

TESIS

**PENGARUH PEMASARAN, KEMASAN DAN LABEL
HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK
USAHA MIKRO, DI KABUPATEN KUBU RAYA,
KALIMANTAN BARAT
(Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan
Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)**



**AHMAD YAHDIL FATA RAMBE
NIM. 2184200046**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONTIANAK
2023**

TESIS

**PENGARUH PEMASARAN, KEMASAN DAN LABEL
HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK
USAHA MIKRO, DI KABUPATEN KUBU RAYA,
KALIMANTAN BARAT
(Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan
Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)**



**AHMAD YAHDIL FATA RAMBE
NIM. 2184200046**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan
mendapatkan gelar Magister Ekonomi (M.E.)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONTIANAK
2023**

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Shalawat serta salam turunkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat.

Tesis ini merupakan karya penulis sebagai tugas akhir pada Pascasarjana IAIN Pontianak. Tesis ini mengkaji Pengaruh Pemasaran, Kemasan dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat.

Profesionalisme dan amanah manajerial dalam konteks sekarang masuk dalam sistem Good Corporate Governance (GCG), yaitu suatu sistem yang berfungsi untuk menjaga kesehatan sebuah perusahaan, baik yang berbasis syariah maupun yang berbasis konvensional. Hingga akhirnya nantinya Label halal tersebut dapat mewujudkan kesejahteraan ekonomi.

Penulis menyadari bahwa karya ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini, penulis menyatakan rasa hormat dan terimakasih yang setinggi dan sebanyak-banyaknya. Rasa terima kasih, penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Syarif, MA selaku Rektor IAIN Pontianak.
2. Prof. Dr. H. Zaenuddin, S. Ag.MA selaku Direktur Pascasarjana IAIN Pontianak.

3. Dr. Luqman, M. Si. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Islam.
4. Dr. Saifuddin Herlambang, MA. dan Dr. Ismail Ruslan, M. Si. selaku pembimbing sekaligus promotor penulis yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis yang sangat berguna demi kualitasnya tesis ini.
5. Prof. Dr. Ibrahim, MA dan Dr. Luqman, M. Si. Selaku penguji pada tesis ini, semoga pemikiran ilmu yang diberikan dibalas Allah SWT.
6. Seluruh civitas akademika Pascasarjana IAIN Pontianak: Bapak dan Ibu dosen yang telah membuka pemikiran intelektual penulis, dan seluruh staf dan karyawan Pascasarjana.
7. Orang tua terhebat Ayahanda Drs. H. Ahmad Eddy Merpi Rambe dan Ibunda Dra. Nurmajiah, S. Pd. Yang senantiasa mendoakan penulis dan mendukung baik moril maupun materil. Adik saya Arjuna Yahdil Fauza Rambe, S.Pd, Bima Yahdil Akbar Rambe, Putri Yahdiana Rambe, yang selalu memberikan motivasi kepada penulis, dan Dr. H. Saifuddin Herlambang, MA. Beserta keluarga yang tak henti-hentinya memberikan motivasinya kepada penulis, serta banyak mengajarkan tentang arti kehidupan yang sebenarnya, Tak lupa teman hidup selama di Pontianak Basri, Ikram dan Indra, Arifin, serta seluruh anggota keluarga yang tidak bisa penulis disebutkan satu persatu.
8. Sahabat seperjuangan, para mahasiswa Pascasarjana IAIN Pontianak, khususnya Prodi Ekonomi Islam angkatan IV Tahun

2018, yang telah menularkan semangatnya dan memberikan arahan-arahan dalam pengerjaan tesis ini: Dewi Puryanti, Gusti M Hukma, Alm.Hamsah, Irshal Syukra, M. Chaidir, Nursida, Rita siswati, Rohimin, Rosani, Sudiharisman dan rekan-rakan lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhirnya untaian doa penulis panjatkan kepada Allah SWT, semoga semua pihak yang telah berpartisipasi, dikaruniakan rahmat dan balasan yang sebesar-besarnya. Penulis berharap, karya ini tidak hanya sekedar menjadi pelengkap syarat gelar Magister Ekonomi IAIN Pontianak, akan tetapi dapat bermanfaat juga dalam memperkaya pengetahuan intelektual di Indonesia dan Ilmu Ekonomi Syariah Khususnya.

Dengan segala kerendahan hati dan penuh keterbukaan penulis bersedia menerima kritik dan saran, karena hal itu sangat penulis butuhkan dalam rangka kesempurnaan penulisan tesis ini. Bagi seorang penulis, tidak ada harapan dari sebuah tulisan kecuali ada manfaatnya bagi orang lain.

Akhir kalam, penulis meemohon ampun kepada Allah SWT dan senantiasa memohon petunjuk, hidayah dan ‘inayah-Nya, amin.

Pontianak, Desember 2022

Penulis

NOTA PEMBIMBING I



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK
PASCASARJANA**

Gedung Pascasarjana Jl. Letjen. Soeprapto Nomor 19 Telp. (0561) 734170 / 740601
Fax. (0561) 734170 Pontianak 78121

NOTA PEMBIMBING I

Dr. H. Saifuddin Herlambang, S. Ag, M.A

Dosen IAIN Pontianak

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Ahmad Yahdil Fata Rambe

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

Institut Agama Islam Negeri Pontianak

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara:

Nama : Ahmad Yahdil Fata Rambe

NIM : 2184200046

Dosen Pembimbing I : Dr. H. Saifuddin Herlambang, S. Ag, M.A

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : *Pengaruh Pemasaran, Kemasan Dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)*

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pontianak.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pontianak, Desember 2022
Pembimbing I,



Dr. H. Saifuddin Herlambang, S. Ag, M.A
NIP. 197310222011011001

NOTA PEMBIMBING II



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK
PASCASARJANA**

Gedung Pascasarjana Jl. Letjen. Soeprpto Nomor 19 Telp. (0561) 734170 / 740601
Fax. (0561) 734170 Pontianak 78121

NOTA PEMBIMBING II

Dr. Ismail Ruslan, M. Si

Dosen IAIN Pontianak

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Ahmad Yahdil Fata Rambe

Kepada Yth.

Direktur Program Pascasarjana

Institut Agama Islam Negeri Pontianak

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis saudara:

Nama : Ahmad Yahdil Fata Rambe

NIM : 2184200046

Dosen Pembimbing II : Dr. Ismail Ruslan, M. Si

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : *Pengaruh Pemasaran, Kemasan Dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)*

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pontianak.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pontianak, Desember 2022

Pembimbing II,



Dr. Ismail Ruslan, M. Si
NIP. 197403251999031002

PERSETUJUAN REVISI HASIL UJIAN TESIS



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK
PASCASARJANA

Gedung Pascasarjana R. Letjen. Soesanto Nomor 19 Telp. (0561) 734170 / 740601
Fas. (0561) 734170 Pontianak 78121

PERSETUJUAN REVISI HASIL UJIAN TESIS

Tesis yang berjudul: **Pengaruh Pemasaran, Kemasan dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Di Kecamatan Sungai Raya**, disusun oleh **Ahmad Yahdil Fata Rambe** NIM 2184200046 telah dinyatakan lulus ujian tesis yang diselenggarakan pada hari/tanggal **Senin/26 Desember 2022**

Tesis ini telah diperbaiki sesuai saran dan komentar para penguji sehingga disetujui untuk diajukan sebagai syarat pengesahan tesis.

Pontianak, Desember 2022

Dewan Penguji:

No.	Nama/Pembimbing/Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Saifuddin Herlambang, MA Pembimbing I/Ketua Sidang	
2	Dr. Ismail Ruslan, M. Si Pembimbing II/Sekretaris Sidang	
3	Prof. Dr. Ibrahim, MA Penguji I	
4	Dr. Luqman, M. Si Penguji II	

LEMBAR PENGESAHAN TESIS



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK
PASCASARJANA
Gedung Pascasarjana Jl. Letjau, Seputang Nekar 3/Telp. (0561) 734170 / 740601
Fax. (0561) 734179 Pontianak 78121

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis yang berjudul: **Pengaruh Pemasaran, Kemasan dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Di Kecamatan Sungai Raya.** disusun oleh **Ahmad Yahdil Fata Rambe NIM 2184200046** telah dinyatakan lulus ujian tesis yang diselenggarakan pada hari/tanggal **Senin/26 Desember 2022**

Tesis ini telah diperbaiki sesuai saran dan komentar para penguji sehingga disetujui untuk diajukan sebagai syarat pengurusan Ijazah.

Pontianak, Desember 2022

Tim Penguji:

No.	Nama/Pembimbing/Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Saifuddin Herlambang, MA Pembimbing I/Ketua Sidang	
2	Dr. Ismail Ruslan, M. Si Pembimbing II/Sekreteris Sidang	
3	Prof. Dr. Ibrahim, MA Penguji I	
4	Dr. Luqman, M. Si Penguji II	
5	Prof. Dr. H. Zaenuddin, S. Ag, MA Mengetahui Direktur Pascasarjana	

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONTIANAK
PASCASARJANA
Gedung Pascasarjana Jl. Letjen. Soeprato Nomor 19 Telp. (0561) 734170 / 740601
Fax. (0561) 734170 Pontianak 78121

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Yahdil Fata Rambe

NIM : 2184200046

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : *Pengaruh Pemasaran, Kemasan Dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan- ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tesis saya ini hasil jiplakan, maka saya rela bila gelar dan ijazah yang diberikan Institut kepada saya akan batal saya terima.

Pontianak, Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Yahdil Fata Rambe

LEMBAR PENGECEKAN PLAGIARISME

PENGARUH PEMASARAN, KEMASAN DAN LABEL HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN KUBU RAYA, KALIMANTAN BARAT (STUDI KASUS PELAKU USAHA UMKM DI KECAMATAN SUNGAI RAYA, KABUPATEN KUBU RAYA)

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPER

PRIMARY SOURCES

1

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

% 7

2

repository.iainbengkulu.ac.id

Internet Source

% 3

3

jurnal.unej.ac.id

Internet Source

% 2

4

www.cermati.com

Internet Source

% 2

5

ejournal.radenintan.ac.id

Internet Source

% 2

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

ABSTRAK

AHMAD YAHDIL FATA RAMBE dengan NIM 218420046 Pengaruh Pemasaran, Kemasan, dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam, bagaimana Pengaruh Pemasaran, Kemasan dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro, Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha Umkm Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya).

Penelitian ini, menggunakan jenis penelitian Field Reserch dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Data di peroleh dengan Teknik observasi yang diperlukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya, dimulai dari kesadaran para pelaku UMKM untuk memiliki sertifikat halal dalam mempromosikan hasil produk yang akan dipasarkan, dan agar mendapatkan tingkat penjualan yang jauh meningkat inilah yang melatarbelakangi para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal akan produk mereka, Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan UM di Kecamatan Sungai Raya. Sangat berpengaruh dimana dari setiap tingkatan

mempengaruhi akan tingkat pendapatan para pelaku UM yang ada di Kec. Sungai Raya, namun bila untuk di urutkan mana yang lebih berpengaruh: Kemasan, Label Halal, dan Pemasaran.

Kata Kunci: Pemasaran, Kemasan, Label Halal, Tingkat Penjualan Usaha Mikro.

ABSTRACT

AHMAD YAHDIL FATA RAMBE with NIM 218420046 The Effect of Marketing, Packaging and Halal Label on the Sales Level of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) Products in Kubu Raya Regency, West Kalimantan (Case Study of Umkm Business Actors in Sungai Raya District, Kubu Raya Regency)

This study aims to find out more deeply, how the Effect of Marketing, Packaging and Halal Label on the Sales Level of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) Products in Kubu Raya Regency, West Kalimantan (Case Study of Umkm Business Actors in Sungai Raya District, Kubu Raya Regency).

This research, using the type of research Library Reserch by using qualitative research methods, Data analysis that will be used in this research is descriptive analysis. Data obtained by observational techniques required by interviews and documentation.

The results of the study indicate that: The strategy of UMKM that already have a Halal Certificate for Sales Levels in Sungai Raya District, starting from the awareness of UMKM players to have halal certificates in promoting the results of products to be marketed, the factors behind this Halal Certificate in terms of marketing, labels, and in order to get a much higher level of sales, this is what motivates UMKM players in conducting halal certification of their products, the Effect of Marketing, Product Packaging and Halal Labels on UMKM Sales in Sungai Raya District. It is very influential where from each level it affects the income level of UMKM players in Sungai Raya

sub-district, but if you order which one is more influential: Packaging, Halal Label, and Marketing.

Keywords: Marketing, Packaging, Halal Label, Sales Level of MSMEs.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Sesuai dengan Lampiran Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang Pembakuan Pedoman Transliterasi Arab-Latin.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	B	Be
ت	tā'	T	Te
ث	sā'	Š	ES (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	hā'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	Kh	KA dan HA
د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Ž	ZET (dengan titik di atas)
ر	rā'	R	ER
ز	Zāi	Z	ZET

س	Sin	S	ES
ش	Syin	Sy	ES dan YE
ص	Sād	Ş	ES (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	DE (dengan titik di bawah)
ط	ta	T	TE (dgn titik di bawah)
ظ	za	Z	ZET (dgn titik di bawah)
ع	‘ain	...’...	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	GE
ف	fa’	F	EF
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
.....	fathah dan yā’	Ai	a dan i
.....	fathah dan wāu	Au	a dan u

2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
..... ۱.....	fathah dan alif atau yā’	ā	a dan garis di atas

.....	kasrah dan yā'	i	i dan garis di atas
.....'	dammah dan wāu	ū	u dan garis di atas

3. Tā' Marbūtah

Transliterasi untuk tā' marbūtah ada dua.

a. Tā' Marbūtah Hidup

Tā' marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t. b.

b. Tā' Marbūtah Mati

Tā' marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukūn, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya tā' marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al", serta bacaan kedua kata itu terpisah maka tā' marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ۱ ۲. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

l diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
NOTA PEMBIMBING I.....	vi
NOTA PEMBIMBING II.....	vii
PERSETUJUAN REVISI HASIL UJIAN TESIS.....	viii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	x
LEMBAR PENGECEKAN PLAGIARISME.....	xi
ABSTRAK.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xxi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Rumusan Masalah.....	16
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II	
LANDASANTEORI.....	19
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	19
B. Tinjauan Pustaka.....	24
1. Pemasaran.....	24
2. Kemasan Produk.....	25

3. Label.....	26	
4. Pengertian Tingkat Penjualan.....	28	
5. Label Halal Dalam Penjualan.....	30	
6. Landasan Hukum Label Halal Dalam Penjualan.....	31	
C. Kerangka Berfikir.....	36	
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN.....		37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37	
B. Setting Penelitian.....	37	
C. Sumber Data dan Penelitian.....	38	
1. Sumber Primer.....	38	
2. Sumber Sekunder.....	38	
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	38	
1. Observasi.....	39	
2. Interview.....	39	
3. Dokumentasi.....	40	
E. Teknik Analisis Data.....	40	
F. Sistematika Penulisan.....	40	
BAB IV		
PEMBAHASAN.....		43
A. Paparan Tempat Hasil Penelitian.....	43	
1. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	43	
2. Batas Wilayah.....	43	
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	43	

1. Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya	43
2. Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya	48
3. Label Halal Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya	51
4. Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.....	57
5. Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan UMKM di Kecamatan Sungai Raya..	63

BAB V

PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) suatu kegiatan usaha yang mendatangkan peluang lapangan pekerjaan serta mampu memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat dan ikut andil dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam memajukan stabilitas nasional. (Hariati, dkk, 2018: 84)

Masyarakat juga dapat membantu dalam memajukan ekonomi nasional, dapat dilihat dari adanya peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peran dari UMKM itu sendiri sangat penting dan strategis dalam membangun perekonomian nasional, karena UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, ini dapat dilihat berdasarkan jumlah dari industri yang besar dan terdapat disetiap sektor perekonomian, berpotensi dalam pengambilan tenaga kerja. (Sudati Nur Sarfiah, dkk, 2019: 137)

Beberapa alasan lainnya usaha mikro dan kecil memanfaatkan akan sumberdaya yang ada seperti pada sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan perdagangan, sehingga UMKM lebih dominan kontribusinya terhadap pendapatan nasional. (Sudati Nur Sarfiah, dkk, 2019: 138)

Pemasaran salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu dari bentuk kegiatan dalam usaha yang dilakukan sebelum proses penjualan agar sebuah

usaha atau produknya dapat dikenal oleh para calon pembeli. Ini dikarenakan pemasaran bertujuan untuk menggabungkan keinginan dari kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.

Untuk baik dalam bagian pemasaran ada beberapa strategi atau cara dalam memenangkan keunggulan persaingan yang berkesinambungan untuk pemilik usaha yang memproduksi barang ataupun jasa. Model pemasaran salah satu dasar yang dapat digunakan dalam menyusun perencanaan usaha secara menyeluruh. Semakin kerasnya persaingan yang dirasakan oleh para UMKM, dengan keadaan seperti itu UMKM dituntut memiliki strategi pemasaran guna menghadapi persaingan antar UMKM. Apalagi dengan kondisi sekarang ini persaingan antar UMKM semakin ketat, kemampuan untuk meningkatkan penjualan akan terus dihadapi UMKM itu sendiri, baik dalam bidang makanan atau jasa. (Mashuri, 2019: 222)

Selain dari pemasaran cara selanjutnya yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM guna meningkatkan penjualannya adalah dari segi periklanan. Maksudnya periklanan disini yaitu periklanan yang dilakukan diinternet ataupun sosial media, ini juga sangat berpengaruh terhadap informasi dari produsen terhadap konsumen. Ini membuktikan bahwasanya kegiatan promosi atas suatu produk akan lebih baik hasilnya apabila program periklanan yang dilakukan di media sosial juga dengan tingginya pemasaran melalui jaringan media sosial. Cara periklanan ini dapat juga dikatakan mempunyai pengaruh yang sangat besar dengan demikian akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk pembelian.

Produk halal merupakan bagian dari kewajiban umat islam dalam mengkonsumsi barang ataupun makanan. Dengan demikian umat islam khususnya di Indonesia kini harus cenderung harus memilih produk berlabel halal. Akan tetapi untuk memiliki label tersebut ada beberapa hal tahapan yang harus dilakukan produsen demi mendapat sertifikat tersebut. (Musyfikah Ilyas, 2017: 359)

Di era sekarang ini masyarakat muslim lebih dituntut untuk mengkonsumsi produk halal, ini dikarenakan agar mendapatkan suatu kebaikan serta menjauhkan diri dari keburukan akan barang yang dikonsumsi tersebut. Begitu juga dengan para pemilik usaha, disamping masyarakat yang sudah mulai mengerti akan pentingnya label halal tersebut, sertifikasi halal ini juga bisa sebagai penunjang akan penjualan barang yang diproduksi.

Gambar 1: Alur Pengurusan Sertifikat Halal



Sumber: LPPOM MUI PUSAT Tahun 2021

Sesuai dengan keputusan Menteri Agama tentang layanan sertifikasi halal yang kini ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melayani para produsen yang mengajukan permohonan sertifikat halal dan menerbitkan sertifikat halal. LPPOM MUI bertugas melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk. Komisi Fatwa MUI bertugas menjalankan pengkajian ilmiah terhadap hasil dari berbagai pemeriksaan dan pengujian akan kehalalan produk tersebut. (LPPOM-MUI)

Jika hasil audit tidak disetujui maka dilakukan perbaikan untuk di tindak lanjuti kembali pemeriksaan tersebut, namun apabila pemeriksaan tersebut disetujui maka komisi fatwa MUI akan memfatwakan sebagai produk halal. (KMA No. 982/2019)

Seorang konsumen muslim khususnya, diminta untuk selalu membawa setiap hubungannya kepada sang khaliq. Setiap pergerakannya, yang mengarah kepada suatu pembelian guna mencukupi kebutuhan sehari-hari tidak lain merupakan investasi zikir dirinya kepada Allah SWT. Maka dari itulah diminta memilih jalan yang baik yang diarahkan Allah dengan tidak memilih atau bahkan menggunakan barang haram, tidak kikir, dan juga tamak agar hidup selamat didunia dan akhirat. (Azhari Akmal Tarigan, 2014: 10)

Para pemilik usaha harus memahami terlebih dahulu kriteria sistem jaminan halal yang termuat dalam sistem 23000 yaitu merupakan persyaratan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh LPPOM MUI guna menjamin proses sertifikasi halal akan suatu produk. Ini yang harus dimiliki para pemegang sertifikat halal tersebut. Sehingga nantinya para pemilik usaha diharuskan mengikuti pelatihan yang

dilaksanakan lembaga terkait yang memberikan sertifikat halal tersebut. (LPPOM-MUI)

Agar ibadah dan do'a diterima oleh Allah, maka diharuskan berusaha sebaik mungkin untuk memakan dan minum yang di konsumsi itu halal lagi baik, karena makanan yang haram bukan hanya masalah ummat muslim saja, tetapi juga berkaitan dengan masyarakat luas pada umumnya. (Ma'ruf Amin 2013: 20)

Namun bagi para pemilik usaha setelah paham akan pemasaran, bentuk kemasan prduk harus juga mengetahui sistem jaminan halal, yang merupakan persyaratan dari sertifikasi halal selanjutnya para pemilik usaha harus mendaftarkan produknya yang akan di berikan sertifikat halal, serta membuat tim manajemen halal, serta mengkaji ulang sistem manajemen yang telah dilakukan.

Berhasil tidaknya akan sertifikasi halal tersebut, tergantung bagaimana cara para lembaga dalam menjelaskan kepada para pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi halal tersebut, guna sebagai meningkatkan hasil penjualan mereka dengan diterbitkannya sertifikat halal tersebut untuk usaha yang sedang mereka tekuni.

Selain itu sebelum masuk ke aktifitas penjualan, perlu dilakukan strategi pasar sesuai dengan paradigma moral. Selain itu juga, sebelum ke proses penjualan sebaiknya sudah membekali dengan sikap disiplin diri, yaitu pelaku usaha kecil diharapkan mengedepankan jiwa kewirausahaan dalam setiap kegiatan bisnis yang di mana kali ini pelaku UMKM Kubu Raya harus dapat memiliki perilaku kewirausahaan yang kuat. (Deddy Hendarwan, 2018: 66)

Nabi Muhammad SAW mengatakan: *“Perdagangan yang amanah dan benar akan ada bersama dengan para syuhada dihari kiyamat nanti”*. (HR. Ibnu Majah dan Al-Hakim).

Ini juga sesuai akan model dari kebebasan pasar dimana sebahagian dari para pemilik usaha akan memanfaatkan sumberdaya yang langka berupa tenaga kerja, bahan mentah, informasi atau ilmu pengetahuan dan modal untuk menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat. Selain itu perlu juga adanya nilai moral dalam bisnis, karena bisnis yang baik bukan hanya bisnis yang mengantungkan keuntungan akan tetapi juga harus baik untuk orang lain, melihat semakin banyaknya produk kemasan yang bersal dari daerah lain inilah yang nantinya bagian dari sistem jaminan halal akan sertifikat tersebut yang akan disampaikan kepada para pemilik usaha yang sedang mengurus sertifikat halal akan usahanya tersebut. (Desi Indah Sari, 2018: 2)

Perlu dipahami bahwasanya yang di ajukan dalam proses sertifikasi halal ini bukan hanya makanan dan barang. Akan tetapi sesuai dengan yang tertuang dalam pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014: Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ini juga dikelompokkan atas 2 kategori: Pertama, Barang dimana ini termasuk makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang yang dipakai serta digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat. (UU No. 33 Tahun 2014)

Kedua jasa dimana ini termasuk didalamnya penyembelihan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian.

Seluruh produk tersebut harusnya melalui sertifikasi halal. Jangan sampai pelaku usaha seenaknya sendiri menuliskan halal. Karena sertifikat dan label halal sendiri pun memiliki perbedaan, karena label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk.

Sementara itu sertifikat halal merupakan pengakuan atas kehalalan dari suatu produk yang telah dikeluarkan berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan MUI. Jika pemilik usaha berhasil memegang sertifikat halal, maka produk yang dijual sudah termasuk dalam kategori halal, yaitu produk yang suda dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam, yang dilihat dari adanya label halal atas prduk tersebut.

Proses pendaftaran, pemeriksaan, pengujian produk, sidang fatwa, hingga diterbitkannya sertifikat dan label halal butuh biaya. Aturan tarif atau biaya sertifikasi halal sudah difinalisasi Kementerian Keuangan. Besaran tarif tergantung jenis usah, produk, atau lainnya, sehingga tidak semua pelaku usaha dikenakan biaya yang sama.

Untuk pengurusan label halal, disetiap MUI Provinsi dan Kabupaten bisa mengurus akan sertifikat tersebut, ini dilakukan guna memudahkan setiap pelaku usaha dalam mendaftar atau mengurus dari sertifikasi halal tersebut. Dimana nantinya pelaku usaha baik di provinsi ataupun kabupaten dapat mendaftarkan sertifikat halal akan usaha yang sedang ditekuni.

Pengurusan label halal yang sebelumnya diberikan oleh Majelis Ulama Indoneisa (MUI), namun setelah tahun 2020 penerapan jaminan halal tersebut dikordinir oleh Kementerian Agama. Meskipun ada aturan baru maka untuk para pemilik usaha

yang memiliki sertifikat halal di atas tahun 2020 atau yang suda jatuh tempo maka pengurusan sertifikat halal tersebut akan dikelola oleh kementerian agama.

Untuk mengenai pembayaran dalam pengajuan sertifikat produk halal tersebut dilakukan pada 3 pihak yang terlibat, yaitu Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), MUI, serta Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPPH).

Pemerintah telah merespon secara positif pentingnya sertifikasi serta memunculkan tanda atau tulisan halal pada produk melalui beberapa regulasi. Sebagai kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya merupakan hak asasi setiap rakyat indonesia harus senantiasa tersedia cukup setiap saat, aman, bermutu, bergizi, serta dengan harga yang sangat terjangkau dengan daya beli masyarakat. (Panji Adam Agus, 2017: 153)

Sistem jaminan produk halal merupakan bagian dari kepastian hukum tergadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Maka dari itu informasi kehalalan suatu produk yang berbentuk sertifikat halal dan pencantuman label halal sangat penting bagi konsumen Muslim.

Label halal ini sebenarnya juga bisa sebagaiantisipasi dalam perlindungan dari berbagai macam makanan yang dianggap tidak layak konsumsi sesuai syariat Islam, sertifikat ini juga sebagai salah satu keutamaan bagi daya saing di perdagangan internasional yang dapat melindungi barang yang diproduksi dalam negeri akan sebuah produk asing karena adanya perdagangan bebas (*Free Trade*). Sebagaimana Nabi Muhammad SAW bersabda:

“Tidak ada makanan yang lebih baik yang dimakan oleh seseorang daripada yang dihasilkan oleh tangannya sendiri”. (HR. Bukhari)

Jaminan tentang produk halal ini dilakukan sesuai dengan tujuan perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas, dan transparansi, efektifitas, dan efisiensi. Serta memberikan keamanan, keselamatan, dan kepastian akan ketersediaan produk halal, guna meningkatkan nilai tambah akan pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal. Sekarang ini mulai bergerak untuk memulai akan sertifikasi halal produk makanan dan minuman lokal maupun impor yang selalu diperhatikan hingga wajib melakukan sertifikasi halal. Ini juga merupakan faktor kebijakan pemerintah dibidang perdagangan yang mewajibkan untuk mencantumkan label halal disetiap produk. (Ahda Segati, 2018: 160)

Label halal merupakan strategi bisnis yang seharusnya dijalankan produsen sebagai jaminan halal bagi konsumen. Selain sebagai jaminan halal terhadap konsumen, label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen. Ini juga sebagai strategi dalam melindungi pasar dan strategi penantang pasar (Siska Maya, 2016: 274)

Labelisasi halal dan sertifikat sesuatu yang sebelumnya tidak ada pada masa lampau, namun kini menjadi sangat penting sebab dianggap urgen dalam membangun keyakinan, kepercayaan dan kepastian material makanan yang dikonsumsi, terkhusus bagi seorang umat muslim, sebab islam sudah mengatur permasalahan makanan dengan aturan makanan halal dan haram. Selain itu sertifikat halal

juga merupakan salah satu etika bisnis yang harus dijalankan sebagai bentuk jaminan halal bagi knsumen (Hayyun Durratul Faridah, 2019: 69)

Mengkonsumsi Produk halal merupakan tanggung jawab pemilik usaha kepada konsumen muslim, untuk memberikan bukti sebagai keyakinan bagi konsumen maka produk yang dimiliki oleh usaha tersebut harus memiliki sertifikat halal.

Keberadaan jaminan produk halal ini berangkat dari beberapa konsep permasalahan, bahwa masyarakat juga berhak mendapatkan informasi yang benar, baik secara kuantitas ataupun kualitas atas produk atau barang yang di inginkan. Dengan ini maka barang-barang yang kadaluarsa, pemakaian bahan warna yang bukan diperuntukkan, bahkan bisa sampai mengancam keselamatan dan kesehatan masyarakat dapat dihindari. (Nency Ravica Lia Erlyta, dkk, 2015: 261)

Bahkan Allah SWT mewajibkan setiap hamba-hambanya untuk selalu mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal lagi baik, sebagai mana firmanNya dalam Q.S. Al-Baqarah: 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطْوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu ”. (QS. Al-Baqarah 2: 168) (Al- Qur’an, Terjemahan Kementerian Agama)

Berbisnis di era modern sekarang ini menjadi realitas aktivitas yang sangat kompleks. Dimana kita harus mengikuti berbagai macam keinginan para konsumen guna untuk meningkatkan penjualan. Dimana sebagai pemilik usaha harus mengetahui berbagai macam prosedur yang harus ditingkatkan diberbagai usaha yang dijalani. (Mashuri, 2019: 220)

Padahal sebenarnya agama islam sangat mendorong ummatnya untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau para pelaku usaha, karenanya bagi setiap muslim jiwa kewirausahaan sebenarnya sudah menjadi bagian dari hidupnya. Allah berfirman QS. Al-Jum'ah 62: 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَإِذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila kamu telah melaksanakan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah rizki Allah dan Ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung”. (QS. Al-Jumu'ah 62: 10)

Tidak menutup kemungkinan maju atau meningkatnya dari usaha yang dijalani terfokus terhadap updatenya pemilik usaha akan peraturan di era modern sekarang ini. Sehingga sebenarnya peraturan yang diterapkan pemerintah bukan untuk menyusahkan para pelaku usaha akan tetapi tidak lain untuk membantu para pemilik usaha untuk meningkatkan hasil dari penjualannya.

Salah satunya harus memahami mengenai pemasaran, membentuk kemasan yang baik serta memiliki label kehalalan

akan produk atau barang dan jasa yang sedang ditekuni oleh para pemilik usaha yang sedang ditekuni, tidak menutup juga bagi para Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), selain dari beberapa aturan yang harus dipenuhi sertifikat halal juga membantu untuk meningkatkan penjualan bagi seluruh UMKM. (Mashuri, 2019: 216)

Dengan demikian keuntungan dalam usaha seharusnya di rasakan oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, guna terciptanya keadilan sosial dalam bermasyarakat. Ini jugalah nantinya yang menyebabkan meningkatnya penjualan, selain itu nilai moral dalam berusaha, karena usaha yang baik itu bukan hanya usaha yang menguntungkan akan tetapi juga harus memberikan kebaikan terhadap orang lain.

Karena sebenarnya usaha itu merupakan upaya dari manusia untuk menjauhi penderitaan dan mendekatkan diri kepada rasa kenyamanan atau kesejahteraan ekonomis baik bagi diri sendiri atau pun orang lain. (Azhari Akmal Tarigan, 2014: 5)

Sementara dalam ekonomi islam usaha merupakan symbol dari urusan duniawi namun juga dianggap sebagai bagian integral dari beberapa hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, Dr. Saifuddin Herlambang, MA, menuturkan “ Orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat itu juga harus (Diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan) ”. (Tausiah Jum’at Malam Zoom, 13 November 2020)

Cara penjualan dari pemasaran memiliki peran yang sangat penting, sebagai salah satu lembaga pemasaran (*retailer*) dalam jalur distributor pemasaran ini beberapa upaya yang meliputi peningkatan

penjualan hasil produksi dan penciptaan semakin banyak pelanggan. Karenanya pemasaran juga menjadi bagian yang sangat penting guna sebagai penjamin kelangsungan akan kemajuan dan kelangsungan perkembangan usaha dimasa yang akan datang.

Para konsumen sebenarnya sebelum melihat atau merasakan akan sebuah produk, kebanyakan mereka mengambil keputusan untuk membeli atau tidak di lihat dari keunikan atau keindahan akan sebuah produk, ini menyebabkan tingkat penjualan yang tinggi akan sebuah produk salah satunya terpengaruh oleh desain produk yang mampu menarik minat konsumen, hingga akhirnya konsumen melakukan pembelian akan barang tersebut.

Semakin kreatifnya serta uniknya akan desain (kemasan) barang yang terdapat di barang tersebut memiliki daya tarik tersendiri terhadap konsumen. Dengan demikian para pemilik di tuntut agar berusaha mendesain sebaik mungkin untuk mengetahui tingkat penjualan atas barang tersebut, guna meningkatnya penjualan barang yang diberikan kepada para konsumen. (Windarini Cahyadiana, 2018: 2)

Tingkat penjualan juga dapat dipengaruhi atas dua faktor lingkungan diantaranya (KM Medyana Putra, dkk, 2016: 3):

Pertama faktor lingkungan tak terkendali terdiri atas lingkungan tak terkendali dimana lingkungan persaingan, ekonomi, teknologi, politik, hukum dan sosial.

Kedua faktor lingkungan yang terkendali dapat juga mempengaruhi pemasaran termasuk juga penjualan yang berada

didalam perusahaan. Faktor-faktor inilah yang dapat mempengaruhi pemasaran, dan harus dimiliki para pelaku Usaha Mikro untuk meningkatkannya hasil penjualan barang mereka.

Kualitas produk juga harus diperhatikan pemilik usaha dalam meningkatkan penjualan, kualitas produk ini merupakan kemampuan produk tersebut atas kegunaannya yang dimana meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, serta kehalalannya.

Berbagai jenis dari produk yang di produksi oleh Usaha Mikro memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen terlebih akan produk makanan dan minuman, ini merupakan beberapa dari produk andalan para Usaha Mikro dengan berbagai bentuk, citarasa, serta bentuk tampilan kemasan yang sangat menarik minat konsumen. (Armiani, dkk, 2021: 23)

Para pelaku Usaha Mikro sekarang ini juga diharuskan agar dapat mempromosikan produk secara intensif dengan cara memasarkan akan produknya tersebut dengan *digital marketing* serta memanfaatkan media sosial agar konsumen dapat menjangkau secara langsung akan produk yang ditawarkan.

Digital marketing juga membantu pelaku usaha dalam mempromosikan serta memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas penjualan yang sebelumnya terbatas akan jarak, waktu serta cara berkomunikasi. (Wan Laura, 2020: 91)

Masyarakat sangat diharapkan perannya dalam penyelenggaraan sertifikasi halal dengan mengawasi produk halal yang beredar sebagaimana disebutkan dalam penelitian. (Musyifikah Ilyas Tahun

2017) Sertifikasi produk halal merupakan tujuan syariat dalam melindungi umat islam saat memenuhi hajat terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan labelisasi halal.

Dalam penelitian (Hariati, dkk tahun 2018) menyebutkan pengembangan Usaha Mikro berwujud pada pertumbuhan iklim usaha, pertumbuhan unit usaha baru serta pembinaan Usaha Mikro yang harus dilaksanakan secara baik mulai dari produksi pemasaran, permodalan, serta pengembangan SDM. Yang harus di berikanan pembinaan secara berkelanjutan dan sistematis.

Tabel 1: Data UMKM Kecamatan Sungai Raya

Kecamatan	Jenis Usaha		Jumlah UMKM
	Mikro	Kecil	
Sungai Raya	580	990	1.570

**Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM
Kabupaten Kubu Raya 2020**

Melihat banyaknya pelaku usaha Usaha Mikro di Kubu Raya Khususnya di Kecamatan Sungai Raya, maka penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari pemasaran, kemasan dan label halal yang dimiliki dari para pelaku Usaha Mikro terhadap tingkat penjualannya.

Penelitian ini mencoba mencari tahu apakah sertifikat halal tersebut sangat berpengaruh akan tingkat penjualan Usaha Mikro, serta faktor apa sajakah yang mempengaruhi para pemilik usaha akan sertifikat halal tersebut, karena masih banyak juga para pelaku usaha yang kurang memahami akan sertifikat halal tersebut. Baik dari segi

pengurusan akan sertifikat tersebut ataupun dari segi kegunaan akan adanya sertifikat tersebut.

Selain itu masih terjadi kelangkaan akan perkembangan teori terhadap makanan halal, padahal makanan halal sudah tersedia secara luas, begitu juga dengan pengetahuan akan kesadaran sertifikat halal dengan niat pembelian konsumen dalam pemilihan produk halal.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Pemasaran, Kemasan, dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro, Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat**” (Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Di Kecamatan Sungai Raya).

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis memetakan beberapa masalah yang akan muncul dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.
2. Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.
3. Sertikat Halal Terhadap Tingkat Penjualan UMKM di Kecamatan Sungai Raya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini secara garis besar dapat dituangkan

ke dalam pertanyaan:

1. Bagaimana Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya?
2. Bagaimana Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya?
3. Bagaimana Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya?
4. Bagaimana Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan Usaha Mikro Yang Sudah Tersertifikasi di Kecamatan Sungai Raya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya .
3. Untuk mengetahui Bagaimana Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.
4. Untuk mengetahui Bagaimana Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.
5. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, manfaat umum dan manfaat khusus.

1. Manfaat umum

Manfaat umum dari penelitian ini adalah:

- a. Menambah khazanah ilmiah pada kajian ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan Sertifikat Halal.
- b. Memudahkan siapa saja yang ingin mengetahui tentang konsep Sertifikat halal untuk menunjang tingkat penjualan, dan
- c. Menjadi dasar untuk menambah pengetahuan akan sertifikat halal.

2. Manfaat khusus

Manfaat khusus dari penelitian ini adalah merumuskan dan menambah pengetahuan akan sertifikat halal demi meningkatkan hasil penjualan UMKM, dan bagi kalangan akademik dan praktisi ekonomi Islam, penelitian ini bisa dijadikan sebagai rujukan dan dasar (*grounded theory*) untuk penelitian selanjutnya berupa konsep sertifikat halal dalam menunjang minat konsumen akan produk yang di inginkan.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berkaitan dengan penelitian mengenai Sertikat Halal, terdapat beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya. Diantaranya adalah:

1. Hayyun Durratul Faridah, yang berjudul *Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah Perkembangan, dan Implementasi*. Journal of Halal Product and Research tahun 2019. Penelitian ini memaparkan bahwa sertifikasi halal di Indonesia mengalami beberapa perkembangan seiring dengan meningkatnya kesadaran halal dimasyarakat. Pemerintah mengeluarkan Undang-undang jaminan Produk Halal guna menjamin akan produk terutama makanan, kosmetik, dan obat-obatan. Peralihan sertifikasi yang awalnya ranah MUI melalui LPPOM, yang sekarang ini menjadi dialihkan kepada BPJH yang merupakan suatu lembaga resmi dari pemerintah dibawah naungan Kementerian Agama. Diperlukan kerjasama antara pemerintah dengan, para pelaku usaha serta masyarakat untuk bersama mengawasi beredarnya produk hingga nantinya mampu merealisasikan jaminan produk halal di Indonesia.
2. Sodiman, *Sertifikasi Halal Produk Makanan Sebagai Perlindungan Konsumen Muslim, Studi Kasus: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Maelis Ulama Indonesia Sulaesi Tenggara*. LiFalalah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2018. Penelitian menggunakan pendekatan

kualitatif dengan data primer bersumber dari LPPOM-MUI Sulaesi Tenggara. Pada penelitian ini menemukan sertifikasi halal dijalankan oleh LPPOM-MUI melalui standarisasi: Bahan, Produk, Fasilitas Produk, Prosedur Tertulis Untuk Aktivitas Kritis, Kemampuan Terusus.

3. Musfikah Ilyas, *Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat*. Jurnal Al-Qadau Peradilan dan Hukum Keluarga Islam tahun 2017. Penelitian ini memaparkan bahwa sertifikasi dan labelisasi atas produk halal harus dilakukan ini dikarenakan semuanya dapat memberikan jaminan terhadap konsumen, dan keberadaan maslahat dalam sertifikasi halal dapat menyelesaikan segala bentuk persoalan mengenai produk halal. Serta dapat menambah wawasan keilmuan perspektif hukum islam. Hingga akhirnya penetapan sertifikasi halal sangat dibutuhkan, maslahat dharuriyah dapat dilaksanakan secara bertahap dan berkesinambungan.
4. Ian Alfian, *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Petisah)*. Tesis Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2017. Metode penelitian ini termasuk penelitian kausal dikarenakan bertujuan untuk mengetahui sebab akibat antara variabel label halal, brand, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di kota Medan. Serta penelitian ini bersifat eksplanasi (*explanatory research*) penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel-

variabel yang diteliti serta hubungan dan pengaruh antar variabel yang lain. Penelitian ini menjelaskan bahwa label halal yang ada dikemas atau di toko menambah harga dari produk tersebut. Ini disebabkan untuk mendapatkan sertifikasi halal memerlukan tambahan biaya yang harus dikeluarkan oleh pemilik usahan serta pemilihan bahan baku yang baik untuk kesehatan yang terbebas dari zat haram yang akan menambah dari harga produk tersebut. Produk yang telah memiliki label halal mudah masuk dalam dalam pangsa pasar muslim dan akan menjadi pilihan bagi konsumen muslim akan keputusan pembelian. Hingga akhirnya merek barang yang dijual semakin terkenal dimasyarakat akan menambah harga jual akan produk tersebut.

5. Karina Linggarani, *Analisis Asas Kepastian Hukum Dalam Pengaturan Sertifikasi Halal Produk Pangan Para Pelaku Usaha Kecil Menengah*. Tesis Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, merupakan penelitian yang secara deduktif dimulai analisa terhadap pasal-pasal dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai permasalahan. Analisis data penelitian ini dianalisis secara perspektif dengan menggunakan metode deduktif. Penelitian ini menyebutkan bahwasanya masih banyak produk-produk di Indonesia ini yang memerlukan pengawasan yang kuat dari pemerintah guna memastikan akan makanan yang beredar aman untuk dikonsumsi, masyarakat

sangat memerlukan perlindungan dan kepastian hukum atas produk pangan yang akan dikonsumsi.

6. Waamilus Sholikatin, *Perancangan Kemasan Produk Kripik Makroni Spiral Makeci*, DESKOVI : Art And Design Journal Tahun 2019. metode penelitian kualitatif dengan pendekatan berbasis praktik yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Data dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk produk dan analisis VIEW untuk menganalisis fitur kemasan. Penelitian ini menyebutkan bahwasanya konsep perancangan kemasan produk Makeci menampilkan konsep budaya Jawa, namun tetap memiliki kesan modern, dengan menampilkan icon Mak atau perempuan Jawa. Serta menambah visual infografis mengenai deskripsi singkat budaya yang ada di Indonesia pada kemasan bagian belakang, sehingga kemasan dapat berfungsi sebagai media informasi, serta memberi kesan berbeda dengan kemasan kompetitornya.
7. Dewi Jayanti Mandasari, dkk, *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bodowoso*, Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Tahun 2019. Metode penelitian ini dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat subjek penelitian. Lokasi penelitian ini yaitu UMKM Batik Magenda, pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini

menyebutkan bahwasanya pada saat sekarang ini di berbagai daerah UMKM sedang dijalankan di Indonesia. Salah satunya daerah Bondowoso, disana banyak terdapat pelaku UMKM yang didirikan dan melakukan panggilan data. Dengan menerapkan strategi 4p dapat memberikan perkembangan dalam usaha yang dijalankan oleh UMKM Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso.

8. Nardi Sunardi, dkk, *Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis Tahun 2020. Metode penelitian ini dengan memberikan kuisisioner atau wawancara kepada seluruh pelaku UKM, memberikan pelatihan manajemen dengan memberikan edukasi pemasaran digital serta penerapannya. Penelitian ini menjelaskan bahwasanya UMKM membutuhkan bantuan dalam hal permodalan dan pendampingan agar dapat bangkit serta mandiri dimasa yang sekarang ini. Solusi yang diberikan berupa bantuan permodalan bagi UMKM oleh PT. Sarana Jakarta Ventura dengan biaya administrasi yang ringan.

Dari penelitian di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing penelitian memiliki fokus kajian sendiri. Beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Penelitian ini berfokus pada Bagaimana Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan UM di Kabupaten Kuburaya,

2. Penelitian juga ingin mengetahui sejauh mana Strategi UM Yang Sudah Mendapatkan Sertikat Halal Terhadap Tingkat Penjualan UM di Kabupaten Kuburaya.
3. Penelitian termasuk jenis penelitian yang bersifat *field reseach* sebagai *groundtheory* bagi penelitian selanjutnya. Sumber primer yang digunakan adalah data para UM dari Kabupaten Kubu Raya, dan didukung oleh data sekunder.

B. Tinjauan Pustaka

1. Pemasaran

Saat ini, sistem ekonomi syariah kembali berkembang dan menjadi alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem kapitalisme yang mengutamakan kekayaan pribadi dan berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaannya. Konsep pemasaran yang di maksud, pemasaran bukan sebagai fungsi dalam sebuah usaha, melainkan bagaimana kita dapat melihat pasar secara kreatif dan inovatif. Pemasaran bukan seperti hal yang kebanyakan orang tahu bahwa pemasaran merupakan pelajaran untuk menjual atau pembuat strategi untuk produk atau promosi. Akan tetapi mengenai defnisi pemasaran tersebut sebenarnya sangat luas maknanya. Pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis yang dapat mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan dari satu produsen kepada konsumennya. (Kartajaya, Hermawan, Syakir Sula, Muhammad, 2006: 138)

Jangan sampai di lupakan dalam prinsip syariah, kegiatan pemasaran ini harus di landasi oleh semangat ibadah kepada Tuhan

Yang Maha Esa, berusaha dalam semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, tidak untuk kepentingan golongan terlebih penting untuk kepentingan sendiri.

2. Kemasan Produk

Mengenai kemasan produk merupakan salah satu bagian yang harus diperhatikan mengingat bahwasanya para konsumen tertarik untuk memiliki barang yang di beli yang terlihat oleh mereka yang pertama adalah kemasan produk tersebut. Jadi para pemilik usaha harus mendesain sebaik mungkin atas produk yang akan di pasarkan ke berbagai tempat-tempat penjualan mereka. Desain kemasan suatu produk memiliki beberapa pertimbangan, mulai dari bagaimana melindungi isi produk sampai mengkomunikasikan ke khasan atas produk yang dimiliki. Dengan demikian desain kemasan produk merupakan istilah luas yang mencakup rekayasa fungsional, dan atribut visual seperti ekonomis, daya tahan, dapat di daur ulang, dan lain-lain. (Angekine, Mia, 2010: 2)

Ini di karenakan bahwa desain produk tersebut merupakan bagian dari faktor pentingnya atas penjualan. Jika bentuk dan desain kemasan telah baik maka kemasan tersebut sebagai penentu menarik atau tidaknya produk tersebut untuk dimiliki konsumen. (Vita Dhameria, SAB, 2014: 2)

Bahkan keindahan pada kemasan juga merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merek atau logo, huruf, tata letak, dan mascot. Kegunannya agar mencapai mutu bahkan daya tarik visual secara optimal. Berbagai macam bahan kemasan yang digunakan oleh beberapa pelaku

UMKM pada dasarnya terbuat dari (Susetyarsi, 2012) :

- a. Gelas/ Kaca, mudah pecah, transparan.
- b. Metal, biasanya dibuat dari aluminium, mempunyai kekuatan yang tinggi.
- c. Kertas, tidak tahan terhadap kelembaban dan air sehingga mudah rusak.
- d. Plastik, kemasan ini dapat berbentuk kantung, botol, toples, kotak dan sebagainya. Plastik biasanya digunakan sebagai kemasan semakin luas karena ongkos produksinya relatif murah, mudah dibentuk dan dimodifikasi. Kemasan dari plastik ini sifatnya sangat beragam ada yang hanya sekali pakai ada juga yang bisa dipakai berulang kali tergantung dari jenis plastik yang digunakan.

Bahkan terkadang jika ada suatu produk baru yang belum pernah kita coba atau kita tidak punya juga rencana untuk membelinya, namun ketika melihat produk tersebut memiliki penampilan atau kemasan yang menarik, terkadang hal inilah yang mengundang rasa penasaran dan tertarik untuk membeli barang tersebut. (Willy, Siti Nurjannah, 2019: 68)

3. Label

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Label diartikan sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dan sebagainya. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, (online), 2022)

Label halal merupakan surat keterangan yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI Pusat atau Provinsi yang telah dilakukan pemeriksaan tentang kelayakan sertifikat halal atas usaha yang sedang dijalankan. Baik itu dalam bentuk produk makanan, minuman, obat-obatan, ataupun kosmetik yang diproduksi oleh suatu usaha yang telah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. (LPPOM - MUI) Sedangkan labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “Halal” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman “Label Halal” pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk Sertifikat Halal MUI. Sertifikat Halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI. (Eri Agustian H. dan Sujana: 170)

Gambar 2: Perubahan Model Label Halal



Sumber:kemenag.go.id/read/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022

Agar dapat memiliki sertifikat tersebut, sebelumnya para pelaku terlebih dahulu mengurus akan sertifikat halal tersebut. Dengan melihat pedoman Panduan penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan LPPOM MUI. Para pelaku usaha diminta untuk melaporkan akan barang-barang yang digunakan dalam proses menciptakan akan suatu barang, selanjutnya diteliti akan kehalalan atas suatu produk. (Tian Nur Ma'rifat dan Maya Sari, 2017: 40)

Beberapa hal yang harus diketahui pelaku usaha, untuk mendapatkan sertifikat tersebut sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, sesuai dengan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikasi halal ini diajukan oleh para pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan melengkapi dokumen data pelaku usaha, jenis dan nama produk, daftar produk, bahan apa saja yang digunakan, serta proses pengolahan produk. (Undang-undang No 33 Tahun 2014 Tentang Produk Jaminan Halal)

Pada saat nantinya selesai pemeriksaan atas jaminan produk halal tersebut, berikutnya akan diperiksa untuk penetapan fatwa akan kehalalan suatu produk kepada MUI, hingga nantinya apabila ditetapkan akan kehalalan tersebut dengan diberikannya sertifikat halal berlaku selama 2 (dua) tahun sejak tanggal penetapan fatwa.

4. Pengertian Tingkat Penjualan

Banyak yang menyalahkan artikan mengenai penjualan, terkadang malah penjualan disama artikan dengan pemasaran. Padahal penjualan sendiri memiliki arti suatu kegiatan dalam pemasaran, sedangkan untuk pemasaran mencakup hal yang lebih luas.

Karena penjualan itu sendiri sebagai syarat akan keberlangsungan suatu usaha dalam mendapatkan keuntungan. (Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, 2016: 292)

Akibat terjadinya penjualan maka menghasilkan proses pertukaran antara barang atau jasa dari transaksi yang dilakukan. Dimana penjual memenuhi kebutuhan dari konsumen yang menghasilkan uang sebagai alat tukar tersebut, serta memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Keuntungan berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup. Karena penjualan dalam usaha yang dijalankan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam kegiatan usaha dimana konsumenlah sebagai sasarannya.

Keadaan dalam suatu usaha menjadi pengaruh dalam meningkatkan penjualan, namun harus dilakukan penyesuaian dalam menyelesaikan suatu keadaan atau kondisi yang ada baik dari eksternal dan internal. Adapun faktor eksternal tersebut meliputi sebagai berikut (Setyowati Subroto, dkk, 2016 : 337-344):

- a. Aspek Kebijakan Pemerintah sektor UMKM
- b. Aspek sosial, budaya dan ekonomi
- c. Aspek peranan Lembaga

Sementara untuk dari segi internal yang mempengaruhi tingkat penjualan UMKM adalah sebagai berikut (Subroto, dkk, 2016: 337-344):

- a. Faktor Sumber Daya Manusia
- b. Faktor Keuangan
- c. Faktor Pemasaran

1. Label Halal Dalam Penjualan

Memberikan akan suatu produk yang halal lagi baik adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan as-Sunnah Nabi Muhammad Saw, sebagai acuan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara alami. Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan bisnis, namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang harus ditaati ketika seorang muslim sedang menjalankan usahanya, yaitu :

- a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
- b. Rezeki yang dicari haruslah rezeki yang halal
- c. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha
- d. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah
- e. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
- f. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
- g. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.

- h. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri. (Muhammad Djakfar, 2014; Hal 21-22)

Yang diharapkan atas adanya sertifikat halal dalam sebuah produk adalah agar seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontak bisnis sebaiknya yang saling menguntungkan.

Berdasarkan panduan dari sertifikat Halal Departemen Agama Tahun 2003, produk halal itu memiliki beberapa ciri-ciri:

- a. Tidak diperkenankan mengandung segala unsur yang bersumber dari babi dan segala jenis produk turunannya.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh syariat Islam, seperti halnya bahan-bahan dari organ tubuh manusia, baik yang sudah hidup atau mati, darah beserta segala jenis turunannya, kotoran, dan sebagainya.
- c. Segala bahan yang berasal dari halal dan disembelih melalui syariat Islam.
- d. Segala makanan dan minuman yang tidak mengandung khamer.

2. Landasan Hukum Label Halal Dalam Penjualan

Al- Qur'an menegaskan bahwa bisnis itu merupakan tindakan yang halal dan diperbolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang terbuka sangat di hargai, direkomendasikan dan dianjurkan. (Muhammad Djakfar: 2014:147).

- a. Surah At-Taubah (9) : (105)

وَقُلْ عَمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَىٰ عِلْمٍ لِّغَيْبِ لَشَّهَدَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “(Dankatakanlah)kepadamerekaataukepadamanusia secara umum (“Bekerjalah kalian) sesuka hati kalian (maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaan kalian itu dan kalian akan dikembalikan) melalui dibangkitkan dari kubur (kepada Yang Mengetahui alam gaib dan alam nyata) yakni Allah (lalu diberikan-Nya kepada kalian apa yang telah kalian kerjakan.”) lalu Dia akan membalasnya kepada kalian”.(Depag RI, Al- Qur’an, Kudus, 204).

b. Surah An-Nisa (4) : (29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ لِلَّهِ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمٌ

Artinya : Hai Orang-Orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayangkepadamu.

c. Surah Hud (11) : (85)

وَيَقُومُوا أَوْفُوا لِمِكْيَالٍ وَلِمِيزَانٍ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا لِلنَّاسِ
أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي لَأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : *Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.*

d. Surat Al-Maidah (5) : (8)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ آَلَا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *"Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa".*

Keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Sifat keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, tetapi merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim di dalam kehidupannya.

a. HR. Bukhari-Muslim

"Dari Abdullah Radiyallahuanhuma, dari Rasulullah Shalallahu Alaihi wa Sallam, beliau bersabda: jika dua orang saling berjual beli, maka masing-masing diantara keduanya

mempunyai hak pilih selagi keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah seorang diantara keduanya memberi pilihan kepada yang lain”. Beliau bersabda, jika salah seorang diantaranya memberi pilihan kepada yang lain, lalu keduanya menetapkan jual beli atas dasar pilihan itu, maka jual beli menjadi wajib”. (HR Bukhari-Muslim).

b. HR. Ibnu Majah dan Al-Hakim

“Pedagang yang amanah dan benar akan ada bersama dengan para syuhada di hari akhir nanti”. (HR. Ibnu Majah dan Al- Hakim).

c. Undang-undang No 33 Tahun 2014 Tentang Produk Jaminan Halal

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, sesuai dengan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikasi halal ini diajukan oleh para pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan melengkapi dokumen data pelaku usaha, jenis dan nama produk, daftar produk, bahan apa saja yang digunakan, serta proses pengolahan produk. Diantara yang diatur dalam Undang-Undang tersebut merupakan berkaitan dengan sanksi dan penegakan hukum terhadap penyelenggaraan jaminan produk halal sanksi tersebut berlaku setelah lima tahun Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 dibuat. (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Pasal 61)

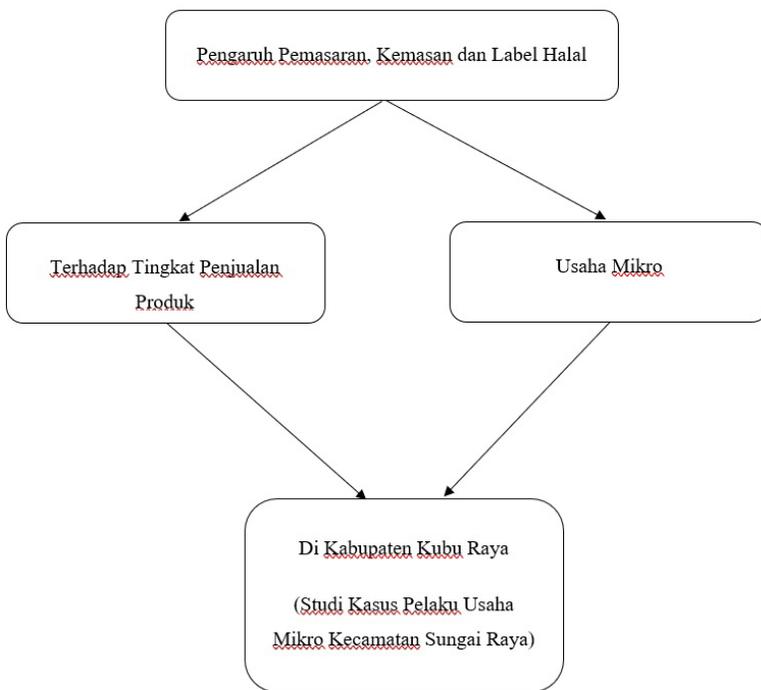
Padahal pelabelan sertifikat halal di dalam produk pangan, obat-obatan, kosmetik, dan saat ini mulai menambah pada produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari sama dengan pakaian, sampai dengan peralatan elektronik hal ini semakin didukung dengan gaya hidup yang modern dan Islami bukan hanya sebagai pelengkap namun sudah menjadi kebutuhan Muslim.

d. Keputusan Menteri Agama No. 982/2019

Keputusan Menteri Agama tentang layanan sertifikasi Halal dimana didalamnya terdapat 8 (delapan) putusan yang diantaranya: menetapkan layanan sertifikasi halal, kegiatan layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam diktum pertama, layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam putusan pertama dikenakan tarif layanan yang dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal, besaran tarif yang dimaksud sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, besaran tarif layanan sertifikasi halal dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada MUI dan LPPOM-MUI yang memberikan layanan sertifikasi halal sebelum ketentuan mengenai peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal berlaku, mengenai pengenaan tarif layanan sertifikasi halal akan disesuaikan berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, ketentuan teknis pelaksanaan layanan sertifikasi halal akan dibahas dan disepakati dalam bentuk

perjanjian kerja antara BPJPH, MUI, dan LPPOM-MUI. Implementasi ajaran keadilan dalam kegiatan bisnis harus berkaitan dengan pembagian manfaat kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung, sesuai dengan peran dan kontribusi yang telah mereka berikan terhadap kegiatan bisnis yang di lakukan.

C. Kerangka Berfikir



Ket: Pokok dalam masalah ini yaitu Pengaruh Pemasaran, Kemasan dan Label Halal. Dimana dalam masalah tersebut saya ingin mengetahui kaitannya Terhadap Tingkat Penjualan Produk yang dimana Sebagai Informannya Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Kubu Raya (Studi Kasus Pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *Field Reserch* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu metode dalam melakukan pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan subjek, objeknya, dan gejala sosial. Data-data dan informasi yang diperoleh dari kajian pustaka, dideskripsikan secara deskriptif sehingga menghasilkan formulasi nilai-nilai yang dapat dijadikan pengaruh terhadap sertifikat halal. (Umar Sidiq, dan Moh. Miftachul Choiri, 2019: 2)

B. Setting Penelitian

Koentjaraningrat (1991: 130) memaparkan, nantinya yang akan menjadi informan pokok atau informan kunci. Adapun sumber data yang tetap oleh peneliti dalam penelitian ini digali melalui para informan baik informan pangkal maupun informan kunci dan telaah Pustaka serta berbagai referensi yang dapat di klarifikasikan sebagai berikut:

1. Informan pertama dalam penelitian ini adalah Dinas UMKM Kab. Kubu Raya.
2. Informan pokok kata kunci dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM Kec. Sungai Raya, Kab. Kubu Raya.
3. Dokumen-dokumen atau catatan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

4. Catatan penting yang dicatat pada saat melakukan penelitian.

Alasan penulis memilih tempat tersebut: Pertama, dikarenakan tempat penelitian mudah untuk di jangkau, kedua, dikarenakan banyaknya pelaku Usaha Mikro yang terdapat di Kec. Sungai Raya, sehingga mempermudah penulis dalam pencarian data serta informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

C. Sumber Data dan Penelitian

Dalam penelitian berikut ini penulis menggunakan dua sumber penelitian Sumber primer dan Sekunder :

1. Sumber Primer

Sumber Primer pada penelitan ini diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan para narasumber. Hasil dari wawancara tersebut berupa data yang diperlukan dalam penelitian sertifikat halal, tingkat penjualan, dan pengaruh setelah mendapatkan sertifikat halal terhadap tingkat penjualann produk. (Sugiyono, 2018: 225)

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder pada penelitian ini adalah data-data para pelaku usaha UMKM yang telah mengikuti sertifikat halal dan informasi lainnya diperoleh dari sumber lain, seperti buku, jurnal, artikel, disertasi dan hasil penelitian baik yang telah maupun belum dipublikasikan. (Sugiyono, 2018, 225)

D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang paling penting dalam penelitian. Ini dikarenakan tujuan adanya penelitian ini

untuk mendapatkan data yang diinginkan. Jika tidak mengetahui teknik dalam pengumpulan data maka akan susah bagi peneliti dalam mendapatkan data yang memenuhi standar data yang sudah ditetapkan. (Sugiyono, 2018: 225)

Selain menggunakan data primer dan sekunder dalam teknik pengumpulan data ini menggunakan beberapa teknik diantaranya:

1. Observasi

Observasi, merupakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian guna mengetahui penjualan UMKM di Kabupaten Kuburaya. Dimana peneliti dapat melakukan pengamatan bebas dengan mencatat apa yang menjadi daya tarik, selanjutnya dianalisis serta disimpulkan.

2. Interview

Interview, yaitu metode pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan beberapa pelaku UMKM untuk mengumpulkan data primer. Dalam melakukan wawancara, peneliti harus mendengarkan dengan baik serta mencatat apa yang disampaikan informan.

Pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden dapat merangsang untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila di kehendaki untuk mencatatnya. Syarat menjadi pewawancara yang baik ialah keterampilan mewawancarai, motivasi yang tinggi dan rasa aman, artinya tidak ragu dan tidak takut menyampaikan pertanyaan. (Masri Singarimbun, Sofian Efendi, 2008: 192)

3. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Dokumen yang diteliti dapat berupa berbagai macam bentuk, dan mencakup dokumen tidak resmi. Data-data ini di klasifikasikan menjadi data primer dan data skunder. (Sugiyono, 2018: 233-240)

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan mulai dari sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, hingga setelah selesai dari lapangan. (Sugiyono, 2018: 245)

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, merupakan analisis data dengan cara merumuskan dan menguraikan serta menginterpretasikan berdasarkan teori yang berhubungan dengan masalah yang didapatkan. Kemudian hasil dari analisa tersebut, akan diambil kesimpulan yang diakhiri dengan mengemukakan beberapa pendapat atau saran yang dianggap perlu. (Umar Sidiq, dan Moh. Miftachul Choiri, 2019: 13) Pr

oses analisis data dimulai dari menelaah seluruh data yang telah ada dari berbagai sumber, seperti dari interview, dokumen, gambar, dan sebagainya. Selanjutnya data tersebut dilakukan reduksi data yang akan dilakukan abstraksi. (Umar Sidiq, dan Moh. Miftachul Choiri, 2019: 39)

F. Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah,

identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

Bab II: Landasan Teori. Pada bab ini menjelaskan terkait penelitian terdahulu yang releva dan teori pemasaran, kemasan produk, label, tingkat penjualan, label halal dalam penjualan, landasan hukum label halal dan kerangka berfikir.

Bab III: Metodologi Penelitian. Pada bab ini penulis membahas terkait jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, teknik dan alat pengumpulan data, teknis analisis data serta sistematika penelitian.

Bab IV: Pembahasan. Bab ini berisi terkait paparan data hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V: Penutup. Bab akhir membahas terkait kesimpulan dan saran.

BAB IV PEMBAHASAN

A. Paparan Tempat Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Wilayah penelitian merupakan hal yang diperlukan untuk dapat memberikan pendalaman pemahaman mengenai permasalahan yang akan diteliti lebih lanjut. Berikut ini akan diberikan gambaran mengenai UMKM di Kecamatan Sungai Raya. Wilayah kecamatan sungai raya tercatat 92.930 ha yang secara administrasi terdiri dari atas 14 kelurahan/desa.

2. Batas Wilayah

- Utara : Usaha Mikro Kecamatan Pontianak Timur dan Kecamatan Sungai Ambawang.
- Selatan : Usaha Mikro Kelurahan Sungai Asam dan Kelurahan Sungai Bulan
- Barat : Usaha Mikro Kecamatan Pontianak Selatan dan Kecamatan Sungai Kakap.
- Timur : Usaha Mikro Kecamatan Toba dan Kecamatan Tayan (Kabupaten Sanggau).

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemasaran Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya

a. Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Mikro

Pemasaran bukan seperti hal yang kebanyakan orang tahu bahwa pemasaran merupakan pelajaran untuk menjual

atau pembuat strategi untuk produk atau promosi. Akan tetapi mengenai definisi pemasaran tersebut sebenarnya sangat luas maknanya. Konsep pemasaran yang di maksud, pemasaran bukan sebagai fungsi dalam sebuah usaha, melainkan bagaimana kita dapat melihat pasar secara kreatif dan inovatif.

Oleh karena itu Pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis yang dapat mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan dari satu produsen kepada konsumennya. (Kartajaya, Hermawan, Syakir Sula, Muhammad, 2006: 138)

Beberapa hal yang menjadi hambatan dari para pelaku Usaha Mikro yang berada di Kabupaten Kubu Raya, masih ada beberapa dari mereka punya usaha namun belum mengerti untuk memasarkan produk nya agar dapat meningkatkan penjualan. Sehingga para pelaku Usaha Mikro masih memilih dengan model pemasaran yang *Clasic* dimana mereka hanya memasarkan dengan berkeliling atau dengan menawarkan dari jiran ke jiran.

Setelah diadakannya sosialisasi mengenai pemasaran tersebut dan para pelaku Usaha Mikro sudah mengerti apa yang dimaksud dari pemasaran, selanjutnya para pelaku Usaha Mikro ditambah dengan ilmu Sertifikasi Halal, dimana sertifikat tersebut juga termasuk dalam bagian pemasaran atas produk yang akan ditawarkan. Seperti halnya dikatan oleh kripik larasita : “ *Sebenarnya awal*

saya memasarkan keripik saya ini mulai ke minimarket yang pertama di tanyai oleh pemilik minimarket, apakah produk saya ini sudah tersertifikasi atau belum?, karena awal dari saya menjual produk ke minimarket belum memiliki sertifikasi halal atas produk yang saya tawarkan ini menjadi hambatan saya dalam meningkatkan penjualan, hingga setelah dari kejadian tersebut saya mulai mencari tau bagaimana untuk mendapatkan sertifikat halal tersebut, hingga sampai sekarang Alhamdulillah produk saya sudah tersertifikasi dan bisa di tawarkan ke minimarket sekitar.”(Hasil wawancara dengan Ibuk Resmiyati Pendiri Keripik Ubi Larasita Pada Tanggal 7 Maret 2022)

b. Pemanfaatan *Digital Marketing*

Salah satu strategi yang digunakan oleh para pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya pemanfaatan *Digital Marketing* melalui *Platform* media social yang dimiliki oleh para pelaku UM yang mereka menjadikan Facebook, Instagram, dan lainnya. Meskipun alat media social mereka belum dimanfaatkan secara optimal, tapi para pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya ini telah berusaha mencoba meningkatkan cara pemasaran melalui teknologi yang mereka miliki.

Seperti halnya saat di masa pandemi Covid19 para pelaku Usaha Mikro terbantu oleh media social dalam memasarkan produk yang mereka miliki bahkan bisa sampaikan jangkauan jarak yang jauh, seperti halnya yang dipaparkan

oleh Pelaku Usaha Mikro Keripik Larasita: “ *Saat dimasa pandemi kami sangat bingung dalam memasarkan produk, hanya saja terbantu oleh media sosial yang mengakibatkan pemasaran produk dapat terus berjalan* ”.

Cara ini merupakan penerapan dari prinsip partisipatif dalam membangun Usaha Mikro secara lebih baik. Beberapa dari para pelaku Usaha Mikro yang ada di Kecamatan Sungai Raya sebagian sudah memahami mengenai pemasaran tersebut walaupun sebahagian lagi dari mereka memahaminya dalam bentuk *klasik* atau yang lebih sering diketahui bahwa pemasaran itu cara untuk menjual produk agar banyak peminatnya. Terbukti berdasarkan hasil dari wawancara dengan beberapa pelaku Usaha Mikro di wilayah Kecamatan Sungai Raya.

“*Cara kamek dalam memasarkan produk cukup dengan menawarkan ke beberapa tetangga sekitar jak, dengan itu tetangga yang membeli tadi akan menceritakannya ke orang lain*”(Hasil wawancara dengan ibu Rusmiati Pelaku Usaha Mikro Keripik Pedas Sungai Raya Pada Tanggal 3 Maret 2022)

Terdapat perbedaan dengan pelaku Usaha Mikro yang mengerti akan maksud dari pemasaran tersebut. Seperti halnya dengan pemilik usaha keripik LARASITA beliau mengatakan:

“*Sebelum saya mengikuti pelatihan usaha Usaha Mikro yang diadakan oleh pemerintahan Kubu Raya,*

model pemasaran usaha yang saya lakukan dengan menitipkan usaha saya kepada warung tetangga, namun setelah mengikuti pelatihan tersebut, saya baru tau bahwa pemasaran itu bukan hanya cara menjual agar laku dan cepat habis, tapi kita harus melihat pasar dan harus berkreasi dengan itulah saya menggunakan HP Android sebagai media saya dalam memasarkan usaha keripik saya, hingga sampai sekarang terus berkembang usaha saya tersebut”(Hasil wawancara dengan Ibuk Resmiyati Pendiri Keripik Ubi Larasita Pada Tanggal 7 Maret 2022)

Dengan kata lain hal ini di kenal dengan sebutan bauran pemasaran dimana strategi pemasaran yang digunakan untuk menawarkan beberapa produk dan meningkatkan pendapatan. Strategi ini merupakan alat bagi pemasaran yang terdiri dari unsur atau pemasaran yang terprogram. Karena bauran pemasaran tersebut merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. (Kotler dan Amstrong, 2007)

Oleh karena itulah para kelompok usaha UM Kubu Raya meminta untuk diadakan sosialisasi mengenai pemasaran kepada para pelaku UM yang berada di Kabupaten Kubu Raya. Sehingga setelah hasil sosialisasi dari pemasaran itu merubah cara pandang mereka dalam melakukan pemasaran, seperti yang di alami oleh pelaku Bakudapa Panada:

“ Awalnya model penjualan yang saya lakukan dengan model lama yang hanya menawarkan melalui jiran atau keluarga terlebih kan usaha saya ini seperti jajanan manado, jadi awl mulanya bingung untuk menawarkan produk di daerah kubu raya, hingga setelah bergabung di kelompok Usaha Mikro kubu raya mendapatkan hasil atas sosialisasi mengenai pemasaran produk mengubah pendapatan hasil usaha saya, dikarenakan dalam sosialisasi tersebut dapat ilmu baru mengenai cara memasarkan produk dan teman sesama pelaku usaha”.

2. Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya
 - a. Kemasan Produk Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Mikro

Kemasan yang dimaksud bukan sama halnya untuk menyenangkan penglihatan dalam melihat suatu produk. Namun kemasan kali ini merupakan perencanaan dalam bagaimana dari salah satu mempromosikan hasil produk dalam proses penjualan.

Beberapa ahli menyatakan mengenai kemasan bahwasanya kemasan tersebut merupakan kegiatan dalam merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk. (Kotler, 2003), sedangkan yang lainnya menyebutkan bahwa kemasan tersebut merupakan suatu kegiatan dalam memproduksi produk yang ada didalamnya proses desain bungkus dan pembuatan bungkus atas produk tersebut. (Susetyarsi, 2012, 21) Dengan demikian dapat dikatakan bahasanya kemasan merupakan kegiatan

dimana merancang desain bungkus dan memproduksi tempat bungkus untuk digunakan sebagai wadah atas produk yang akan di pasarkan. Kemasan juga menjadi sangat penting dalam proses pemasaran selain dari awalnya kemasan sebagai pelindung atas produk yang ditawarkan ini juga dikarenakan dari kemasan itulah konsumen dapat mengenal produk yang dipasarkan.

Sebagaimana yang dilakukan oleh para pelaku Usaha Mikro (UM) Kec. Sungai Raya, sebelum mereka memahami berbagai hal yang diperlukan dari kemasan, para pelaku UM tersebut hanya menggunakan yang tradisional, dimana mereka hanya menggunakan bahan plastik yang seadanya,

 Seperti halnya yang dilakukan oleh Nasar Falipa, “ *Awalnya saya hanya menggunakan plastik gula dalam membungkus nasar buatan saya, kemudian untuk merekatkan penutupnya saya menggunakan lilin dengan cara menghangatkan plastik tersebut ke lilin untuk di rekatkan agar tidak masuk angin, namun setelah beberapa dari pesanan yang meminta untuk lebih rapi lagi, sekarang produk nasar saya menggunakan plastik toples dari berbagai ukuran, sesuai dari permintaan para konsumen.*

Masing-masing para pelaku UM memiliki pengalaman yang berbeda mengenai kemasan produknya, ada yang dikarenakan permintaan para penelel ada juga atas dasar pengetahuan yang dimiliki hingga akhirnya dari bentuk kemasan yang klasik ke bentuk kemasan yang lebih modern

lagi. Seperti halnya pengalaman yang dimiliki dari pelaku UM Bakudapa Panada beliau memaparkan bahasanya: “ *Awalnya produk kita untuk mengenai kemasan hanya mengandalkan kotak plastik saja tetapi memakai bahan kemasan ini produk jadi tidak tahan lama dan terkesan biasa saja tidak menambah daya tarik peneualan, hingga akhirnya kita beralih ke kemasan yang modern yaitu dengan menggunakan plastik standar minimarket atau swalayan, dimana untuk kualitas produk lebih bertahan lama* ”.

Lainhalnya dengan pelaku UM yang belum tersertifikasi halal mereka hanya terfokus untuk bagaimana menjual barang dagangan saja dan habis jadi hanya dengan memakai bahan seadanya saja, yang seperti kemasan klasik tadi hanya dengan plastik biasa dan alat perekatnya menggunakan lilin. Ini dikarenakan para pelaku UM yang telah tersertifikasi mereka diberikan ilmu dan pengalaman baru bahwa kemasan juga menjadi daya tarik konsumen dalam menentukan jadi atau tidaknya dalam membeli produk tersebut.

Hingga ada dari beberapa para pelaku UM yang mendapatkan bantuan alat kemasan produk, ini dikarenakan pihak yang memberikan alat tersebut melihat atas perjalanan pelaku usaha tersebut dalam menjual produknya, hingga diberikanlah alat untuk mengemas produk tersebut dengan menggunakan alat mesin. “ *Ini saya terima ketika saya menjelaskan kekurangan dalam proses produksi peneualan*

saya dimana saya kekurangan alat dalam prosesnya dan pengemasannya, hingga akhirnya pihak PLN memberikan bantuan kepada saya berupa mesin potong untuk produksi dan mesin pengemasan untuk hasil yang jauh lebih baik lagi dan tahan lama. Disamping saya juga memperkerjakan beberapa karyawan, dengan alat mesin ini menjadi mempermudah saya dalam melakukan produksi penjualan. (Hasil wawancara dengan Ibuk Resmiyati Pendiri Keripik Ubi Larasita Pada Tanggal 7 Juni 2022)

Kemasan menjadi salah satu pelengkap dalam meningkatkan penjualan para Usaha Mikro kec. Sungai Raya, ini menjadikan para Usaha Mikro lebih berinovasi lagi dalam memilih dan membuat kemasan atas produk yang dimiliki para Usaha Mikro.

3. Label Halal Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya
 - a. Strategi Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan UMKM

Dengan melihat pedoman Panduan penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan LPPOM MUI. Para pelaku usaha diminta untuk melaporkan akan barang-barang yang digunakan dalam proses menciptakan akan suatu barang, selanjutnya diteliti akan kehalalan atas suatu produk. (Tian Nur Ma'rifat dan Maya Sari, 2017: 40)

Sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, sesuai dengan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikasi halal ini diajukan oleh para pelaku usaha secara tertulis kepada Badan

Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan melengkapi dokumen data pelaku usaha, jenis dan nama produk, daftar produk, bahan apa saja yang digunakan, serta proses pengolahan produk. (Undang-undang No 33 Tahun 2014 Tentang Produk Jaminan Halal)

Berikut ini beberapa pelaku Usaha Mikro di kecamatan Sungai Raya yang telah bersertifikasi Halal atas produk yang mereka miliki:

Tabel 2: Daftar UMKM Kubu Raya Yang Memperoleh Sertifikasi Halal

No	Nama UMKM	Jenis Produk	No. SH/ KH	Valid Date
1	Tunggal Herbal	Minuman Kesehatan	SH 21160005081216	2018-12-30
2	Aini Bingke	Roti dan Kue	SH 21100005091216	2018-12-30
3	Ajeng Snack	Makanan Ringan	SH 21120005101216	2018-12-30
4	CV. Busri Persada	Gula	SH 21220005121216	2018-12-30
5	Cita Rasa Mandiri	Keripik	SH 21100005841118	2020-11-05
6	Azhari Snack	Keripik	SH 21100005851118	2020-11-05
7	555	Snack Tradisional	SH 21100005861118	2020-11-05
8	Alindra Food	Kue Basah, Puding	SH 21200005871118	2020-11-05
9	KPJ Aneka Rasa	Keripik, Sirup, Jeli	SH 21100005881118	2020-11-05
10	CV. Budi Utomo	Keripik	SH 21120002251212	2020-11-05
11	Sari Mandiri	Bumbu dan Snack	SH 21060005921118	2020-11-05

12	Instan Hijriah	Minuman, Kerupuk	SH 21120005931118	2020-11-05
13	CV. Ertiga Cipta	Keripik	SH 21100005941118	2020-11-05
14	KWT Sungai Udang	Keripik	SH 21100005951118	2020-11-05
15	Sekar Jaya	Keripik dan Kue	SH 21100005961118	2020-11-05
16	Srikandi Snack	Kue Kering dan Snack	SH 21200006121218	2020-12-20
17	Sari Rasa	Bumbu Instan	SH 21060000071211	2021-01-12
18	Arcia Oil	Minyak Kemiri, VCO	SH 21080006300419	2021-04-15
19	Arcia Oil	Keripik	SH 21100006310419	2021-04-15
20	Sawafa	Keripik, Snack	SH 21100006620519	2021-05-25
21	Mpok Neng Aplng	Kerupuk	SH 21100006630519	2021-05-25
22	UKM Kaka	Madu	SH 21120006640519	2021-05-25
23	Kopi Jago Jalanan	Kopi	SH 21120006910919	2021-09-20
24	Langgeng Lestari	Keripik, Snack	SH 21100006960919	2021-09-20
25	Uni Rien	Sambal. Puding	SH 21060007270919	2021-09-30
26	2A	Keripik, Cake, Kue	SH 21100007290919	2021-09-30
27	Arni Snack	Keripik, Kerupuk	SH 21100007300919	2021-09-30
28	Ambangah	Snack Tradisional	SH 21100007310919	2021-09-30
29	Sumber Rezeki	Snack Tradisional	SH 21100007330919	2021-09-30
30	SLB Negeri Rasau	Keripik, Minuman	SH 21100007340919	2021-09-30
31	Zaitunnah	Kerupuk, Kue	SH 21100007350919	2021-09-30
32	Roemah Tjawan	Kopi	SH 21120007480919	2021-09-30
33	Ampera Production	Cokelat Olahan	SH 21110007621119	2021-11-29
34	Kreasyqu	Kue Basah, Cake,	SH 21200007721119	2021-11-29

35	Kripik Kriuk	Keripik	SH 21100007891119	2021-11-29
36	Ambangah	Snack Tradisional	SH 21100007971119	2021-11-29
37	Alsayra	Snack Tradisional	SH 21100008001219	2021-12-13
38	Juragan Muda	Kopi	SH 21120008111219	2021-12-13
39	Larasita	Keripik	SH 21100008121219	2021-12-13
40	Cemilan Kamek	Snack Kacang	SH 21100008131219	2021-12-13
41	Ambico	Minyak (VCO)	KH 21080008420820	2022-08-27
42	UMKM Abon	Abon	KH 21010008430820	2022-08-27
43	CV. Bagaskara	Gula	KH 21230008481020	2022-10-14
44	Home Cemilan Uul	Keripik, Snack, Kue	KH 21100008721120	2022-11-27
45	Instan Hijriah	Minuman	KH 21120005931118	2022-12-12
46	Tunggal Herbal	The, Kopi	KH 21160006081216	2022-12-12
47	KWT Sungai Udang	Kripik, Snack	KH 21100005951118	2022-12-12
48	Sekar Jaya	Snack Tradisional	KH 21100005961118	2022-12-12
49	KPJ Aneka Rasa	Kripik, Snack	KH 21100005881118	2022-12-12
50	Sari Mandiri	Bumbu, Sambal	KH 21060005921118	2022-12-12
51	CV. Budi Utomo	Snack Tradisional	KH 21120002251212	2022-12-12
52	Cita Rasa Mandiri	Kripik, Snack	KH 21100005841118	2022-12-12
53	Alindra Food	Kue Basah, Cake,	KH 21200005871118	2022-12-12
54	Eco	Snack Tradisional	KH 21100008741220	2022-12-12
55	MHY Griya Snack	Kripik	KH 21100008751220	2022-12-12
56	Popis Chips	Kripik	KH 21100008761220	2022-12-12
57	Pawon Torie	Sambal, Rujak Cireng	KH 21060008771220	2022-12-12
58	Kadir Catering	Katering	KH 21340008781220	2022-12-12
59	Ajeng Snack	Kripik, Snack	KH 21100008791220	2022-12-12

60	Alumni Paradigta	Kripik, Snack	KH 21100008801220	2022-12-12
61	An-Nur Berkah	Kerupuk Tepung	KH 21100008811220	2022-12-12
62	Aneka Kripik	Kripik	KH 21100008821220	2022-12-12
63	CV. Sumber Rempah	Bumbu	KH 21060008831220	2022-12-12
64	Daniel Herbal	Minuman	KH 21120008841220	2022-12-12
65	Ibu Misih	Minuman	KH 21120008841220	2022-12-12
66	Family El-Halim	Kripik	KH 21100008861220	2022-12-12
67	Lumintu	Kripik, Snack	KH 21100008871220	2022-12-12
68	Mercalam	Bumbu, Kopi	KH 21060008881220	2022-12-12
69	Mitra Schati	Kerupuk	KH 21100008891220	2022-12-12
70	RajaSnack 6	Snack Tradisional	KH 21100008901220	2022-12-12
71	Dzakira	Kerupuk	KH 21100008911220	2022-12-12
72	Egg Roll Murni	Snack Tradisional	KH 21100008921220	2022-12-12
73	Mauzi Rengginang	Snack Tradisional	KH 21100008931220	2022-12-12
74	Ikan Asis Kk Ros	Ikan Kering	KH 21030008941220	2022-12-12
75	Izta	Kue Kering, Snack	KH 21200008951220	2022-12-12
76	CahayaPutra Aisyah	Kopi	KH 21120008961220	2022-12-12

Sumber: LPPOM-MUI KALBAR 2018-2020

Pemerintah Kabupaten Kuburaya dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM sangat mengapresiasi dengan para pelaku Usaha Mikro yang sudah memiliki label halal atau yang sudah tersertifikasi atas produk yang dimiliki, terbukti dengan selalu mengadakan pelatihan atau selalu melibatkan para pelaku Usaha Mikro yang ada disetiap

kegiatan-kegiatan Kabupaten Kubu Raya, ini bukti bahwa pemerintah kabupaten kuburaya sangat mengapresiasi para pelaku Usaha Mikro dan mau membantu untuk memajukan Usaha Mikro yang ada di Kabupaten Kubu Raya. *“Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kubu Raya selalu melibatkan para pelaku Usaha Mikro di setiap kegiatan pemerintahan Kabupaten Kuburaya seperti: hari ulang tahun Kabupaten Kuburaya, dan kegiatan yang menyangkut dengan UMterlebih bagi mereka yang sudah tersertifikasi halal atas produknya. Dan kita selalu memberikan pelatihan Usaha Mikro guna sebagai penunjang pendapatan penjualan mereka”*. (Hasil wawancara dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kubu Raya)

Label halal ini jugalah di jadikan para pelaku Usaha Mikro untuk meningkatkan penjualan mereka. Dimana dari beberapa para pelaku Usaha Mikro langsung mencari tau bagaimana proses agar mendapatkan sertifikat kehalalan atas produk tersebut. Dari sebagian para pelaku Usaha Mikro ada yang mencari tahu ada juga yang menunggu informasi dari sebahagian group-group Usaha Mikro yang ada, ini di karenakan menurut mereka kurang memahami mengenai mekanismme dalam proses sertifikasi halal tersebut. Ada yang membahasakan bahawa prosesnya lama dan memiliki beberapa aspek agar dapat menerima sertifikasi halal tersebut.

Seperti informasi yang di dapatkkan dari pelaku Usaha Mikro yang telah tersertifikasi halal beliau memaparkan: *“Setelah memiliki sertifikasi halal dan produk kami dapat menggunakan label halal atas produk tersebut ini menjadikan nilai lebih bagai kami sendiri*

umumnya karena sudah dinilai layak dan berhak memakai label halal atas beberapa pemeriksaan yang dilakukan, secara khususnya bagi kami yang mau mempromosikan produk ini ke minimarket atau swalayan menjadi lebih mudah diterima dikarenakan di produk kami sudah berlabelkan halal dan di perbolehkan barang tersebut dijual di minimarket atau swalayan tersebut ”.

Berkaitan dengan label halal ini mejadi bagian penting dalam meningkatkan pendapatan pelaku Usaha Mikro ditambah dengan dukungan yang diberikan dari berbagai pihak, untuk menambah pendapatan para pelaku Usaha Mikro.

Label halal yang di dapatkan para pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya di jadikan mereka sebagai strategi penjualan juga, ini di karenakan dengan adanya label halal tersebut dikemasan produk menjadi daya tarik konsumen karena konsumen merasa aman atas produk yang telah tersertifikasi halal dan menambah aasan konsumen juga akan pentingnya mengkonsumsi produk yang telah berlabel halal. Karena sebahagian konsumen juga sudah memiliki pemahaman akan lebih memilih untuk produk halal yang di konsumsi.

4. Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya

Keadaan dalam suatu usaha menjadi pengaruh dalam meningkatkan penjualan, namun harus dilakukan penyesuaian dalam menyelesaikan suatu keadaan atau kondisi yang ada baik dari eksternal dan internal. Adapun faktor eksternal tersebut meliputi sebagai berikut (Setyowati Subroto, dkk, 2016 : 337-344):

- a. Kebijakan Pemerintah Sektor Usaha Mikro

Sesuai dengan keputusan Menteri Agama tentang layanan sertifikasi halal yang kini ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melayani para produsen yang mengajukan permohonan sertifikat halal dan menerbitkan sertifikat halal. LPPOM MUI bertugas melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk. Komisi Fatwa MUI bertugas menjalankan pengkajian ilmiah terhadap hasil dari berbagai pemeriksaan dan pengujian akan kehalalan produk tersebut. (LPPOM-MUI)

Jika hasil audit tidak disetujui maka dilakukan perbaikan untuk di tindak lanjuti kembali pemeriksaan tersebut, namun apabila pemeriksaan tersebut disetujui maka komisi fatwa MUI akan memfatwakan sebagai produk halal. (KMA No. 982/2019), Ini yang harus dimiliki para pemegang sertifikat halal tersebut. Sehingga nantinya para pemilik usaha diharuskan mengikuti pelatihan yang dilaksanakan lembaga terkait yang memberikan sertifikat halal tersebut. (LPPOM-MUI)

Keputusan Menteri Agama tentang layanan sertifikasi Halal dimana didalamnya terdapat 8 (delapan) putusan yang diantaranya: menetapkan layanan sertifikasi halal, kegiatan layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam diktum pertama, layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam putusan pertama dikenakan tarif layanan yang dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal, besaran tarif yang dimaksud

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Besaran tarif layanan sertifikasi halal dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada MUI dan LPPOM-MUI yang memberikan layanan sertifikasi halal sebelum ketentuan mengenai peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal berlaku, mengenai pengenaan tarif layanan sertifikasi halal akan disesuaikan berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, ketentuan teknis pelaksanaan layanan sertifikasi halal akan dibahas dan disepakati dalam bentuk perjanjian kerja antara BPJPH, MUI, dan LPPOM-MUI.

Perlu dipahami bahwasanya yang di ajukan dalam proses sertifikasi halal ini bukan hanya makanan dan barang. Akan tetapi sesuai dengan yang tertuang dalam pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014: Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ini juga dikelompokkan atas 2 kategori: Pertama, Barang dimana ini termasuk makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang yang dipakai serta digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat. (UU No. 33 Tahun 2014)

Sebagaimana yang di paparkan oleh Nasar Falifa: “*Dikarenakan saya sudah terdaftar di dalam kelompok UMKM Kuburaya dari dinas koperasi dan UMKM kabupaten Kuburaya saat diadakan diskusi dengan para pelu UMKM di minta untuk segera mendaftarkan produknya ke*

sertifikasi halal ” ini jugalah yang menjadikan para pelaku UMKM merasa harus melaksanakan sertifikasi halal atas produk yang mereka miliki, dikarenakan merasa sebagai aturan yang di haruskan oleh pemerintah.

Berbeda dengan yang disampaikan keripik larasita: “ Sewaktu mengikuti pelatihan UMKM yang diadakan oleh dinas UMKM Kubu Raya, bahwa sekarang pemerintah beserta dengan Kementerian Agama sedang menggerakkan sertifikasi halal untuk para pelaku usaha, agar setiap produk usaha tersebut sudah tersertifikasi ”.

b. Kebijakan dan Aturan Swalayan

Sertifikat halal di lihat dari segi pemasaran begitu pengaruhnya ini dikarenakan karena beberapa minimarket ataupun swalayan sudah mengedepankan peraturan bahwa barang yang ingin masuk ke dalam minimarket atau swalayan tersebut harus sudah tersertifikasi.

Atas peraturan yang dimiliki minimarket atau swalayan tersebut, maka pihak UMKM harus memiliki sertikat halal atas kelayakan produknya agar dapat memasuki pasar swalayan atau minimarket. Juga membantu di kenalnya produk UMKM tersebut ke banyak pihak, dari segi pendapatan juga menjadi bertambah di karenakan sudah bisa masuk pasar yang lebih besar lagi. Selain daripada itu, bebrapa hal lain yang menjadi faktor dalam sertifikasi halal ialah beberapa pengetahuan yang didapat oleh para pelaku UMKM bahwa untuk memajukan atas menambah

dalam pemasaran produk diperlukannya sertifikasi halal atas produk yang dimiliki para pelaku UMKM.

Sebagaimana yang di sampaikan oleh beberapa pelaku UMKM Kuburaya dalam hal kali ini disampaikan Nastar Falifa, “ *Awal saya ingin memasarkan kue kering saya ke swalayan atau ke kantor-kantor, mereka menanyakan sudah tersertifikasi halal atau belum produk saya ini, atas dasar itu lah saya langsung mencari tahu bagaimana proses mendapatkannya, hingga akhirnya sekarang usaha saya di semua produk sudah tersertifikasi, dan pemasaran saya jauh lebih gampang masuknya ke swalayan atau minimarket*”.

Berbeda dengan pelaku UMKM yang lain seperti Keripik Larasati, beliau memaparkan bahwa: *Untuk pemasaran keripik saya sebelumnya tidak ada permintaan dari manajeen swalayan agar memiliki sertifikat atas kehalalan suatu produk, tetapi latar belakang saya dikarenakan saat menghubungi keluarga yang memiliki usaha keripik di sampaikan ada saatnya nanti harus memiliki sertifikat atas kehalalan produk baru bisa di pasarkan ke swlayan, jadi sebelum ada permintaan sertifikat itu saya sudah menyiapkannya sebagai jaga-jaga untuk pemasaran produk saya.*

c. Aspek Ekonomi Dari Kemasan

Berkaitan dengan kemasan produk ini jugalah para pelaku Usaha Mikro melatarbelakangi melakukannya

sertifikasi halal atas semua produk yang dimiliki para pelaku UM, dikarenakan para pelaku usaha yang ingin lebih jauh memasarkan produknya mereka harus menampilkan label halal di setiap kemasan produk yang mereka miliki.

Karena setiap produk yang sudah tersertifikasi maka nantinya di setiap kemasan di perbolehkan meletakkan label halal beserta nomor kehalalan atas produk yang sudah tersertifikasi. Atau bagi para pelaku UM yang sertifikasi halal atas produknya yang sudah memasuki masa kadaluarsa (*Expired*) maka diharuskan untuk memperpanjang sertifikasi halalnya tersebut, agar dapat dipergunakan dalam kemasan produk lagi.

Seperti halnya yang di paparkan oleh Nasar Falifa:“
Dikarenakan setiap swalayan atau minimarket yang saya datangi mengharuskan produk yang ingin di pasarkan di tempat tersebut harus memiliki label halal di kemasannya, ini jugalah yang menjadi alasan saya untuk melakukan proses sertifikasi halal agar kemasan saya memiliki nomor dan label tersertifikasi dan produk tersebut dapat dipasarkan di minimarket ataupun swalayan lainnya ”.

Berbeda dengan hal yang dialami oleh pelaku UMKM Larasita yang mendapat perubahan atas kemasan produk keripik yang ia miliki:

“ *Atas permintaan oleh beberapa produsen yang tertarik atas kripik larasita tersebut di minta untuk memasarkan produknya keluar daerah bahkan sampai*

keluar negeri namun haruskan menambah model kemasan dan mengharuskan didalam kemasan tersebut harus ada logo dan nomor sertifikasi halal atas produk yang akan di pasarkan, atas dasar inilah akhirnya keripik larasita diminati sampai ke luar negeri di samping rasa keripik yang khas sudah tersertifikasi pula produk tersebut ”.

5. Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya
 - a. Pengaruh Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Mikro

Berbicara mengenai pemasaran atas setiap produk yang di jual, ini bisa di lihat dari berbagai arah salah satunya dari sisi bagaimana pelaku usaha tersebut dalam mempromosikan produk yang ia miliki. Ini dikarenakan pemasaran itu sendiri seharusnya dapat menjadi pengaruh untuk pendapatan atas penjualan.

Pemasaran bukan sebagai fungsi dalam sebuah usaha, melainkan bagaimana kita dapat melihat pasar secara kreatif dan inovatif. Pemasaran bukan seperti hal yang kebanyakan orang tahu bahwa pemasaran merupakan pelajaran untuk menjual atau pembuat strategi untuk produk atau promosi. Akan tetapi mengenai defnisi pemasaran tersebut sebenarnya sangat luas maknanya. Pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis yang dapat mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan dari satu produsen kepada konsumennya. (Kartajaya, Hermawan, Syakir Sula, Muhammad, 2006: 138)

Berkaitan dengan hal tersebut, dalam hal pemasaran menurut dari beberapa informan yang didapat oleh peneliti bahwasanya begitu berpengaruhnya pemasaran terhadap hasil penjualan produk para pelaku UMKM Kec. Sungai Raya, sebagaimana yang dijelaskan oleh beberapa pelaku UMKM Kec. Sungai Raya. Seperti halnya yang di paparkan oleh keripik Larasita: “ Untuk hal pemasaran sangat berpengaruh terhadap hasil penjualan, dikarenakan awalnya para konsumen mengetahui produk yang saya jual dari bentuk pemasaran yang awalnya saya lakukan dengan mendatangi warung-warung kecil di sekitar tempat tinggal saya, hingga sampai sekarang media social saya jadikan tempat pemasaran hasil produk yang akan saya jual, dan mendapatkan hasil yang lebih, walaupun akibat pemasaran tesebut berbagai banyak permintaan yang para konsumen minta untuk produk keripik yang saya tawarkan kepada mereka”. Berbeda dengan Nasatar Falifa: “Awalnya yang memsarkan jproduk saya ini adalah pembeli nastar saya yang awalnya saya tidak mengetahui bahwa beliau memasukkan produk saya didalam media sosialnya, hingga akhirnya satu persatu dari para orang yang tertarik akan nastar saya menghubungi hingga akhirnya sampai sekarang untuk Kalimantan barat sudah mengetahui Nas̄tar Falifa yang saya kembangkan, saya juga mengakui bahwa pemasaran itulah yang berpengaruh terhadap hasil penjualan saya sampai sekarang ini ”.

Secara garis besarnya pemasaran memang dapat menambah penjualan para konsumen, namun itu juga di bantu dari berbagai inovasi yang di miliki para pelaku UMKM dalam megembangkan produk penjualan mereka, dalam hal ini permintaan dari berbagai konsumen juga menjadi bagaian yang mereka lakukan sebagai bentuk pemasaran dikarenakan hasil permintaan para konsumen tersebut mereka *Upload* ke media social mereka sebagai bentuk pemasaran bahwa sebisanya mereka menambah inovasi-invoasi baru dalam produk penjualan para Usaha Mikro tersebut.

b. Pengaruh Kemasan Terhadap Penjualan Usaha Mikro

Berkaitan dengan kemasan atas produk yang akan di perjual belikan oleh para pelaku UM , ini dilihat dari bagaimana para pelaku usaha menciptakan berbagai macam model kemasan mereka, sebagai bentuk daya tarik para konsumen untuk membeli hasil produk penjualan dari para pelaku Usaha Mikro.

Ada kalanya kemasan produk tersebut hanya itu-itu saja dalam arti membuat kejenuhan para konsumen saat melihat produk penjualan, namun terkadang ada model-model kemasan yang tidak kalah saing sehingga menjadikan produk tersebut lebih dikenal dari produk yang lainnya.

Ini di karenakan bahwa desain produk tersebut merupakan bagian dari faktor pentingnya atas penjualan. Jika bentuk dan desain kemasan telah baik maka kemasan

tersebut sebagai penentu menarik atau tidaknya produk tersebut untuk dimiliki konsumen. (Vita Dhameria, SAB, 2014: 2)

Ini yang menjadikan para pelaku Usaha Mikro berupaya membuat kemasan produk mereka sebegus mungkin agar dapat menjadi daya tarik konsumen atas barang yang akan mereka konsumsi. Para pelaku Usaha Mikro juga menjadi lebih mencari model atau bentuk kemasan yang tidak ketinggalan model agar laku dipasaran.

Bahkan terkadang jika ada suatu produk baru yang belum pernah kita coba atau kita tidak punya juga rencana untuk membelinya, namun ketika melihat produk tersebut memiliki penampilan atau kemasan yang menarik, terkadang hal inilah yang mengundang rasa penasaran dan tertarik untuk membeli barang tersebut. (Willy, Siti Nurjannah, 2019: 68)

Seperti halnya yang dialami oleh Bakudapa Panada: *“ Awalnya produk saya hanya menggunakan kemesan pelantik biasa dan ada juga yang menggunakan kemasan plastik kurma, namun melihat kebanyakan para konsumen meminta agar kemasan tersebut bisa menjadikan produk tahan lama, hingga sekarang ini saya menggunakan kemasan plastik rapping agar kemasan produk saya dapat tahan lama, dari awal saya mencari berbagai model kemasan hingga sekarang ini plastik kemasan saya gunakan kemeasan rapping di tambah lagi dengan bentuk kemasan*

yang sudah tertera produk penjualan saya, ini di lakukan untuk menambah omset penjualan produk saya ”.

Untuk kemasan produk Keripik Larasita: “ *Produk saya ini di awal memulai penjualan kemasannya hanya menggunakan plastik gula seperti kemasan keripik ubi pada umumnya, namun setelah mengikuti berbagai pelatihan Usaha Mikro mulai berganti berbagai macam bentuk model kemasan, mulai dari pelastik gula, hingga ke kemasan plastik press, agar dapat menambah masa kadaluarsa produk keripik yang saya jual, dan lebih rapi lagi di lihat saat dipajang, hingga sekarang ini produk keripik saya memiliki berbagai macam bentuk kemasan dalam setiap produk sesuai dari permintaan konsumen “.*

Berbeda dengan yang dialami oleh Nastar Falifa: “ *Kemasan produk yang saya buat pada umumnya hanya seperti usaha nastar pada umunta hanya di dalam plastik bulat seperti tempat kue hari raya yang biasa, namun setelah di bahwa konsumen dalam perjalanan jauh, nastar itu hancur, dari cerita tersebut saya buat model lain dengan tempat toples kecil, namun tidak tahan lama hingga mendatangkan bau yang membuat nastar tersebut kurang diminati, dari hal itu semua sekarang nastar falifa menggunakan kemasan plastik mica berbentuk toples yang menjadikan nastar tersebut tetap bagus keasannya meskipun dalam perjalan jauh dan kemasan nastarnya tetap baik, ini juga akibat permintaan konsumen agar*

nastar tersebut lebih baik lagi, dan kita juga sebisa mungkin membuat kemasan untuk terus lebih baik lagi ”.

Dengan situasi persaingan yang semakin tajam, estetika merupakan suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen. Karena dari fungsi kemasan itu sendiri dimana kemasan tersebut mudah diidentifikasi sehingga konsumen dengan mudah mengenali atau mencari produk yang ditawarkan, menarik perhatian dengan desain dan warna kemasan yang berbeda sebagai contoh kemasan dengan warna terang atau cerah akan memantulkan cahaya lebih jauh dibandingkan dengan warna gelap.

Sehingga warna terang lebih cepat menarik perhatian walaupun jarak penglihatan jauh, kemasan menimbulkan pengaruh psikologis sebagai misal untuk membangkitkan selera konsumen terhadap produk, mengembangkan asosiasi tertentu terhadap produknya, untuk menciptakan suatu citra dimana digunakan untuk menggambarkan keadaan produknya, untuk memastikan keterbatasan bacaan yang maksimum misalnya penggunaan warna kontral menonjolkan sesuatu, untuk mendorong tindakan dibandingkan dengan kemasan yang polos, pemberian warna dapat memberikan dampak lebih.

Dengan demikian pengaruh kemasan dalam produk yang di miliki para pelaku UM menajdikan meningkatnya pendapatan penjualan, di tambah lagi dengan model-model

kemasan yang dimiliki para pelaku UM Kec. Sungai Raya tidak kalah saing dipasaran dengan kreatifitas yang dimiliki bentuk dan kemasan yang dimiliki para pelaku Usaha Mikro menajdi pengaruh dalam meningkatnya pendapatan para pelaku Usaha Mikro.

c. Pengaruh Label Halal Terhadap Penjualan

Label halal merupakan surat keterangan yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI Pusat atau Provinsi yang telah di lakukan pemeriksaan tentang kelayakan sertifikat halal atas usaha yang sedang dijalankan. Baik itu dalam bentuk produk makanan, minuman, obat-obatan, ataupun kosmetik yang diproduksi oleh suatu usaha yang telah di teliti dan di nyatakan halal oleh LPPOM MUI. (LPPOM - MUI)

Beberapa hal yang harus diketahui pelaku usaha, untuk mendapatkan sertifikat tersebut sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, sesuai dengan pasal 29 bahwasanya permohonan sertifikasi halal ini diajukan oleh para pelaku usaha secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan melengkapi dokumen data pelaku usaha, jenis dan nama produk, daftar produk, bahan apa saja yang digunakan, serta proses pengolahan produk. (Undang-undang No 33 Tahun 2014 Tentang Produk Jaminan Halal)

Berkaitan dengan pengaruh label halal terhadap tingkat penjualan ini seperti menjadi daya tarik pelaku

usaha, dikarenakan ingin mengetahui ke untungan ketika memiliki label halal dengan belum memiliki, seperti halnya yang penulis dapat Ketika mewawancarai salah satu pelaku usaha Nasar Falifa beliau menyebutkan: *“Label halal ini memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan saya, ini di karenkan dengan sudah tersertifikasi produk saya lebih mudah di pasarkan dan Sebagian masyarakat yang sudah mengerti akan sertifikat halal tersebut jadi tidak merasa khawatir dengan produk yang saya miliki, seperti halnya saya lebih mudah memasukkan produk jualan saya ke minimarket atau mengikuti bazar di setiap kegiatan ”.*

Berbeda halnya dengan yang disampaikan dengan pelaku uaha bakudapa panada beliau memaparkan bahwa: *“ Saya awal memiliki sertifikasi halal ini belum mengetahui kemana dan harus apa Ketika sudah memiliki label halal, ini dikarenakan saya awalnya belum mnegetahui konsep pemasaran dalam penjualan, hingga Ketika saya mencoba memasarkan produk saya ketika di tanya sudah memiliki label halal atas produk dan di lihat produk saya sudah melengkapi persyaratan akhirnya produk saya bisa di pasarkan dan di terima masyakat. Namun tidak serta merta karena sudah memiliki label halal namun harus juga mengusai yang namanaya konsep pemasaran ”.*

Seperti itu juga yang disampaikan kripik larasita: *“ Seperti yang sebelumnya saya jelaskan bahwa, saya memulai usaha saya ini dari kedai-kedai kecil yang ada*

disekitaran rumah, namun karena adanya permntan yang jauh lebih besar saya memberanikan diri untuk melenhkapi berbagai macam persyaratan diantaranya harus sudah memiliki label halal atas produk yang sudah tersertifikasi di buktikan dengan no label halal yang tertera di kemasan produk. Hingga akhirnya penjualan saya jauh lebih meningkat sampai sekarang ini ”.

Alasan mengapa dilakukannya pendaftaran sertifikasi halal agar produk yang dimiliki Usaha Mikro Kec. Sungai Raya untuk memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi *Customer* serta meningkatkan nilai jual. Dengan demikian manfaat sertifikasi yang dirasakan oleh UM mearsa lebih percaya diri dalam memasarkan dan mengemas produk yang dimiliki dikarenakan sudah dapat masuk ke dalam distributor yang menyebabkan penjualan yang konstan dan lebih banyak.

Seperti halnya yang disampaikan Nastar Falifa: “*Awalnya saat usaha produk Nastar saya belum memiliki label halal pendapatan saya tidak sebesar sekarang, dikarenakan belum dapat masuk dalam event-event besar Usaha Mikro khususnya Usaha Mikro Kubu Raya, namun Ketika telah memiliki label halal dalam kemaan nastar saya, sekarang ini menambah penghasilan saya dalam tingkat penjualan Nastar Falifa yang sedang saya kembangkan ”.*

Ini membuktikan bahwa sebahagian besar tingkat penjualan para pelaku Usaha Mikro di bantu dengan adanya

label halal di kemasan produk penjualan mereka, dengan demikian Label Halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan Usaha Mikro Kec. Sunga Raya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Pemasaran, Kemasan Dan Label Halal Terhadap Tingkat Penjualan Produk Usaha Mikro (UM) Di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat (Studi Kasus Pelaku Usaha UM Di Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemasaran, Kemasan Produk Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya, dimulai dari kesadaran para pelaku usaha untuk memiliki label halal dalam mempromosikan hasil produk yang akan dipasarkan, terlihat dari mengedepankan pemasaran. Salah satu strategi yang digunakan oleh para pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya, mulai percaya diri dalam pemanfaatan *Digital Marketing* melalui *Platform* media social yang dimiliki oleh para pelaku Usaha Mikro seperti Facebook, Instagram, dan lainnya. Meskipun alat media social mereka belum dimanfaatkan secara optimal, tapi para pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya ini telah berusaha mencoba meningkatkan cara pemasaran melalui teknologi yang mereka miliki. Begitu juga dengan kemasan mereka berupaya mengikuti model yang sedang di gemari para konsumen, dan menjadikan para pelaku Usaha Mikro selalu berinovasi dalam membuat kemasan yang lebih menarik.
2. Tingkat Penjualan Usaha Mikro di Kecamatan Sungai

Raya ini dari segi pemasaran, label, dan agar mendapatkan tingkat penjualan yang jauh meningkat. Selain itu juga KMA No. 982/2019, pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014 inilah yang melatarbelakangi para pelaku UM dalam melakukan sertifikasi halal akan produk mereka.

3. Pengaruh Pemasaran, Kemasan Produk dan Label Halal Terhadap Penjualan Usaha Mikro di Kecamatan Sungai Raya. Sangat berpengaruh dimana dari setiap tingkatan baik itu dari segi Pemasaran, Kemasan, Label Halal, mempengaruhi akan tingkat pendapatan para pelaku UM yang ada di Kec. Sungai Raya, namun bila untuk di urutkan mana yang lebih berpengaruh:
 - a. Kemasan,
 - b. Label Halal, dan
 - c. Pemasaran.

B. Saran

1. Sebagai Pelaku Usaha Mikro Kec. Sungai Raya, Kab. Kubu Raya yang telah memiliki Label Hala dalam produk usahanya diharapkan dapat terus mengajak rekan-rekan Usaha Mikro untuk dapat memproses usaha mereka agar tersertifikasi halal, dan bagi pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikat halal harus terus *Update* agar tidak lupa untuk memperpanjang masa sertifikasi halalnya, agar tingkat penjualan dapat terjaga sebaik mungkin.
2. Bagi peneliti selanjutnya, yang tertarik terhadap judul atau

permasalahan yang hampir sama atau sejenis, diharapkan dapat mengupas tentang pengaruh sertifikasi halal dalam tingkat penjualan Usaha Mikro dimasa Pandemi Covid 19 di tinjau dari masa wajib Prokol Kesehatan. Sehingga kekurangan-kekurangan tersebut menjadi kajian berikutnya dalam konteks kebijakan pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Sim, *Manajemen Syariah: Sebuah kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Press, 2008
- Agus Putra, Panji Adam, *Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam*, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 1 No. 1 Januari 2017.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, *Departemen Agama RI*, Semarang: Toha Purta, 1989.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, *Kementerian Agama RI*.
- Alfian, Ian, *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Petisah)*. Tesis Program Studi Ekonomi Islam Pascasarjana Uiniversitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2017.
- Amin, Ma'ruf, *Fatwa Halal Melindungi Umat Dari Kerugian Yang Lebih Besart*, Jurnal Halal Nomor. 103 Th. XVI, LPPOM MUI, 2013.
- Angekine, Mia, *Cara Desain Kemasan Produk Mmpengaruhi Respons Kognitif dan Perilaku Konsumen*, Humaniora 1, 2010
- Armiani, dkk, *Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi UMKM Nonmuslim Dalam Meningkatkan Penjualan*, Jurnal Proseding Seminar Stiami, Volume 8, No. 1, Februari 2021.

- Asifudin, Ahmad Janan, *Etos Kerja Islam*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2004.
- Bukhari, *Shahih Bukhari*, (Beirut: Dar al Kutub) jilid 4.
- Busrah, *Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa FKIP UNASMAN*, Tesis: UIN Alauddin Makassar, 2017.
- Cahyadiana, Windarini, *Pengaruh Desain Produk Terhadap Tingkat Penjualan*, Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia, Vol. 2, No. 1, Mei 2018.
- Dawam Rahardjo, 'Menuju Sistem Perekonomian Indonesia', *Jurnal UNISIA*, Vol. XXXII No. 72, 115, Desember, 2009.
- Depag RI, *Al- Qur'an*, Kudus: Fa. Menara
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2001.
- Dhameria, Vita, SAB, *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang)*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume 13, No. 1, Mei 2014.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Depok: Penebar Swadaya 2012.
- Djamil Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam, Sejarah, Teori dan Praktik*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

- Eri Agustian H dan Sujana, “*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s Conello*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1. no. 2 2013
- Faridah, Hayyun Durrotul, *Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi*, *Jurnal of Halal Product and Research Volume 2*, Nomor 2, Desember 2019.
- Gitosardjono, Sukamdani Sahid, *Bisnis dan Kewirausahaan Syariah, Upaya Menuju Kesejahteraan Umat*, Bogor: STAIT Sahid, 2012.
- Gusrizaldi, Rogi dan Eka Komalasari, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*, *Jurnal Valuta*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2016.
- Hadi, Andik Prakasa, Suryani, dkk, *Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Sakuta.co Salatiga*, *Kurnal Ilmiah Komputer Grafis*, Vol. 14, No. 1, Juli 2021
- Hariati, Dkk, *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) DI Provinsi Kalimantan Timur*, *Jurnal Paradigma*, Vol. 7, No. 2, Agustus 2018.
- Hardilawati, Wan Laura, *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, Vol. 10, No. 1, Juni 2020.
- Hendarwan, Dedy, *Menumbuhkan Jiwa, Perilaku dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis*, *Jurnal MBIA*, Vol. 17, No. 2, 2018.

Hidayatulah, Muhammad Syarif, *Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan Dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam)*, Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam, Volume 11, Nomor 2, Desember 2020.

Ilyas, Musyfikah, *Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat*, Jurnal Al-qadau, Volume 4, Nomor 2, Desember 2017.

Indah Sari, Desi, *Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-undangI*. Reportorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan, Vol. 7 No. 1, Mei 2018.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Online). Tersedia di kbbi.kemdikbud.go.id/entri/label. Diakses 15 Februari 2022.

Kartajaya, Hermawan, Syakir Sula, Muhammad, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mian Pustaka, 2006.

Kotler, Keller, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*. 2007.

Linggarani, Karina, *Analisis Asas Kepastian Hukum Dalam Pengaturan Sertifikasi Halal Produk Pangan Para Pelaku Usaha Kecil Menengah*, Tesis Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung Tahun 2018.

Madjid Nurcholis, Sayyed Hossein Nasr dkk, *Nilai dan Makna Kerja Dalam Islam*, Jakarta: Nuansa Madani, 1999.

- Mandasari, Dewi Jayanti, dkk, *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bodowoso*, Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Volume 13, No. 1, 2019.
- Mashuri, *Analisis Strategi Pemasaran UMKMDi Era 4.0*, Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol. 8, No. 2, Desember 2019.
- Maya, Siska, *Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Cmmerce, Studi Kasus: Mitra UKM Perusahaan*, Jurnal f Applied Business and Ecnmics, Volume 2, Nomor 3 Maret 2016.
- Ma'rifat, Tian Nur, Mayang Sari, *Penerapan Sistem Jaminan Halal Pada UKM Bidang Olahan Pangan Hewani*, Khadimul Ummah Journal of Social Dedication, Vol. 1, Nomor 1, November 2017.
- M.Umer Chapra, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, ter. Ikhwan Abidin Basri, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Nasarudin ,Yama dan Hemmy Fauzan, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.
- Nardi Sunardi, dkk, *Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda BSD City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis, Vol. 2, No. 1, Oktober 2020.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Sebelas, Jakarta: PT. Indeks, 2003

Putra, KMMedyana, dkk, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014*, e-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Manajemen, Volume, 4, Tahun 2016.

Rahardjo, M. Dawam, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1990.

Ravica Lia Erlyta, Nancy, *Strategi Majelis Ulama Indneisa Dalam Upaya Penerbitan Sertifikat Halal*, Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, Volume 3, Nomor 4, 2018.

Samiaji, Sarosa, *Penelitian Kualitatif. Dasar-dasar*, Jakarta: Indeks Penerbit, 2012.

Sarfiah, Sudati Nur, Dkk, *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*, Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan, Vol 4, No. 2, 2019.

Segati, Ahda, *Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Volume 3, Nomor 2, Juli – Desember 2018.

Sidiq, Umar, Moh. Miftahul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: CV. Nata Kaya, 2019.

Sodiman, *Sertifikasi Halal Produk Makanan Sebagai Perlindungan Konsumen Muslim, Studi: Lembaga Pengkaian Pangan Obat-Obatan dan Ksmetika-Maelis Ulama Indonesia Sulaesi*

- Tenggara, Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Volume 3, Nomor 1, uni 2018.*
- Sholikatin, Waamilus, *Perancangan Kemasan Produk Kripik Makroni Spiral Makeci*, DESKOVI : Art And Design Journal Tahun Vol. 2, No.2, Desember 2019.
- Singarimbun, Masri, Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3S, 2008
- Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, jurnal Fokus Ekonomi (FE)*, April 2010, Hal 50 – 58 Vol. 9, No.1 ISSN: 1412-3851.
- Subroto, Setyowati, dkk, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Brebes*, Prseding Seminar Nasinal Penelitian dan PKM Sosial, Ekonomi, dan Humaniora 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif)*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Tarigan, Azhari Akmal, *Dari Etika Ke Spiritualitas Bisnis*, Medan: IAIN Pers Sumatera Utara, 2014.
- Th Susetyarsi, *Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan Pada Produk Minuman Mi one di Kota Semarang*, jurnal STIE Semarang, oktber 2012, Hal 19-28 Vol. 4, No. 3 ISSN: 2252-7826

Usman, h dan Purnomo. S, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Wahyuningrum, Asri, dkk, *Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah*, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 35, No. 2 Juli – Desember 2015.

William Kline, ‚Business Ethics from the Internal Point of View‘, *Journal of Business Ethics*, Vol. 64, No. 1 (Mar., 2006), 57-67. Published by:Springer Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/25123730>. diakses: 11/09/2020.

Willy, Nurjannah, Siti, *Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 9, issue 2 Juni, 2019.

LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Izin Penelitian
3. Izin Rekomendasi Penelitian
4. Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Penunjukkan Sebagai Dosen Pembimbing Tesis
5. Transkrip Wawancara Informan
6. Dokumentasi
7. Undang-Undang Sertifikat Halal
8. Keputusan Menteri Agama
9. Daftar Riwayat Hidup

PEDOMAN WAWANCARA

1. Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
2. Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
3. Bagaimna model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
4. Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
5. Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
6. Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
7. Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
8. Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
9. Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
10. Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
11. Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan,atau Label Halal?

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Rusmiati
 Alamat Informan : Kuala Dua, Sungai Raya
 Informan : I (Kesatu)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Rusmiati, 37 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2017
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Alhamdulillahnya untuk sekarang ini ada 3 oarang di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimna model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Cara kamek dalam memasarkan produk cukup dengan menawarkan ke beberapa tetangga sekitar jak, dengan itu tetangga yang membeli tadi akan menceritakannya ke orang lain
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Awalnya hanya warung kopi terdekat, sekolah, Untuk sampai sekarang ini sudah sampai internasional, ada di beberapa negara.

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Awalnya usaha saya ini kemasannya menggunakan plastik gula biasa da merekatkannya pakai lilin,beberapa pergantian model kemasan hingga jadilah sampai sekarang yang menggunakan kemasan yang jauh lebih baik., dan stiker juga d desain lebih baik untuk menarik pelanggan
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini alfamart dan indomaret sudah ada sebahagian uasaha kita dijual di tempat tersebut, sekitar 260 cabang se Kalimantan Barat.
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah ber label halal dan di permudah yang awalnya batasnsya 2 tahun sekarang jadi 4 tahun
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2018 akhir
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Rasa ke ingin tauhan saya yang membantu untuk membuat label halal pada usaha saya, di lihat saat saya melihatproduk teman yang ada label halalnya saya kira keren untuk menambah daya tarik konsumen, di tambah saya jaga-jaga atas produk saya

9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena bahan baku usaha juga harus yang sudah tersertifikasi, di tambah karena pemula jadi ngurus berkas dengan sendirinya., namun untuk mengurus ke dua ini jadi lebih mudah karena berkas sudah siap semua.
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh karena sekarang produk saya sudah sampai interasional itu dikarenakan sudah tersertifikasi halal.
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan,atau Label Halal?
	Informan	Kalau menerut saya, Kemasan, Label Halal, baru Pemasaran

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Yanti (Nastar Falifa)
Alamat Informan : Adi Sucipto, Sungai Raya
Informan : 2 (Dua)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Yanti, 37 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2015
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Awal tahun 2015 ada 2orang untuk sekarang ini Alhamdulillahnya ada 4 oarang di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke tempat kerja adik saya dan sesama teman di kerjaa, karena banyak pemesanan, baru mulai online, dan dari temen ke teman membantu memasarkan, hingga sekarang ke aplikasi-aplikasi media sosial

4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Awalnya dengan cara membawa contoh produk ke kantor-kantor, unruk sekarang ini belum ke minimarket cuman dengan produksi online saja, dan sudah sampai se Kalimantan Barat
5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Awalnya kemasan dengan bentuk kemasan plastik kurma, hingga beberapa kali ganti model kemasan, hingga sekarang ada macam-macam bentuk kemasan di produk kita, ada yang toples ada juga yang hanya bentukplastik biasa.
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa minimarket apa lagi di jelang mendekati lebaran itu sampai kewalahan malah dan kita sampai men sto permintaan.
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2021

8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Di hubungi oleh dinas UMKM sertaRasa ke ingin tahuan saya yang membantu untuk membuat label halal pada usaha saya, serta di bantu oleh para duta-duta halal, dan lembaga lainnya, agar ikut pameran juga gak ragu lagi para konsumen saat melihat barang produk kita,
9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena kurang paham dalam mengisi beberapa berkas, namun setelah dileawi sekarang alhamdulillah sudah mengerti.
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh karena semakin hari pemesan itu semakin bertambah, dan jadi lebih percaya diri dalam menjual produk.
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Kemasan, Pemasaran, baruLabel Halal

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Malinda (Baku dapa panada)
 Alamat Informan : Kuala Dua, Sungai Raya
 Informan : 3 (Tiga)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Malinda, 39 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2016, dari modal bahan baku 50 ribu di luar gas, kompor dan sebagainya
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Awal tahun 2016 ada 2 orang untuk sekarang ini Alhamdulillahnya ada 11 orang karyawan di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke teman, dan kerabat dekat yang rindu dengan makanan manado, kemudian ke media sosial dan kantor-kantor

4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Alhmdulilah sudah masuk ke 21 market yang ada di pontianak, 1 market di jakarta timur, di luar reseler juga, dan ada beberapa yang ada di ketapang dan singkawang, ada di 50 kantor juga di kubu raya dan pontianak
5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Saya kan ada 2 produk, ada yang khusus gorengan biasa, dan ada juga yang rumah kue, dengan beberapa model kemasan, namun awalnya model kemasan dengan plastik biasa
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa minimarket
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi dan sudah perpanjang yang ke 2 kalinya
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2018
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Awalnya karena ingin menambah daya tarik atas produk saya dilihat dari para konsumen juga sudah mulai mengerti kan ke halalan tersebut, serta menjadikan menambah daya jual.

9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena di bagian kepengurusan Isertifikasi halal antara MUI dan Kemenag masih kurang mengerti jadi saling melempar.
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh karena semakin hari pemesan itu semakin bertambah, dan jadi lebih percaya diri dalam menjual produk.
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Pemasaran, Label Halal, baru Kemasan produk,

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Sumiyati (Kripik Stik)
Alamat Informan : Parit Bugis, Sungai Raya
Informan : 4 (Empat)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Sumiyati, 35 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2015
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Awal tahun 2015 ada 2 orang untuk sekarang ini Alhamdulillahnya ada 4 orang karyawan di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke teman, dan kerabat dekat yang rindu dengan makanan
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasaran usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Alhmdulilah sudah ada di beberapa swalayan yang ada di pontianak,

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Saya kan ada 2 produk, ada yang khusus gorengan biasa, dan ada juga yang rumah kue, dengan beberapa model kemasan, namun awalnya model kemasan dengan plastik biasa
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di swalayan yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa swalayan
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2017
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Awalnya karena ingin menambah daya tarik atas produk saya
9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena di bagian ke pengurusan bebrapa berkas
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh

11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Label Halal, Pemasaran, baru Kemasan produk,

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Rasmina
 Alamat Informan : Kuala Dua, Sungai Raya
 Informan : 5 (Lima)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Rasmina, 34 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2012
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Alhamdulillahnya untuk sekarang ini ada 4 oarang di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimna model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Cara saya dalam memasarkan produk cukup dengan menawarkan ke beberapa tetangga sekitar jak, dengan itu tetangga yang membeli tadi akan menceritakannya ke orang lain
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Awalnya hanya warung kopi terdekat, sekolah, Untuk sampai sekarang ini sudah ke beberapa swalayan

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Awalnya usaha saya ini kemasannya menggunakan plastik gula ,beberapa pergantian model kemasan hingga jadilah sampai sekarang yang menggunakan kemasan yang jauh lebih baik., dan stiker juga d desain lebih baik untuk menarik pelanggan
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di bebrapa swalayan Kalimantan Barat.
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah ber label halal dan di permudah yang awalnya batasnsya 2 tahun sekarang jadi 4 tahun
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2018 akhir
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Rasa ke ingin tahuan saya yang membantu untuk membuat label halal pada usaha saya, di lihat saat saya melihatproduk teman yang ada label halalnya saya kira keren untuk menambah daya tarik konsumen, di tambah saya jaga-jaga atas produk saya

9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena bahan baku usaha juga harus yang sudah tersertifikasi, di tambah karena pemula jadi ngurus berkas dengan sendirinya., namun untuk mengurus ke dua ini jadi lebih mudah karena berkas sudah siap semua.
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh itu dikarenakan sudah tersertifikasi halal.
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menerut saya, Kemasan, Label Halal, baru Pemasaran

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Rahayu (Nastar)
Alamat Informan : Adi Sucipto, Sungai Raya
Informan : 6 (Enam)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Rahayu, 35 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2015
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Awal tahun 2015 ada 2 orang untuk sekarang
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke tempat kerja adik saya dan sesama teman di kerjaa,
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Awalnya dengan cara membawa contoh produk ke kantor-kantor, unruk sekarang ini belum ke minimarket cuman dengan produksi online saja

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Awalnya kemasan dengan bentuk kemasan plastik kurma, hingga beberpa kali ganti model kemasan, hingga sekarang ada macam-macam bentuk kemasan di produk kita, ada yang toples ada juga yang hanya bentuk plastik biasa.
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa minimarket apa lagi di jelang mendekati lebaran
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2020
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Di hubungi oleh dinas UMKM sertaRasa ke ingin tahanan saya yang membantu untuk membuat label halal pada usaha saya, serta di bantu oleh para duta-duta halal, dan lembaga lainnya
9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena kurang paham dalam mengisi beberapa berkas, namun setelah dilewati sekarang alhamdulillah sudah mengerti.

10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh karena semakin hari pemesan itu semakin bertambah, dan jadi lebih percaya diri dalam menjual produk.
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Kemasan, Pemasaran, baru Label Halal

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Rahmad
 Alamat Informan : Kuala Dua, Sungai Raya
 Informan : 7 (Tujuh)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Rahmad, 36 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2016
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Alhamdulillah ada 2 orang untuk sekarang ini
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke teman, dan kerabat dekat kemudian ke media sosial dan kantor-kantor
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasara usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Alhmdulilah sudah masuk ke beberapa market yang ada di pontianak

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	ada yang khusus gorengan biasa, dan ada juga yang rumah kue, dengan beberapa model kemasan, namun awalnya model kemasan dengan plastik biasa
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di minimarket yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa minimarket
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2019
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Awalnya rasa ingin tahu karena ingin menambah daya tarik atas produk saya dilihat dari para konsumen juga sudah mulai mengerti serta menjadikan menambah daya jual.
9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena di bagian ke pengurusan sertifikasi halal ada beberapa bahan persyaratan yang sulit

10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh karena semakin hari pemesan itu semakin bertambah
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan, atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Label Halal, Pemasaran, baru Kemasan produk

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Nia (Kripik Ubi)
Alamat Informan : Adi Sucipto, Sungai Raya
Informan : 8 (Delapan)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Nia, 39 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2013
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Alhamdulillahnya ada 2 orang karyawan di dalam kota
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Melalui pemasaran ke teman, dan kerabat dekat
4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasaran usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Alhmdulilah sudah ada di beberapa swalayan yang ada di pontianak,

5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Sekarang ini saya menggunakan kemasan produk plastik aluminium, dengan desain yang di buat untuk menambah daya tarik konsumen
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di swalayan yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa swalayan
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2018
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Awalnya karena ingin menambah daya tarik atas produk saya
9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena di bagian ke pengurusan beberapa berkas yang bahan produk yang di haruskan tersertifikasi juga dan karena belum ada yang menjelaskan mengenai prosedur serta langkah-langkahnya

10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan,atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Pemasaran, Label Halal,baru Kemasan produk,

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

Nama Narasumber : Sekar Jaya (Kripik)
 Alamat Informan : Serdam, Sungai Raya
 Informan : 9 (Sembilan)

NO	Peneliti dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
1	Peneliti	Siapa nama bapak/Ibu dan umur berapa?
	Informan	Nama saya Sekar, 39 Tahun
2	Peneliti	Sudah berapa lama bapak/ibu menekuni usaha ini?
	Informan	Usaha saya ini dimulai sejak akhir tahun 2015
3	peneliti	Sudah ada berapa karyawan yang membantu mengelola usaha bapak/ibu di bagian pemasaran?
	Informan	Alhamdulillahnya ada 3 orang karyawan di usaha saya
3	Peneliti	Bagaimana model pemasaran awal saat bapak/ibu memulai usaha ini?
	Informan	Sebelum saya mengikuti pelatihan usaha UMKM yang diadakan oleh pemerintahan Kubu Raya, model pemasaran usaha yang saya lakukan dengan menitipkan usaha saya kepada warung tetangga, namun setelah mengikuti pelatihan tersebut, saya baru tau bahwa pemasaran itu bukan hanya cara menjual agar laku dan cepat habis, tapi kita harus melihat pasar dan harus berkreasi dengan itulah saya menggunakan HP Android sebagai media saya dalam memasarkan usaha keripik saya, hingga sampai sekarang terus berkembang usaha saya tersebut

4	Peneliti	Sudah sampai mana saja pemasaran usaha bapak /ibu ini?
	Informan	Alhamdulillah sudah ada di beberapa swalayan yang ada di pontianak,
5	Peneliti	Apakah bentuk kemasan di usaha bapak/ibu sudah sesuai pemasaran?
	Informan	Awalnya saya hanya menggunakan plastik gula dalam membungkus keripik buatan saya, kemudian untuk merekatkan penutupnya saya menggunakan lilin dengan cara menghangatkan plastik tersebut ke lilin untuk di rekatkan agar tidak masuk angin, namun setelah beberapa dari pesanan yang meminta untuk lebih rapi lagi, sekarang produk keripik saya menggunakan plastik aluminium dari berbagai ukuran, sesuai dari permintaan para konsumen
	Peneliti	Apakah usaha bapak/ibu ini sudah ada di swalayan yang di sekitar kubu raya?
	Informan	Untuk sekarang ini ada di beberapa swalayan
6	Peneliti	Mengenai label halal apakah sudah tersertifikasi usaha bapak/ibu ini?
	Informan	Alhamdulillahnya sudah tersertifikasi
7	Peneliti	Sejak tahun berapa usaha bapak/ibu sudah tersertifikasi label halal?
	Informan	Awal saya mengurus label halal itu sekitar tahun 2018
8	Peneliti	Darimana bapak/ibu mengetahui informasi label halal ini?
	Informan	Saya mengetahui tentang pengurusannya dari Group kelompok UMKM

9	Peneliti	Apakah ada kesulitan saat mengurus sertifikasi halal?
	Informan	Ada sedikit kesulitan, karena baru memulai pengurusan dan berkas-berkasnya belum lengkap
10	Peneliti	Terkait dengan segala sesuatu yang sudah sesuai, apakah ada pengaruh dari tersertifikasi halal usaha bapak/ibu ini terhadap tingkat penjualan?
	Informan	Ya alhamdulillah sangat berpengaruh
11	Peneleiti	Kalau boleh di urutkan menurut bapak/ibu, mana yang lebih berpengaruh terhadap tingkat penjualan: Pemasaran, Kemasan,atau Label Halal?
	Informan	Kalau menurut saya, Pemasaran, Label Halal,baru Kemasan produk,

DOKUMENTASI

Gambar 1
Foto Kantor

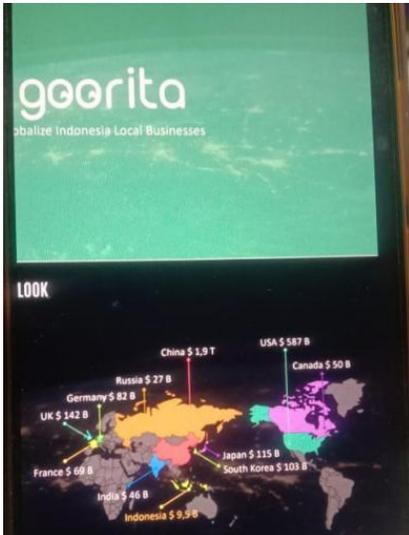


Gambar 2
Wawancara Dengan Para Pelaku UMKM





Gambar 3
M Berprestasi



Gambar 4
Bahan-bahan Yang Sudah Tersertifikasi Halal



Gambar 5
Foto Kegiatan UM



UNDANG-UNDANG SERTIFIKAT HALAL



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

Pasal 2

Penyelenggaraan JPH berasaskan:

- a. perlindungan;
- b. keadilan;
- c. kepastian hukum;
- d. akuntabilitas dan transparansi;
- e. efektivitas dan efisiensi; dan
- f. profesionalitas.

Pasal 3

Penyelenggaraan JPH bertujuan:

- a. memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk; dan
- b. meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.

Pasal 4

Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

BAB II

PENYELENGGARAAN JAMINAN PRODUK HALAL

Bagian Kesatu

Umum

Pasal 5

(1) Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan JPH.

(2) Penyelenggaraan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 14 -

- (3) Penyelia Halal ditetapkan oleh pimpinan perusahaan dan dilaporkan kepada BPJPH.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Penyelia Halal diatur dalam Peraturan Menteri.

BAB V TATA CARA MEMPEROLEH SERTIFIKAT HALAL

Bagian Kesatu Pengajuan Permohonan

Pasal 29

- (1) Permohonan Sertifikat Halal diajukan oleh Pelaku Usaha secara tertulis kepada BPJPH.
- (2) Permohonan Sertifikat Halal harus dilengkapi dengan dokumen:
 - a. data Pelaku Usaha;
 - b. nama dan jenis Produk;
 - c. daftar Produk dan Bahan yang digunakan; dan
 - d. proses pengolahan Produk.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengajuan permohonan Sertifikat Halal diatur dalam Peraturan Menteri.

Bagian Kedua Penetapan Lembaga Pemeriksa Halal

Pasal 30

- (1) BPJPH menetapkan LPH untuk melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk.

(2) Penetapan . . .



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

- 26 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-Undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 17 Oktober 2014
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 17 Oktober 2014
MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

AMIR SYAMSUDIN

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2014 NOMOR 295

Salinan sesuai dengan aslinya
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA
REPUBLIK INDONESIA



Menteri Sekretaris Negara
Perancang-undangan,

Amad Septa Murti

KUPUTUSAN MENTERI AGAMA



KEPUTUSAN MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 582 TAHUN 2019
TENTANG
LAYANAN SERTIFIKASI HALAL

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- bahwa Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah menyelenggarakan layanan sertifikasi halal bagi produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia terhitung sejak tanggal 17 Oktober 2019;
 - bahwa dalam penyelenggaraan layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam huruf a, BPJPH bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk penciptaan kehalalan produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik MUI (LPPOM-MUI) untuk pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - bahwa penyelenggaraan layanan sertifikasi halal oleh BPJPH, MUI, dan LPPOM-MUI sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b dikenakan tarif layanan sertifikasi halal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang keuangan;
 - bahwa peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam huruf c belum ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang keuangan, sehingga berpotensi mengganggu kelancaran penyelenggaraan layanan sertifikasi halal;
 - bahwa untuk mencegah terjadi kondisi sebagaimana dimaksud dalam huruf d, perlu ditetapkan kebijakan mengenai layanan sertifikasi halal dalam kerangka diskresi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, perlu menetapkan Keputusan Menteri Agama tentang Layanan Sertifikasi Halal;

- 2 -

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 393, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5601);
 2. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 395, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604);
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 88, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6344);
 4. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2019 tentang Organisasi Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 203);
 5. Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 168);
 6. Peraturan Menteri Agama Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1495);
 7. Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 1191);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI AGAMA TENTANG LAYANAN BERTIFIKASI HALAL.

KESATU : Menetapkan layanan sertifikasi halal meliputi kegiatan:

- a. pengajuan permohonan sertifikat halal;
- b. pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk;
- c. pengkajian ilmiah terhadap hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk;
- d. pelaksanaan sidang fatwa halal; dan
- e. penerbitan sertifikat halal.

KEDUA : Kegiatan layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU dilaksanakan oleh:

- a. BPJPH untuk kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU huruf a dan huruf c;
- b. MUI untuk kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU huruf c dan huruf d; dan
- c. LPPOM-MUI untuk kegiatan sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU huruf b.

- 3 -

- KETIGA** : Layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam Diktum **KESATU** dikenakan tarif layanan yang dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal.
- KEEMPAT** : Besaran tarif layanan sertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam Diktum **KETIGA** ditetapkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- KELIMA** : Dalam hal peraturan perundang-undangan mengenai besaran tarif layanan sertifikat halal sebagaimana dimaksud dalam Diktum **KEEMPAT** belum ditetapkan, besaran tarif layanan sertifikasi halal dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada MUI dan LPPOM-MUI yang memberikan layanan sertifikasi halal sebelum ketentuan mengenai peraturan perundang-undangan terkait jaminan produk halal berlaku.
- KEENAM** : Dalam hal besaran tarif layanan sebagaimana dimaksud dalam Diktum **KELIMA** lebih rendah atau lebih tinggi dari peraturan perundang-undangan terkait tarif layanan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang keuangan, pengenaan tarif layanan sertifikasi halal akan disesuaikan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dimaksud.
- KETUJUH** : Ketentuan teknis pelaksanaan layanan sertifikasi halal akan dibahas dan disepakati dalam bentuk Perjanjian Kerja Sama antara BPJPH, MUI, dan LPPOM-MUI.
- KEDELAPAN** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan sampai dengan diundangkannya peraturan perundang-undangan terkait tarif layanan sertifikasi halal.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 12 November 2019

MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA,

td

FACHRUL RAZI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ahmad Yahdil Fata Rambe
Tempat, Tanggal Lahir : Genting Saga, 28 Juni 1996
NIM : 2184200046
Program Studi : Pascasarjana Ekonomi Syariah
No. HP/W.A : 0822-7380-1686

Riwayat Pendidikan

- SD : SDN. 115534 Janji Lobi
 - MTS/SMP : MTS. PP. Amiruddiniyyah Purba Sari
 - MA/SMA : MAN. Rantauprapat
 - S1 : Strata 1 Akuntansi Syariah UIN-Sumatera Utara
 - S2 : Strata 2 Ekonomi Syariah IAIN Pontianak
- Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Lembaga Pengembangan Ekonomi Ikatan Alumni PMII Pengurus Wilayah Kalimantan Barat 2019-2024
2. Pengurus Wilayah Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama 2017-2022
3. Ketua Ikatan Alumni MAN Rantauprapat Angkatan 2014