancara dengan Kiky selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui pelayanan yang

²⁷ Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

²⁸ Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

²⁹ Siva, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁰ Mitha, *Wawancara*, 25 Maret 2023.

diberikan terhadap konsumen. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Semua sangat ramah dan sopan-sopan.”³¹

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Yuju_Foodbeverage* sangat ramah dan sopan serta memuaskan bagi konsumen. Karena pelayanan yang baik merupakan suatu hal yang penting untuk keberlangsungan bisnis.

e. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan baik dengan semua orang terutama pedagang. Selain membangun hubungan baik dengan mitra bisnis yang rendah hati, dermawan dan saling menghormati, Rasulullah SAW juga mengajarkan untuk memperhatikan dan menjaga kepentingan masyarakat, lingkungan dan kelestarian alam. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui hubungan antar kolega. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Komunikasi dengan baik, saling menjaga silaturahmi dengan karyawan, menjaga keakraban dengan siapa saja.”³²

Selanjutnya wawancara dengan Vysca selaku karyawan bagian keuangan untuk mengetahui hubungan antar kolega. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

³¹ Kiky, *Wawancara*, 23 Maret 2023.

³² Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

“Kami selalu menjaga silaturahmi dengan siapa saja. Dan Ibu Mirawati selalu mengingatkan kepada kami agar selalu menjaga silaturahmi/ hubungan dengan siapa saja baik sesama rekan kerja maupun dengan konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. ”³³

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan

bagian produksi untuk mengetahui hubungan antar kolega.

dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Silaturahmi selalu terjaga, terutama sesama rekan kerja.”³⁴

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan

bagian pengemasan untuk mengetahui hubungan antar kolega.

dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Iya mbak kami selalu menjaga hubungan dengan siapa saja, owner kami tidak pernah bosan untuk mengingatkan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan siapa saja.”³⁵

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* menjalin hubungan baik dengan siapa saja terutama dengan rekan kerja. Cara yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik ini adalah dengan menghargai dan menghormati orang lain.

f. Tertib administrasi

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui administrasi. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“insyaAllah tertib mbak, karena pencatatan keuangan itu harus kami lakukan untuk mengetahui pemasukan dan

³³ Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁴ Kusnul, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁵ Wahyu, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

pengeluaran agar terinci. Dan pencatatan tersebut kami tugaskan ke pada karyawan bagian keuangan.”³⁶

Selanjutnya wawancara dengan Vysca selaku karyawan bagian keuangan untuk mengetahui administrasi/ pencatatan keuangan yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage*. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Kebetulan saya karyawan bagian keuangan, jadi saya mempunyai kewajiban dalam melakukan pencatatan masalah keuangan.”³⁷

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui administrasi/ pencatatan keuangan yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage*. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“insyaAllah selalu tertib dalam melakukan pencatatan keuangan.”³⁸

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui administrasi/ pencatatan keuangan yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage*. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Pencatatan keuangan selalu ada.”³⁹

Selanjutnya wawancara dengan Siva selaku karyawan bagian distribusi untuk mengetahui administrasi/ pencatatan

³⁶ Mirawati, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁷ Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁸ Kusnul, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

³⁹ Wahyu, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

keuangan yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage*. dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Pencatatan keuangan selalu ada.”⁴⁰

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* memiliki pencatatan keuangan yang tertib. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterima dalam jumlah waktu tertentu. Sehingga laporan keuangan ini sangat penting diterapkan dalam suatu bisnis.

g. Menetapkan harga yang transparan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Mirawati selaku pemilik usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui penetapan harga yang diberikan. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Iya saya menetapkan harga secara terbuka. Kami memiliki daftar harga agar orang bisa melihatnya jadi kami tidak bisa melipatgandakan harga. Dan harga yang kami tetapkan juga terjangkau serta sesuai dengan kualitas produk yang kami berikan.”⁴¹

Selanjutnya wawancara dilakukan dengan Mitha selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui penetapan harga yang diberikan. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

⁴⁰ Siva, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

⁴¹ Mirawati, *Wawancara* 21 Maret 2023.

“Harga yang ditetapkan sangat terjangkau sebanding dengan kualitas yang disajikan. Dan ketika transaksi pembayaran selalu sesuai dengan daftar harga yang telah diberikan.”⁴²

Selanjutnya wawancara dilakukan dengan Kiky selaku konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* untuk mengetahui penetapan harga yang diberikan. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Menurut saya harga yang ditetapkan *Yuju_Foodbeverage* ini sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, dan selalu jujur dalam harga karena sudah jelas dipaparkan pada daftar harga.”⁴³

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* menetapkan harga secara terbuka yang dapat dilihat semua orang dan harga yang diberikan sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

2. Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Terhadap Peningkatan Penjualan

Ketika produk itu dilakukan inovasi/ perubahan maka dapat berdampak terhadap penjualan baik dampak positif maupun dampak negative. Untuk mengetahui dampak Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* maka dilakukan wawancara dengan beberapa narasumber yaitu pemilik usaha dan karyawan *Yuju_Foodbeverage*.

⁴² Mitha, *Wawancara*, 25 Maret 2023.

⁴³ Kiky, *Wawancara*, 23 Maret 2023.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui respon dari konsumen setelah dilakukan inovasi produk. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Respon dari konsumen cukup bagus, dibuktikan konsumen pasti *repeat order* untuk membeli produk susu kedelai lagi. Serta memberikan penilaian/ komentar yang positif kepada produk kami.”⁴⁴

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui respon dari konsumen setelah dilakukan inovasi produk. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Respon dari konsumen cukup baik, yang mana konsumen semakin menyukai produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Jumlah penjualan semakin banyak.”⁴⁵

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui respon dari konsumen setelah dilakukan inovasi produk. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Responnya baik, konsumen semakin tertarik dengan produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* karena memiliki banyak varian rasa yang mana untuk meminimalisir customer merasa bosan.”⁴⁶

Berdasarkan berbagai wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mendapatkan respon positif dari konsumen. Dibuktikan banyaknya konsumen yang *repeat order* produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* dan jumlah penjualan susu kedelai semakin meningkat.

⁴⁴ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

⁴⁵ Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

⁴⁶ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maet 2023.

Selanjutnya wawancara dengan Mirawati selaku pemilik usaha untuk mengetahui kestabilan penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Tidak selalu stabil, pada awal mengalami naik turun jumlah penjualan. Di tahun pertama adalah tahap awal pengenalan produk terhadap konsumen, tahun kedua kita mengalami sedikit peningkatan setelah melakukan inovasi produk pada *Packaging*. Pada tahun ketiga kami mengalami peningkatan penjualan yang signifikan setelah melakukan inovasi varian rasa.”⁴⁷

Selanjutnya wawancara dengan Kusnul selaku karyawan bagian produksi untuk mengetahui kestabilan penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Tidak, penjualan mengalami naik turun. Namun setelah dilakukan inovasi produk penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* semakin meningkat.”⁴⁸

Selanjutnya wawancara dengan Wahyu selaku karyawan bagian pengemasan untuk mengetahui kestabilan penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dijelaskan dalam kutipan wawancara :

“Tidak mbk. Pada tahun pertama kami baru tahap pengenalan produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sehingga mengalami naik turun penjualan susu kedelai. Pada tahun kedua kami mulai menginovasi produk susu kedelai dengan memberikan stiker pada kemasan, sehingga penjualan susu kedelai sedikit meningkat dibanding pada tahun sebelumnya. Lalu pada tahun ketiga kami mulai menambah inovasi yaitu dengan menambah varian rasa yang semula hanya terdapat 4 varian saja pada tahun ini kami menambah varian menjadi 7 varian, dan penjualan mengalami peningkatan yang lumayan banyak”⁴⁹

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas, dapat

disimpulkan bahwa penjualan susu kedelai pernah mengalami naik

⁴⁷ Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

⁴⁸ Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

⁴⁹ Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

turun penjualan. Akan tetapi setelah dilakukan inovasi produk penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mengalami peningkatan yang signifikan. Jadi dampak dari inovasi produk terhadap penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mengalami peningkatan yang signifikan.



BAB IV

INOVASI PRODUK SUSU KEDELAI *YUJU_FOODBEVERAGE* UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Proses dan Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Proses ialah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, mulai dari mengenali atau menyadari inovasi hingga mewujudkan (mengimplementasikan) inovasi.¹ Agar perusahaan berhasil dalam menginovasi produk, perusahaan harus memperhatikan proses implementasi atau proses mewujudkannya.² Berikut penulis paparkan analisis terkait tahapan dalam proses inovasi produk *Yuju_Foodbeverage*:

1. Proses penciptaan gagasan

Proses penciptaan gagasan bertujuan untuk mencapai banyak hal ide. Sumber ide ini bisa berasal dari pelanggan, peneliti, pesaing, vendor, wiraniaga, dan manajemen senior. Tujuan dan upaya produk baru harus jelas sebelumnya diperlukan untuk pengembangan produk.³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat dari langkah awal yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* untuk melakukan inovasi produk susu kedelai adalah dengan membaca

¹ Sukmadi, Op. Cit, 38–40.

² Phillip Kotler, *Op.Cit*, 10.

³ *Ibid*, 10.

peluang serta akan munculnya sebuah ide untuk melakukan inovasi. Yang mana pada saat itu minuman *thai tea* dengan berbagai varian rasa banyak diminati konsumen terutama konsumen remaja, maka dari itu terinspirasi untuk mengaplikasikan varian-varian *thai tea* tersebut kedalam susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Dengan dilakukan inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mampu mengubah minuman yang dianggap biasa saja menjadi minuman yang luar biasa yang hadir dengan varian-varian kekinian. Dalam tahap ini yang terlibat bukan hanya pemilik usaha saja akan tetapi karyawan juga terlibat dalam proses inovasi produk.

2. Proses penyaringan ide

Penyaringan ide ini terutama ditujukan untuk memeriksa dan membuang ide buruk sedini mungkin⁴ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat dari setelah menemukan ide-ide varian rasa yang akan diaplikasikan ke susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* maka harus di saring terlebih dahulu atau dipilih varian rasa yang cocok untuk di aplikasikan dengan cara melihat yang mayoritas memiliki ide pada varian tertentu. Pada usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* ini mayoritas ide yang muncul adalah pada varian rasa Green Tea, Tiramisu, dan Cappucino. Maka dipilihnya varian rasa tersebut untuk diaplikasikan ke susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*.

⁴ *Ibid*, 10.

Varian rasa yang akan di pilih juga harus dipikirkan secara matang untuk mencari varian-varian kekinian yang banyak diminati semua kalangan atau yang menjadi varian *best seller* agar inovasi tersebut dapat terealisasi dengan hasil yang memuaskan serta dapat meningkatkan penjualannya.

3. Proses analisa bisnis

Pada tahap ini, manajer bisnis harus memperkirakan jumlah penjualan, jumlah penjualan pertama, jumlah penjualan pengganti, jumlah penjualan kembali, serta biaya dan keuntungan.⁵ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat dalam tahap ini *Yuju_Foodbeverage* melakukan perincian modal untuk memproduksi produk inovasi. Mulai dari seberapa banyak produk yang akan di produksi untuk dipasarkan, lalu seberapa modal yang diperlukan untuk memproduksi tersebut, dan perkiraan laba yang akan di dapat apakah sesuai dengan biaya produksi dengan keinginan pasar dan prediksi keberhasilan produk yang dibuat.

4. Proses pengembangan produk

Pada tahap ini, jika terbukti menguntungkan dari perspektif komersial untuk dilanjutkan, konsep produk bergerak ke tahap desain, yang dikembangkan secara fisik dalam produksi. Pada bagian R&D dikembangkan beberapa versi fisik dari konsep produk yang

⁵ *Ibid*, 11.

diharapkan dapat menghasilkan prototipe yang memenuhi persyaratan.⁶ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat dari produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* yang pada awalnya hanya tersedia empat varian rasa saja kini sudah memiliki tujuh varian rasa yang banyak diminati semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa.

5. Proses uji pasar

Tujuan utama pengujian pasar adalah untuk mempelajari tanggapan konsumen dan pengecer terhadap masalah penggunaan, penggunaan, dan pembelian produk yang sebenarnya, dan untuk memperkirakan ukuran pasar yang sebenarnya. Seberapa luas pasar harus dipertahankan tergantung pada dua aspek Biaya dan risiko investasi, di sisi lain, adalah waktu dan biaya penelitian yang terbatas.⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* adalah dengan memasarkan produk inovasi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* melalui media sosial dengan memberikan harga promo berupa potongan harga.

Dengan promo yang ditawarkan oleh *Yuju_Foodbeverage* tersebut maka diperkirakan dapat menjadi daya tarik untuk membeli produk inovasi dari susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*. Waktu yang di

⁶ *Ibid*, 11.

⁷ *Ibid*, 12.

gunakan dalam tahap ini hanya dua minggu saja dan hanya memberikan kuota 10 botol untuk setiap harinya.

6. Proses Komersialisasi

Tahap komersialisasi diharapkan dapat memberikan informasi yang cukup untuk pengambilan keputusan selanjutnya yaitu. pemasaran massal produk atau penghentian produk. Jika diputuskan untuk memasuki tahap komersial, biaya investasi dan pemasaran yang tinggi akan dibebankan kepada perusahaan. Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti waktu yang tepat untuk memasuki pasar, tempat peluncuran produk baru, pemasaran pasar yang direncanakan, dan prospek pasar sasaran.⁸ Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah sesuai dengan teori dilihat setelah uji pasar dilakukan, maka langkah selanjutnya untuk mengevaluasi dari hasil uji tersebut apabila dalam waktu dua minggu tersebut persediaan/ kuota yang diberikan selalu habis maka inovasi tersebut siap dijual. Dan sebaliknya jika dalam waktu dua minggu penjualan produk inovasi tersebut kurang memuaskan maka dilakukan penghentian produk. Akan tetapi inovasi yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* dalam pemilihan rasa bisa dikatakan berhasil, karena setiap rasa yang dipilih selalu banyak peminatnya.

⁸ *Ibid*, 12.

Islam adalah agama yang mengatur kehidupan yang mengarahkan dan membimbing orang-orang dalam pengelolaan sumber daya untuk mencapai ekonomi untuk kebaikan dunia dan akhirat. Di dalam Kehidupan ekonomi, Alquran menjelaskan banyak petunjuk tuntunan agar manusia dapat berkembang secara seimbang di dunia dan di akhirat. memperbanyak kebaikan dan hindari kerusakan yang disebabkan oleh perhitungan akhirat baik dan buruk ditentukan oleh perbuatan kita di dunia ini. Oleh karena itu, kita manusia harus selalu berbuat baik dan untuk bisa menjadi orang yang berguna bagi orang lain dan tolong menolong antar manusia.

Prinsip-prinsip etika bisnis mengacu pada apa yang boleh dan tidak boleh, apa yang baik dan tidak baik dalam berbisnis yang bersifat normative. Prinsip dalam Etika bisnis islam adalah perbuatan/ perilaku yang mengutamakan komitmen dalam melakukan bisnis. Untuk mencapai keberkahan dalam berbisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam islam. Berikut penulis paparkan analisis terkait prinsip etika dalam inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*:

a. Jujur Dalam Takaran

Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Dasar untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media

takaran dan timbangan.⁹ Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* jujur dalam takaran sudah sesuai dengan teori bahwa dalam proses produksi susu kedelai terdapat sistem gramasi dan ketentuan yang sudah menjadi patokan. Jadi sangat minim untuk melakukan kecurangan.

Apabila dalam proses produksi tersebut tidak sesuai dengan gramasi dan ketentuan yang sudah menjadi patokan maka dapat berpengaruh terhadap kualitas produk susu kedelai. Hingga saat ini kualitas produk susu kedelai selalu terjaga, jadi jujur dalam takaran selalu diterapkan oleh *Yuju_Foodbeverage*.

b. Menjual Barang Yang Baik Mutunya

Salah satu kesalahan etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam bisnis. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Lebih jauh lagi mencari keuntungan dengan menyembunyikan kualitas sama saja dengan bersikap tidak adil.¹⁰

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* menjual barang yang baik mutunya dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari dalam memproduksi susu kedelai dengan

⁹ Muhammad Djakfar, *Op. Cit*, 34.

¹⁰ *Ibid*, 35.

menggunakan bahan-bahan pilihan dan memproses dengan resep baku sehingga kualitas yang dihasilkan berkualitas dan tidak berubah-ubah.

c. Dilarang Menggunakan Sumpah\

Orang terlalu mudah untuk menggunakan kata-kata sumpah untuk meyakinkan pembeli bahwa barang mereka benar-benar berkualitas dengan harapan orang akan membelinya. Dalam islam perbuatan seperti itu tidak dibenarkan karena juga menghilangkan berkah.¹¹

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* tidak menggunakan sumpah dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari dalam bertransaksi dengan konsumen *Yuju_Foodbeverage* tidak pernah melakukan sumpah untuk meyakinkan konsumen akan produk susu kedelai. Hanya dengan menjaga kualitas produk susu kedelai dan menyampaikan akan kebenaran produk susu kedelai tersebut kepada konsumen.

d. Longgar dan Murah Hati

Dalam hal ini, penjual diharapkan untuk bersikap baik dan murah hati kepada setiap pembeli. Bukankah senyum penjual kepada pembeli semacam ungkapan sikap ramah, menyejukkan hati, membuat pembeli merasa senang. Bahkan tidak menutup

¹¹ *Ibid*, 36.

kemungkinan bahwa suatu saat mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan perkembangan perusahaan di masa depan.¹²

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* longgar dan murah hati dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh *Yuju_Foodbeverage* sangat ramah dan sopan serta memuaskan bagi konsumen.

e. Membangun Hubungan Baik Antar Kolega

Islam menekankan hubungan baik dengan semua orang terutama sesama pedagang. Menurut ajaran Islam dengan Silaturahmi akan mencapai hikmah yang dijanjikan, yaitu bertambah rezeki dan diperpanjang umur orang yang melakukannya. Dengan demikian maka dapat memperpanjang umur perusahaan dalam arti tetap sejalan dengan semua harapan serta dapat berkembang.¹³ Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* menjaga hubungan antar kolega dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari kekompakan antara rekan kerja selalu terjaga.

¹² *Ibid*, 37.

¹³ *Ibid*, 38.

f. Tertib Administrasi

Dalam dunia usaha, praktik pinjam-meminjam sudah terjadi secara normal. Al-Quran mengajarkan perlunya mengelola utang ini agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi.¹⁴ Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* tertib administrasi dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari pencatatan keuangan yang tertib. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterima dalam jumlah waktu tertentu.

g. Menetapkan Harga Dengan Transparan

Harga yang tidak transparan dapat mengandung penipuan. Itulah sebabnya harga yang terbuka dan wajar memiliki prioritas tinggi dalam Islam agar tidak terjerumus ke dalam riba. Meski dunia usaha tetap ingin mendapat untung, hak pembeli harus dihormati. Dengan menetapkan harga terbuka, maka konsumen mengetahui berapa harga produk, sehingga tidak akan tertipu oleh bisnis.¹⁵ Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti maka usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* menetapkan harga yang transparan dapat dikatakan sudah sesuai dengan teori dilihat dari harga yang ditawarkan secara terbuka semua orang bisa mengetahui akan

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid*, 39.

harga susu kedelai serta harga yang diberikan sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

B. Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Terhadap Penjualan

Dengan diperkenalkannya inovasi produk diharapkan keputusan pembelian konsumen akan meningkat, keputusan pembelian mengarah pada penjualan. Setelah dilakukan inovasi tersebut, penjualan produk *Yuju_foodbeverage* meningkat. Dalam penjualan, salah satu tujuan perusahaan juga untuk mencapai angka penjualan yang tinggi. Tujuan-tujuan ini tercapai ketika didukung oleh niat dan kemampuan. Secara umum, tujuan bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan tertentu dan untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Kemampuan *Yuju_foodbeverage* dalam meningkatkan penjualan akan dinilai sudah memenuhi standar dilihat dari aktivitas produksi inovasi. Banyak konsumen yang tertarik untuk melakukan pembelian setelah melihat inovasi yang dilakukan oleh *Yuju_foodbeverage*.

Daya tarik penjualan mencerminkan manfaat yang ditawarkan penjual untuk mendapatkan respon dari konsumen atau pelanggan. Terdapat lima jenis daya tarik yang bisa diterapkan dalam penjualan:

- a. Daya tarik produk berupa kualitas produk, fitur, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan.
- b. Daya tarik logistik seperti pemrosesan pesanan yang cepat, pengiriman barang yang tepat waktu, dan manajemen inventaris/ persediaan.

- c. Daya tarik simplikasi, yaitu daya tarik yang dirancang untuk memudahkan pembeli atau konsumen mengurangi biaya penanganan atau pemeliharaan.
- d. Daya tarik harga, yaitu industri memiliki kekuatan untuk menetapkan harga lebih rendah dari biasanya.
- e. Daya tarik bantuan finansial, misalnya fasilitas kredit, potongan harga, dan perlengkapan atau peralatan spesial gratis.

Inovasi produk memegang peranan penting dalam meningkatkan penjualan suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menambah nilai produk sehingga mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam memenuhi keinginan dan selera konsumen usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terus melakukan inovasi, seperti menambah varian rasa pada susu kedelai. Varian yang dipilih untuk diaplikasikan ke susu kedelai merupakan varian kekinian yang disukai semua kalangan mulai anak-anak hingga orang dewasa. Oleh karena itu, inovasi produk merupakan cara bagi perusahaan untuk menciptakan nilai tambah ke produk yang dihasilkan. Setelah dilakukan inovasi produk pada *Yuju_foodbeverage*, penjualan mengalami peningkatan seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Rincian Penjualan Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*
Tahun 2020 – 2022

Tahun	Varian							Total Penjualan
	Original	Coklat	Strawberry	Taro	Green Tea	Tiramisu	Cappuccino	
2020	3.700	1.950	1.230	4.800	-	-	-	11.680
2021	2.870	2.010	975	3.200	4.450	-	-	13.505
2022	1.940	1.270	655	2.105	3.340	3.467	3.648	16.425

Jika dilihat pada tabel penjualan susu kedelai pada tahun 2020 – 2022 diatas, bahwa usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* mengalami fluktuasi penjualan setiap tahun. Pada tahun 2020 penjualan mencapai 11.680 botol untuk rata-rata penjualan susu kedelai perhari adalah 32 botol, pada tahun ini terdapat empat varian rasa yakni Original, Coklat, Strawberry, dan Taro. Dari keempat varian yang banyak diminati oleh konsumen adalah varian original dan taro. Sedangkan pada tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan penjualan yaitu 13.505 botol untuk rata-rata penjualan susu kedelai perhari adalah 37 botol, pada tahun ini terdapat inovasi varian rasa yakni menambah varian rasa *green tea*. Dengan inovasi varian rasa green tea tersebut dapat meningkatkan penjualan pada tahun ini terbukti penjualan varian greentea mencapai 4.450 botol.

Sedangkan pada tahun 2022 mengalami peningkatan penjualan yang sangat signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun ini terdapat tujuh varian rasa yaitu dengan inovasi menambah varian rasa cappuccino dan tiramisu. Penjualan pada tahun ini mencapai 16.425 botol, dan untuk rata-rata perhari untuk penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* adalah sebanyak 45 botol.

Tingkah laku Nabi SAW sebagai seorang pengusaha yang sangat terkenal kejujurannya sehingga diberi gelar Al-Amin. Rasulullah memiliki empat sifat wajib (Sidik, Fatonah, Iman, Tabligh) yang harus diteladani oleh seluruh umat manusia dalam pelaksanaan segala aspek kehidupan untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat, termasuk dalam bermuamalah antar sesama manusia. Tidak ada pengecualian untuk tenaga penjual bank syariah. Dengan demikian, menurut ajaran Syariat Islam, etika penjualan yang baik mengacu pada empat sifat seorang rasul, yaitu sikap Sidik (jujur), Fatanah (cerdas), Amanah (dapat dipercaya), dan Tabligh (menyampaikan).¹⁶

Berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan, usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* telah melakukan usaha sesuai dengan ajaran syariat islam yakni dengan menerapkan prinsip yang telah diajarkan oleh Rasulullah Saw yakni berlaku jujur dalam menjual produk susu kedelai, cerdas dan melakukan inovasi produk, dapat dipercaya oleh konsumen, dan dapat menyampaikan dengan baik.

¹⁶ Moh Nasuka, "Etika Penjualan Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Muqtasid*, Volume 3, Nomor 1, (2012), 59-67.

Dampak ialah sesuatu yang muncul akibat adanya suatu kejadian serta dapat menghasilkan perubahan yang memiliki pengaruh positif atau pengaruh negative. Pada usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* bahwa dampak dari inovasi produk pada varian rasa berdampak positif, dilihat dari tingkat penjualan susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* selalu mengalami peningkatan. Akan tetapi pada varian coklat dan strawberry cenderung penjualannya lebih rendah dibandingkan dengan varian-varian yang lain. Karena varian tersebut merupakan varian yang banyak diaplikasikan oleh pesaing produk sejenis.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses dan Inovasi produk susu kedelai yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* ialah proses penciptaan gagasan dengan membaca peluang dari minuman *Thai Tea* yang pada saat itu sangat ramai diminati oleh banyak konsumen dari situ muncul ide untuk inovasi. proses penyaringan ide *Yuju_Foodbeverage* melakukan penyaringan ide untuk memilah varian yang tepat untuk diaplikasikan ke dalam susu kedelai. Proses analisa bisnis *Yuju_Foodbeverage* melakukan analisa berupa rincian modal yang akan dibutuhkan untuk proses produksi. Proses pengembangan produk *Yuju_Foodbeverage* telah mengembangkan produk susu kedelai yang semula hanya tersedia empat varian rasa saja kini sudah memiliki tujuh varian rasa. Proses uji pasar yang dilakukan *Yuju_Foodbeverage* dengan memasarkan produk inovasi dengan memberikan potongan menjadi Rp 10.000/ botol dan dalam sehari kuota hanya tersedia 10 botol saja selama dua minggu. Proses komersialisasi *Yuju_Foodbeverage* melakukan peluncuran produk inovasi karena dianggap inovasi susu kedelai tersebut berhasil

yang mana pada tahap uji pasar banyak peminatnya. Sedangkan dalam inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* telah menerapkan etika bisnis islam diantaranya adalah jujur dalam takaran, menjual barang yang bermutu, dilarang menggunakan sumpah, longgar dan murah hati, membangun hubungan baik dengan kolega, tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan. Dengan selalu menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha maka usaha yang dilakukan mendapatkan keberkahan dari Allah. Jadi sangat perlu etika bisnis islam ini di terapkan dalam mejalankan bisnis apapun agar mendapatkan berkah dari Allah. Jadi semata-mata bukan hanya mencari keuntungan saja akan tetapi mencari Ridha dari Allah. Selain itu juga dapat membangun jiwa yang amanah.

2. Dampak inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terhadap peningkatan penjualan berdampak positif. Yang mana setelah dilakukan inovasi produk pada varian rasa mulai tahun 2020 – 2022 terus mengalami peningkatan penjualan. Akan tetapi pada varian coklat dan strawberry cenderung penjualannya lebih rendah dibandingkan dengan varian-varian yang lain. Karena varian tersebut merupakan varian yang banyak diaplikasikan oleh pesaing produk sejenis.

B. Saran

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa ekonomi syariah kedepannya terlebih bagi pelaku usaha khususnya di usaha kuliner. Berdasarkan perolehan hasil penelitian dan observasi yang telah dilakukan peneliti selama penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Menciptakan varian rasa baru yang lebih banyak dan menarik agar peminat susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terus bertambah dan untuk meminimalisir rasa bosan sehingga penjualan susu kedelai terus mengalami peningkatan.
2. Selalu menjaga kualitas produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* agar usaha ini terus maju dan berkembang.
3. Dalam tahap dampak inovasi produk susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* terhadap peningkatan penjualan, peneliti tidak banyak memberikan saran karena pada usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage* sudah berdampak baik pada usahanya.
4. Para pelaku usaha kuliner bisa mengambil pelajaran dari usaha susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*, walaupun dalam proses inovasi produk kurang maksimal akan tetapi *Yuju_Foodbeverage* memberikan perhatian yang lebih pada varian rasa yang di pilih merupakan varian rasa kekinian yang banyak diminati semua kalangan. Selain itu akan lebih maksimal lagi jika proses inovasi produk dilaksanakan secara utuh sesuai dengan teori.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, 13: 11.

Anshori, Mukhlis dan Sri Iswati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2009.

Aprianto, Iwan. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Aziyah, Nur. "Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk Gambir Di Kabupaten Lima Puluh Kota". *Skripsi*. (Bukittinggi, IAIN Bukittinggi, 2020).

Bhakti, Agung. "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Percetakan Sakila Jember". *Skripsi*. (Jember: Universitas Jember, 2016).

Bungin, H.M. Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.

Daryanto. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa, 2011.

Destari, Nadhiya. "Inovasi Produk Kue Nazka Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Sukabumi Jawa Barat". *Skripsi*. (Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2020).

Dewi, Luh Komang Candra. *Entrepreneurial Marketing :Customer Relationship Marketing, Inovasi Produk, dan Daya Saing UKM*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.

Ibniwasum, Lia. “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu”. *Skripsi*. (Bengkulu: IAI Bengkulu, 2020).

Kiky, *Wawancara*, 23 Maret 2023.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997.

Kusnul, *Wawancara*, 7 Maret 2023.

Lestari, Endah Rahayu. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press, 2019.

Maryani, Linda dan Harmon Chaniago. “Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion”. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. Nomor 1. (2019).

Mirawati, *Wawancara*, 2 Maret 2023.

Mitha, *Wawancara*, 25 Maret 2023.

Nasir, Akhmad. “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Nomor 1. (2017).

Nasuka, Moh. “Etika Penjualan Dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Muqtasid*. Nomor 1. (2012).

Pattipeilohy, Victor Ringhard. “Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)”. *Jurnal Maneksi*. Nomor 01, (2018).

Purba, Dedy Wajyudin. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Restiana, Ina. “Analisis Potensi Lokal Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kelompok Wanita Tani Melati Pekon Tribudi Syukur Kecamatan Kebun Tebu, Lampung Barat)”. *Skripsi*. (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020).

Rosini, Iin. *Sistem Pengendalian Manajemen Berorientasi Keberlanjutan*. Indramayu: Adab, 2020.

Sholehah, Siti Daimatus. “Analisis Inovasi Produk Pakaian Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Penjahit Pakaian Di Desa Sukowono Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”. *Skripsi*. (Bengkulu: Kiai Haji Acjmad Siddiq, 2022).

Siva, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Solihah, Mahmudah Anis. “Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Syrup Jahe 33 Desa

Tambahsari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal”. *Skripsi*. (Semarang: UIN Walisongo, 2021).

Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sukmadi. *Inovasi dan Kewirausahaan: Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora Utama Press, 2016.

Taan, Hapsawati. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo”. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Nomor 2. (2017).

Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008.

Ulviani. “Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Warung Nasi Ustadz Heri Bu Sie Itak Bireun”. *Skripsi*. (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019).

Ulya, Husna Ni'matul, Renaldin Shadrudin, dan Diyan Putri Ayu, “Peningkatan Inovasi Produk Keripik Tempe ‘Cipta Rasa’ Di Ketawang Madiun”. *Jurnal Amalee*. Nomor 1, (2022).

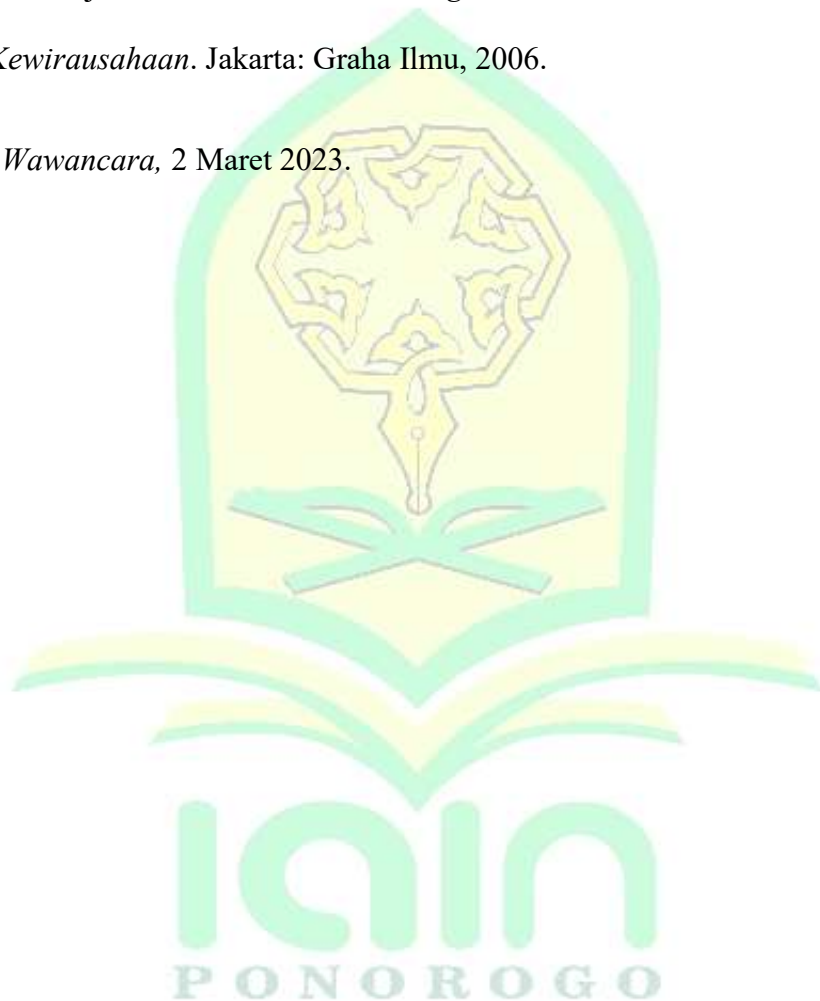
Utami, Tri Setya. “Analisis Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Dimasa Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Lens Bakery Dan Oemar Bakery)”. *Skripsi*. (Lampung: UIN Raden Intan, 2022).

Vysca, *Wawancara*, 21 Maret 2023.

Wahono, Ribut Muji dan Ely Masykuroh. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso”. *Jurnal Falahiya*. Nomor 2. (2022).

Wahid, Mudjiarto Aliaras. *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*. Jakarta: Graha Ilmu, 2006.

Wahyu, *Wawancara*, 2 Maret 2023.



LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Narasumber : Mirawati
Identitas Informan : Pemilik Usaha
Tanggal : 2 Maret 2023
Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*
Topik Wawancara : Proses Inovasi Produk Susu Kedelai
Yuju_Foodbeverage

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Siapa sajakah yang terlibat dalam proses inovasi produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Yang terlibat dalam proses inovasi produk disini adalah semuanya termasuk saya dan karyawan-karyawan disini.
2.	Bagaimana langkah awal yang dilakukan <i>Yuju_Foodbeverage</i> dalam menginovasi produk susu kedelai ?	Awalnya saya terinspirasi dari minuman <i>Thai Tea</i> yang mana minuman tersebut menyajikan banyak varian rasa seperti taro, green tea, dan lain sebagainya. Peminat dari minuman tersebut lumayan banyak. Dari situ muncul ide untuk mengaplikasikan varian-varian tersebut ke dalam susu kedelai.

3.	Apakah ide tersebut langsung di realisasikan atau dipilah terlebih dahulu ?	Tidak mbak, sebelum merealisasikan ide tersebut kami memilah terlebih dulu varian-varian apa yang cocok untuk diaplikasikan ke susu kedelai dan memilih varian yang banyak diminati oleh konsumen.
4.	Setelah mendapatkan ide yang tepat, bagaimana langkah selanjutnya untuk dapat mewujudkan ide tersebut ?	Setelah mendapatkan ide yang tepat tersebut lalu kami merinci modal, merinci harga jual, sampai merinci keuntungan. Setelah dilakukan semuanya kami proses membuat produk dari ide tersebut.
5.	Bagaimana uji pasar yang dilakukan setelah inovasi terlaksana?	Kami memasarkannya dengan memberikan harga promo. Yang mana harga normal nya Rp 11.000/ botol kami memasarkan dengan harga 1Rp 10.000/ botol dan dalam sehari kami hanya memberikan kuota 10 botol saja.
6.	Apakah terjadi pengembangan	Tidak mbak, strategi pemasaran

	strategi pemasaran dalam menginovasi produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	yang kami gunakan untuk memasarkan produk inovasi susu kedelai adalah sama dengan staretgi pemasaran sebelumnya. Dengan menggunakan sosial media seperti WhatsApss, Instagram, dan Facebook. Selain media sosial kami juga mempromosikan secara langsung dari mulut ke mulut namun hal ini jarang terjadi.
7.	Apakah dalam tahap menginovasi produk terdapat hambatan ? jika iya apa saja hambatan yang terjadi ?	Benar ada hambatan, hambatan yang sering terjadi rasa keraguan untuk menuangkan ide untuk inovasi sehingga kemajuan produk agak terlambat.
8.	Bagaimana evaluasi bisnis yang dilakukan oleh <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Tidak bosan mendengar kritik dan saran dari customer.

2. Narasumber : Kusnul

Identitas Informan : Karyawan Bagian Produksi

Tanggal : 7 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Proses Inovasi Produk Susu Kedelai

Yuju_Foodbeverage

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah anda terlibat dalam proses inovasi produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Iya benar mbak
2.	Bagaimana langkah awal yang anda lakukan dalam menginovasi produk susu kedelai ?	Dengan membaca peluang yang ada lalu kami menyampaikan ide tersebut untuk nanti di pilah agar mendapatkan ide yang tepat.
3.	Setelah mendapatkan ide yang tepat bagaimana langkah selanjutnya sampai bisa terwujud produk dari ide tersebut ?	Setelah mendapatkan ide yang tepat tersebut kami modal untuk proses realisasi produk.
4.	Bagaimana uji pasar yang dilakukan setelah inovasi	Dengan memasarkan produk hasil penuangan ide dengan

	terlaksana?	memberikan harga promo, serta meminta penilaian dari konsumen terhadap produk yang telah dibeli tersebut. Jika penilaian dari konsumen memuaskan maka produk layak untuk dipasarkan dan jika ada penilaian yang kurang memuaskan maka kami akan membenahinya.
5.	Strategi pemasaran apa yang digunakan dalam memperkenalkan produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> di pasar ?	Strategi pemasaran yang kami gunakan adalah secara online dan langsung. Secara online kami gunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Adapun yang secara langsung yaitu mempromosikan dari mulut ke mulut.
6.	Apakah dalam tahap menginovasi produk terdapat hambatan ? jika iya apa saja hambatan yang terjadi ?	Hambatan yang kami alami adalah pada tahap awal inovasi, yaitu pada saat munculnya ide.

7.	Bagaimana evaluasi bisnis yang dilakukan oleh <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Evaluasi yang kami lakukan adalah dengan memperhatikan kritik dan saran dari konsumen karena dengan kritik dan saran tersebut dapat memperbaiki usaha kita kedepan.
----	--	---

3. Narasumber : Wahyu
- Identitas Informan : Karyawan Bagian Pengemasan
- Tanggal : 2 Maret 2023
- Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*
- Topik Wawancara : Tahapan Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah anda terlibat dalam proses inovasi produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Iya mbak saya terlibat juga dalam proses inovasi produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini.
2.	Bagaimana langkah awal yang dilakukan <i>Yuju_Foodbeverage</i> dalam menginovasi produk susu kedelai ?	Langkah awal inovasi yang kami lakukan adalah membaca keinginan pasar, lalu menyampaikan ide untuk dipilih

		agar menemukan ide yang tepat.
3.	Setelah mendapatkan ide yang tepat bagaimana langkah selanjutnya sampai bisa terwujud produk dari ide tersebut ?	Ketika ide yang tepat telah ditemukan maka kami lakukan perincian modal yang dibutuhkan untuk merealisasikan ide tersebut.
4.	Bagaimana uji pasar yang dilakukan setelah inovasi terlaksana?	Uji pasar kami lakukan dengan memberikan diskon dari produk hasil inovasi tadi kepada konsumen.
5.	Strategi pemasaran apa yang digunakan dalam memperkenalkan produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> di pasar ?	Mengingat semakin berkembangnya internet dan sosial media, dalam pemasaran kami menggunakan media online seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Selain menggunakan media sosial kami juga memasarkan secara langsung mulut ke mulut.
6.	Apakah dalam tahap menginovasi produk terdapat	Ada sedikit hambatan dalam tahap inovasi produk. Salah

	hambatan ? jika iya apa saja hambatan yang terjadi ?	satunya adalah pada saat banyaknya ide yang muncul karena semakin banyak ide semakin sulit untuk menyaringnya karena semua ide dirasa punya potensi yang baik pula untuk berada di pasar.
7.	Bagaimana evaluasi bisnis yang dilakukan oleh <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Dengan memperhatikan penilaian batik berupa kritik maupun saran dari konsumen.

4. Narasumber : Mirawati
 Identitas Informan : Pemilik Usaha
 Tanggal : 2 Maret 2023
 Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*
 Topik Wawancara : Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage* terhadap Peningkatan Penjualan

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Setelah dilakukan inovasi produk pada susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> bagaimana respon dari	Respon dari konsumen cukup bagus, dibuktikan konsumen pasti <i>repeat order</i> untuk membeli produk susu kedelai

	konsumen?	lagi. Serta memberikan penilaian/ komentar yang positif kepada produk kami.
2.	Apakah mulai dari awal sampai sekarang penjualan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> selalu stabil ?	Tidak selalu stabil, pada awal mengalami naik turun jumlah penjualan. Di tahun pertama adalah tahap awal pengenalan produk terhadap konsumen, tahun kedua kita mengalami sedikit peningkatan setelah melakukan inovasi produk pada <i>Packaging</i> . Pada tahun ketiga kami mengalami peningkatan penjualan yang signifikan setelah melakukan inovasi varian rasa.

5. Narasumber : Kusnul

Identitas Informan : Karyawan Bagian Produksi

Tanggal : 7 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai

Yuju_Foodbeverage terhadap Peningkatan Penjualan

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Setelah dilakukan inovasi produk pada susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> bagaimana respon dari konsumen?	Respon dari konsumen cukup baik, yang mana konsumen semakin menyukai produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> . Jumlah penjualan semakin banyak.
2.	Apakah mulai dari awal sampai sekarang penjualan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> selalu stabil ?	Tidak, penjualan mengalami naik turun. Namun setelah dilakukan inovasi produk penjualan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> semakin meningkat.

6. Narasumber : Wahyu

Identitas Informan : Karyawan Bagian Pengemasan

Tanggal : 2 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Dampak Inovasi Produk Susu Kedelai

Yuju_Foodbeverage terhadap Peningkatan Penjualan

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Setelah dilakukan inovasi produk pada susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> bagaimana respon dari konsumen?	Responnya baik, konsumen semakin tertarik dengan produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> karena memiliki banyak varian rasa yang mana untuk meminimalisir customer merasa bosan.
2.	Apakah mulai dari awal sampai sekarang penjualan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> selalu stabil ?	Tidak mbk. Pada tahun pertama kami baru tahap pengenalan produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> sehingga mengalami naik turun penjualan susu kedelai. Pada tahun kedua kami mulai

		menginovasi produk susu kedelai dengan memberikan stiker pada kemasan, sehingga penjualan susu kedelai sedikit meningkat dibanding pada tahun sebelumnya. Lalu pada tahun ketiga kami mulai menambah inovasi yaitu dengan menambah varian rasa yang semula hanya terdapat 4 varian saja pada tahun ini kami menambah varian menjadi 7 varian, dan penjualan mengalami peningkatan yang lumayan banyak.
--	--	---

7. Narasumber : Mirawati
- Identitas Informan : Pemilik Usaha
- Tanggal : 21 Maret 2023
- Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*
- Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk
Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana pemahaman anda tentang etika bisnis dalam islam ?	Pemahaman saya tentang etika bisnis islam adalah dalam menjalankan usaha bukan hanya mencari keuntungan saja akan tetapi mencari keberkahan dari Allah SWT, serta menjalin silaturahmi dari yang belum kenal menjadi kenal dan yang sudah kenal menjadi lebih erat dalam hubungan khususnya antar pemilik usaha dengan konsumen.
2.	Apakah menurut anda etika bisnis islam perlu diterapkan	Sangat perlu, karena dengan etika bisnis islam adalah salah

	dalam suatu bisnis ?	satu bentuk strategi untuk membangun usaha yang lebih berkembang dan membangun jiwa yang amanah.
3.	Bagaimana cara anda mengimplementasikan sifat jujur kepada karyawan agar tidak terjadi kecurangan dalam bekerja ?	Kita memiliki sistem proses produksi dengan gramasi dan ketentuan yang sudah jadi patokan. jadi kemungkinan untuk karyawan melakukan kecurangan itu sangat minim. Dan selalu mengingatkan kepada karyawan untuk bekerja secara jujur dan amanah.
4.	Bagaimana cara anda menjaga kualitas produk agar selalu menjadi yang terbaik ?	Dengan menggunakan bahan-bahan pilihan, memproses produk susu kedelai dengan resep baku dan komposisi yang menetap.
5.	Apakah dalam bertransaksi anda melakukan sumpah untuk meyakinkan konsumen ?	Insyallah kami tidak pernah melakukan sumpah. Karena memang produk susu kedelai

		yang kami produksi tidak mengandung unsure yang haram. Namun kita cukup menjaga kualitas dari produk susu kedelai saja untuk meyakinkan konsumen tersebut. Jadi kenyataan yang terjadi sesuai dengan apa yang disampaikan, karena kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis.
6.	Bagaimana pelayanan yang diberikan <i>Yuju_Foodbeverage</i> kepada konsumen baik secara langsung maupun secara <i>online</i> ?	Kami selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Karena pelayanan yang baik itu sangat penting untuk keberlangsungan bisnis kita. Kami selalu bersikap ramah dan sopan agar konsumen nyaman.
7.	Bagaimana cara anda membangun hubungan yang	Komunikasi dengan baik, saling menjaga silaturahmi

	baik dengan karyawan atau rekan kerja yang lain ?	dengan karyawan, menjaga keakraban dengan siapa saja.
8.	Apakah usaha susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini tertib administrasi atau melakukan pencatatan dalam transaksi jual beli ?	insyaAllah tertib mbak, karena pencatatan keuangan itu harus kami lakukan untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran agar terinci. Dan pencatatan tersebut kami tugaskan ke pada karyawan bagian keuangan.
9.	Apakah anda menetapkan harga yang transparan agar tidak terjerumus riba ?	Iya saya menetapkan harga secara terbuka. Kami memiliki daftar harga agar orang bisa melihatnya jadi kami tidak bisa melipatgandakan harga. Dan harga yang kami tetapkan juga terjangkau serta sesuai dengan kualitas produk yang kami berikan.

8. Narasumber : Vysca

Identitas Informan : Karyawan Bagian Keuangan

Tanggal : 21 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk

Susu Kedelai Yuju_Foodbeverage

1.	Apakah anda sudah menjalankan sifat jujur dalam bekerja ?	InsyaAllah saya selalu jujur dan amanah dalam bekerja. Karena tidak ada manfaatnya bagi saya jika tidak jujur. Terutama dalam melakukan laporan keuangan saya selalu menyampaikan dengan jujur.
2.	Apakah dalam bekerja pernah melakukan sumpah untuk meyakinkan konsumen ?	Tidak pernah mbak. Kami meyakinkan konsumen bukan dengan cara sumpah akan tetapi kita hanya menjaga kualitas dari produknya saja.
3.	Bagaimana pelayanan yang anda berikan dalam melayani konsumen ?	Kami selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap kosnumen yaitu dengan bersikap ramah dan

		sopan.
4.	Apakah silaturahmi dengan siapa saja selalu terjaga ?	Kami selalu menjaga silaturahmi dengan siapa saja. Dan Ibu Mirawati selalu mengingatkan kepada kami agar selalu menjaga silaturahmi/ hubungan dengan siapa saja baik sesama rekan kerja maupun dengan konsumen susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> .
5.	Apakah usaha susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini tertib administrasi atau melakukan pencatatan dalam transaksi jual beli ?	Kebetulan saya karyawan bagian keuangan, jadi saya mempunyai kewajiban dalam melakukan pencatatan masalah keuangan.

9. Narasumber : Kusnul

Identitas Informan : Karyawan Bagian Produksi

Tanggal : 21 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk

Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

1.	Apakah anda sudah menjalankan sifat jujur dalam bekerja ?	InshaAllah selalu saya lakukan sifat jujur dalam bekerja terutama dalam memproduksi susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> yang mana saya memiliki kewajiban dalam timbang menimbang bahan baku untuk di produksi.
2.	Apakah silaturahmi dengan siapa saja selalu terjaga ?	Silaturahmi selalu terjaga, terutama sesama rekan kerja.
3.	Apakah usaha susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini tertib administrasi atau melakukan pencatatan dalam transaksi jual beli ?	insyaAllah selalu tertib dalam melakukan pencatatan keuangan.

10. Narasumber : Wahyu

Identitas Informan : Karyawan Bagian Pengemasan

Tanggal : 21 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk

Susu Kedelai Yuju_Foodbeverage

1.	Apakah anda sudah menjalankan sifat jujur dalam bekerja ?	InsyaAllah saya selalu jujur dalam bekerja, terutama pada saat memporsi susu kedelai ke dalam kemasan botol saya lakukan sesuai dengan ketentuan yang ada pada <i>Yuju_Foodbeverage</i> .
2.	Apakah silaturahmi dengan siapa saja selalu terjaga ?	Iya mbak kami selalu menjaga hubungan dengan siapa saja, owner kami tidak pernah bosan untuk mengingatkan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan siapa saja.
3.	Apakah usaha susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini tertib administrasi atau melakukan	Pencatatan keuangan selalu ada.

	pencatatan dalam transaksi jual beli ?	
--	--	--

11. Narasumber : Siva

Identitas Informan : Karyawan Bagian Distribusi

Tanggal : 21 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk
Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

1.	Apakah anda sudah menjalankan sifat jujur dalam bekerja ?	InsyaAllah saya jujur.
2.	Apakah dalam bekerja pernah melakukan sumpah untuk meyakinkan konsumen ?	Dalam meyakinkan konsumen terhadap produk susu kedelai cukup dengan menjaga kualitas saja dan menyampaikan akan kebenaran produk. Kita tidak pernah melakukan sumpah,
3.	Bagaimana pelayanan yang anda berikan dalam melayani konsumen ?	Kebetulan saya sebagai karyawan bagian distribusi jadi saya berusaha ramah dan sopan terhadap konsumen dan

		berusaha distribusi susu kedelai sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan hal tersebut agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan kami.
4.	Apakah usaha susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini tertib administrasi atau melakukan pencatatan dalam transaksi jual beli ?	Pencatatan keuangan selalu ada.

12. Narasumber : Mitha

Identitas Informan : Konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Tanggal : 25 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk
Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

1.	Apakah menurut anda karyawan disini jujur dalam bekerja ?	Menurut saya mereka bekerja dengan jujur dalam takaran. Karena setiap saya membeli susu kedelai
----	---	---

		<i>Yuju_Foodbeverage</i> ini rasanya selalu sama.
2.	Apakah anda sebagai konsumen yakin dengan kualitas susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Sangat yakin, kebetulan saya sudah lama berlangganan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini jadi saya tidak ragukan lagi untuk kualitasnya. Merka selalu menjaga kualitas produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> .
3.	Menurut anda bagaimana pelayanan yang diberikan <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Owner dan karyawan-karywan susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> sangat ramah dan sopan.
4.	Menurut anda bagaimana penetapan harga susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> , apakah sesuai dengan kualitas produk ?	Saya sebagai penikmat susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> untuk harganya sangat terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan.
5.	Menurut anda bagaimana penetapan harga susu kedelai	Harga yang ditetapkan sangat terjangkau sebanding dengan

	<i>Yuju_Foodbeverage</i> , apakah sesuai dengan kualitas dari produk yang disajikan ?	kualitas yang disajikan. Dan ketika transaksi pembayaran selalu sesuai dengan daftar harga yang telah diberikan.
--	---	--

13. Narasumber : Kiky

Identitas informan : Konsumen susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Tanggal : 23 Maret 2023

Lokasi : Rumah Produksi susu kedelai *Yuju_Foodbeverage*

Topik Wawancara : Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Inovasi Produk
Susu Kedelai *Yuju_Foodbeverage*

1.	Apakah menurut anda karyawan disini jujur dalam bekerja ?	Sangat jujur sekali mbak.
2.	Apakah anda sebagai konsumen yakin dengan kualitas susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Yakin, karena selalu menjaga kualitas produk susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> .
3.	Menurut anda bagaimana pelayanan yang diberikan <i>Yuju_Foodbeverage</i> ?	Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Semua sangat ramah dan sopan-sopan.
4.	Menurut anda bagaimana	Penetapan harga susu kedelai

	penetapan harga susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> , apakah sesuai dengan kualitas produk ?	<i>Yuju_Foodbeverage</i> ini sudah sebanding dengan kualitas yang diberikan.
5.	Menurut anda bagaimana penetapan harga susu kedelai <i>Yuju_Foodbeverage</i> , apakah sesuai dengan kualitas dari produk yang disajikan ?	Menurut saya harga yang ditetapkan <i>Yuju_Foodbeverage</i> ini sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, dan selalu jujur dalam harga karena sudah jelas dipaparkan pada daftar harga.



DOKUMENTASI



Yuyun Juwita

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

5%

2

digilib.uinkhas.ac.id

Internet Source

2%

3

core.ac.uk

Internet Source

1%

4

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

1%

5

Submitted to IAIN Ponorogo

Student Paper

1%

6

eprints.umm.ac.id

Internet Source

1%

7

repository.iainbengkulu.ac.id

Internet Source

1%

8

www.scribd.com

Internet Source

1%

9

ejournal.iainponorogo.ac.id

Internet Source

1%



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Yuyun Juwita Lestari
2. Tempat & Tanggal Lahir : Magetan, 12 Maret 2001
3. Alamat Rumah : Jalan Kantil, Desa Kenongomulyo RT 04 RW 01 Kecamatan Nguntoronadi, Kabupaten Magetan.
4. HP : 082257286998
5. Email : yoeyoenjoewita@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- | | |
|---------------------------|-----------------|
| MI Kenongomulyo | (2007-2013) |
| SMP Negeri 1 Nguntoronadi | (2013-2016) |
| SMK Negeri 4 Kota Madiun | (2016-2019) |
| IAIN Ponorogo | (2019-sekarang) |

C. Karya Ilmiah

1. Jurnal Ilmiah dengan judul “Analisis Rasio Keuangan untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan”, E-Jurnal Akuntansi TSM, Volume 2, Nomor 3, Tahun 2022. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v2i3.1396>