

PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN BUSANA JAHIT UD. KITA JAYA DI TELUK DALAM

Alberta Yanti Zai

UD. Kita Jaya (Usaha Busana Jahit), Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan, Provinsi
Sumatera Utara, Indonesia

(Bertha20100121015@gamil.com)

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh argumentasi logis dengan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana inovasi produk mempengaruhi volume penjualan busana jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam. Data primer digunakan sebagai sumber data yaitu melalui penyebaran kuesioner, data diperoleh langsung dari objek penelitian pelanggan UD.Kita Jaya Di Teluk Dalam, dan sampel penelitian ini sebesar 120 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif yang bersifat kausal dan diolah menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Dari hasil pengujian hipotesis, berdasarkan hasil uji parsial variabel inovasi produk (X) terhadap volume penjualan bahwa inovasi produk busana jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan busana jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam, kemudian Dari hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap volume penjualan busana jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam. Saran penelitian ini adalah perlu meningkatkan kualitas produk sehingga varian dan desain produknya bisa sangat menarik bagi pelanggan dan tentunya memperhatikan rancangan yang tidak terlalu kuno serta memperhatikan keinginan pelanggan, kemudian perlu memberikan diskon harga.

Kata Kunci : *Inovasi Produk; Volume; Penjualan*

Abstrack

This research is motivated by logical arguments with the aim of this research being to find out how product innovation affects sales volume UD sewing clothing. We are victorious in Teluk Dalam. Primary data is used as a data source, namely data obtained directly from the research object through distributing questionnaires to customers of UD.Kita Jaya in Teluk Dalam, and the sample for this research is 36 respondents. The research method used is a quantitative method that is causal in nature and processed using simple linear regression analysis techniques. From the results of hypothesis testing, based on the partial test results of the product innovation variable (X) on sales volume, it is clear that UD's sewing fashion product innovation. Kita Jaya Di Teluk Dalam has a partial effect on the

sales volume of UD sewing clothing. Kita Jaya Di Teluk Dalam, then based on simultaneous results it is known that product innovation has an effect on the sales volume of UD sewing clothing. We are victorious in Teluk Dalam. The suggestion of this research is that it is necessary to improve product quality so that product variants and designs can be very attractive to customers and of course pay attention to designs that are not too old-fashioned and pay attention to customer desires, then it is necessary to provide price discounts.

Keywords: *Product Innovation; Sales; Volume*

A. Pendahuluan

Perkembangan busana sangatlah cepat dan pesat di kalangan masyarakat, karena adanya perubahan trend mode maka busana juga menjadi gaya hidup masyarakat sesuai dengan ekonomi berbagai aspek kehidupan. Kebutuhan akan busana jahit dengan berbagai macam model yang sangat diminati setiap orang, hal tersebut tidak lain sebagai penunjang penampilan agar terlihat cantik, menarik dan unik. Kebutuhan akan busana sebagai *style fashion* yang semakin tinggi membuat orang – orang berlomba untuk mengenakan busana dengan model yang unik dan menarik. Maka adanya persaingan yang ketat. Menurut Aswan (2023) menjelaskan bahwa inovasi merupakan kegiatan yang merubah kesempatan menjadi sebuah ide yang bisa diterapkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Volume penjualan adalah total

penjualan seluruh jumlah produk. Volume penjualan juga ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Syafitri (2023) mengemukakan bahwa volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Konsep Inovasi Produk (X)

Menurut Darsana dkk., (2023:151) inovasi produk adalah salah satu pilihan yang dapat dilakukan usaha dalam mengatasi persaingan.

Menurut Liswati & Sahal, (2018:67) inovasi dalam konsep luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan

sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami.

Berdasarkan teori diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa inovasi produk adalah salah satu pilihan yang dilakukan untuk menciptakan produk yang sepenuhnya baru, oleh karena itu inovasi digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat.

Konsep Volume Penjualan (Y)

Menurut Seto dkk., (2023:60) volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang yang terjual.

Menurut Supriyati dkk., (2023:107) Volume penjualan suatu bisnis diukur dengan jumlah produk yang terjual selama periode waktu tertentu. Maka peneliti menyimpulkan bahwa volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya jumlah barang yang terjual dan pencapaian penjualan dapat ditarget dengan banyaknya penjualan produk.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan

Menurut Astuti & Sundari (2021) mengemukakan bahwa inovasi produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Menurut Palaguna dkk., (2023) Inovasi adalah suatu ide, atau obyek sebagai suatu yang baru oleh masing masing individu. Proses inovasi sendiri pada prinsipnya merupakan kegiatan pencarian dan pemrosesan informasi dimana individu termotivasi untuk berkarya agar dapat memberi nilai dan pelayanan jauh lebih baik dari persaingan serta dapat meningkatkan volume penjualan usaha. Inovasi juga memberikan solusi yang lebih baik bagi konsumen dalam memilih produk, dan memberikan solusi bagi usaha guna meningkatkan volume penjualannya.

Maka peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap volume penjualan adalah bermula dari keinginan konsumen tentang sebuah produk dengan memperluas produk baru sehingga semakin tinggi nilai dari sebuah produk maka kemungkinan akan mendapatkan perhatian konsumen juga lebih besar dan tinggi minat konsumen juga dapat meningkatkan volume penjualan.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang bersifat kausal.

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Darmawan, (2019:13) "Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden".

Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

b. Sampel

Menurut Sugiyono, (2018:134) "*simple random sampling* dikatakan karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu".

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2018:93) mengatakan mengacu pada lima

kemungkinan tanggapan, yang dapat dilihat di bawah ini:

Konsensus Total (SS) = 5

Saran (A) = 4

Rasio ragu terhadap (RR) = 3

Negatif (TS) = 2

Banyak Tidak Setuju (STS) = 1

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Kuesioner diuji dan diberikan kepada 120 responden untuk mengetahui cocok atau tidaknya instrumen penelitian. Berdasarkan temuan uji validitas, nilai koefisien r hitung masing-masing indikator variabel lebih besar dari 0,176 sehingga menunjukkan bahwa temuan tersebut valid. Setelah dilakukan uji reliabilitas, instrumen variabel dalam penelitian ini menghasilkan nilai Chonbach's alpha lebih besar dari 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Uji normalitas

Disadari bahwa nilai kepentingan 0,200 lebih penting dari 0,05, maka informasi yang dicoba biasa beredar. Kemudian, strategi lain dapat digunakan untuk memutuskan apakah nilai yang tersisa dinormalisasi ke rata-rata atau tidak dengan melihat plot kemungkinan rata-rata. Disadari bahwa informasi berada

disekitar garis miring dan mengindahkan garis miring yang menunjukkan desain penyebaran.

Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Maka terjadi heteroskedastitas dan apa bila Heteroskedastisitas akan terjadi jika residu mempunyai varian. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas maka regresi dianggap berhasil. Gambar plot sebar, di mana sumbu horizontal mewakili nilai sisa kuadrat, dapat digunakan untuk memeriksa kesetaraan varians. Jika scatter plot membentuk plot tertentu maka menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas, sedangkan jika scatter plot membayar secara acak maka menunjukkan tidak ada masalah.

Dengan memanfaatkan bantuan pemrograman IBM SPSS Insights 25 cenderung disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena gambar di atas tidak menunjukkan contoh spesifik dari tempat-tempat yang ada, karena informasi tersebut tidak membentuk contoh spesifik namun plot penyebaran menyebar secara

sembarangan. Hal ini menyiratkan bahwa berbagai kondisi kekambuhan telah memenuhi kecurigaan esensial bahwa perbedaan yang ada tidak berbeda untuk semua persepsi.

Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33.334	3.697		9.015	.000
Inovasi Produk	.231	.086	.240	2.684	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Berdasarkan Tabel 1.13, untuk Diketahui pengaruh inovasi produk (X) terhadap volume penjualan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,684 dan nilai penting 0,000. Sedangkan nilai t_{tabel} dengan kebebasan (df) $n-k-1$ $(120-1-1) = 118$ signifikan sebesar 1,65787. $\alpha = 0,05$, maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan Busana Jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 ^a	.058	.050	5.273

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Dari hasil pengolahan data pada Tabel 1.14, Variabel independen mempunyai nilai sebesar 0,58 persen dibandingkan dengan variabel dependen yang ditentukan oleh koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,058%.

Analisis Regresi Linear Sederhana

$$Y = 33.334 + 0,231X$$

- Nilai positif konstanta (a) sebesar 33,334. menunjukkan bahwa nilai keberhasilan usaha tetap ada meskipun nilai inovasi produk nol.
- Variabel kualitas produk (b) mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,231. Hal ini menunjukkan bahwa volume penjualan (Y) juga akan meningkat atau menurun sebesar 0,231 jika inovasi produk (X) meningkat sebesar satu satuan.

D. Penutup

Simpulan

Melihat hasil eksplorasi dan perbincangan yang telah dipaparkan, cenderung beralasan demikian variabel inovasi produk berpengaruh terhadap volume penjualan Busana Jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam. Pada untuk (X) terhadap inovasi produk diketahui nilai t_{hitung} sebesar 2.684 dan nilai penting 0,000.

Sedangkan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ ($120-1-1$) = 118 signifikan sebesar 1,657. $\alpha = 0,05$, maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan Busana Jahit UD. Kita Jaya Di Teluk Dalam. Dari hasil pengolahan data pada tabel 1.14 diatas, Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,058 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. sebesar 0,58%. Hasil nilai regresi linier sedernaha adalah: $Y=33.334 + 0,231X$.

Saran

- Dalam persaingan yang ketat UD. Kita Jaya perlu melakukan strategi seperti kenali konsumen, terus berinovasi, memperkuat *brand*, memperluas jangkauan pasar dan

memberi pelayanan yang baik.

2. Dalam perubahan *trend mode* UD. Kita Jaya perlu melakukan pemahaman yang mendalam terkait *trend fashion*, bahkan menerapkan fleksibilitas dalam perencanaan produk tersebut dan harus meningkatkan value usaha dan memperhatikan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.
3. Kurang jeli melihat perkembangan *trend* UD. Kita Jaya harus cepat menangkap peluang, dengan *trend fashion* yang berubah begitu cepat maka pelaku usaha harus lebih jeli ketika ingin menggaet konsumen. Karena jika tidak konsumen bisa saja beralih ke brand lainnya.

E. Daftar Pustaka

- Arum Widiatul Aini, & Adriani Kala'lembang. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI DAN PELATIHAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN KEBUN RAYA PURWODADI PASURUAN. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/pareto.v9i2.2343>
- Astuti, M. F., & Sundari, P. (n.d.). *Terhadap Volume Penjualan Di Cv Mega*. 1–6
- Aswan, K., Syafitri, N., & Rahmizal, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti UD. Rotiku di Kota Padang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah...*, 2(2), 442–452. <http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/1065%0Ahttp://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/download/1065/1074>
- Buulolo, R. (2024). Analisis Tata Cara Pemungutan Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 Oleh Bendaharawan Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 265-276. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1384>
- Darmawan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. Latifah (ed.); 4th ed.). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Darsana, I. M., Anita, S. Y., Trisilia, M., Sari, O. Y., Raharjo, T. Bu., Firdaus, Bahri, Puspasari, D., Pratiwi, N. A., Salijah, E., Aprijane, K., Widawati, A. S., Sari, D. F., & Prasnowo, M. A. (2023). *Manajemen Operasional* (M. A.

- Wardana (ed.)). CV. Intelektual
Manifes Media. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2334>
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. Nuta Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. Nuta Media
- Gaho, Y. (2023). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 23-29. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1050>
- Harefa, D, Dkk. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10.
- Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 63-79. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2347>
- Harefa, D. (2024). The Influence Of Local Wisdom On Soil Fertility In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 3(2), 18-28. <https://doi.org/10.57094/jsa.v3i2.2333>
- Harefa, D., & Fatolosa Hulu. (2024). Mathematics Learning Strategies That Support Pancasila Moral Education: Practical Approaches For Teachers. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 51-60. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.2299>
- Harefa, D., (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara).

- Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik, 7(2), 49–73.
- Laia, H. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1-9. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1047>
- Liswati, & Sahal, M. (2018). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan* (1st ed.). PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ndruru, S. (2023). PENGARUH MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 37-42. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1052>
- Palaguna, D., Mutia, A., & Ahmad Syahrizal. (2023). DOI: <https://doi.org/10.55606/jurimea.v3i3> Pengaruh Inovasi Produk , Promosi , Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Kopi Liberika Tungkal Di Gerai UMKM Mekar Jaya Kecamatan Betara. 3(3), 291–299.
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
- Rustiani Duha, & Harefa, D. (2024). *Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/model-model-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. *NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 5(1), 27–36. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2023). Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (Physalis Angulata L.) Sebagai Obat Tradisional . *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>

- Sarumaha, M., Dkk. (2024). *Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Nias Selatan: Membangun Identitas Budaya Pada Generasi Muda*. 12(3), 663. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i3.6585>
- Seto, A. A., Fathihani, Nazarudin, I., Lestari, Sari, O. H., Mareta, S., Susiang, M. I. N., Indrawati, A., Zulkifli, Purwatmini, N., Kamal, B., & Ramadhan, A. R. (2023). *Manajemen Keuangan Dan Bisnis Teori dan Implementasi* (Sepriano & Efitra (eds.); 1st ed.). PT.Sonpedia Publishing Indonesia.
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. ALFABETA.
- Telaumbanua, K., & Harefa, D. (2024). Efektivitas Layanan Penguasaan Konten Dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar . *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 3(2), 16-29.
- <https://doi.org/10.57094/faguru.v3i2.19>
- Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72. <https://doi.org/10.57094/tunas.v4i1.885>
- Warae, Y. (2023). PENGARUH STRES KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 30-36. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1051>
- Waruwu, Y., & Tafonao, A. (2023). PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KOMISI PEMILIHAN UMUM NIAS BARAT. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 17-22. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1049>
- Wau, F. T., & Mario Andrias Kiton. (2023). PENGARUH KEMAMPUAN, MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset*

Bisnis Dan Manajemen, 8(2), 10-16.

<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.10>

48