

**LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN
PANGSA PASAR “UMKM KUE MANCO RAHAYU”
DOLOPO, MADIUN**

SKRIPSI



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siska Hana Pertiwi
NIM : 401190316
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/ Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar
"UMKM Kue Manco Rahayu" Dolopo, Madiun.

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis yang diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di ethesis.iain.ponorogo.ac.id. Adapun ini dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 30 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Siska Hana Pertiwi

NIM. 401190316

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siska Hana Pertiwi

NIM : 401190316

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun”.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the number '1000' in large red digits, the word 'METERAI' in red, and 'TEMPER' in red. There is also a small circular emblem on the stamp.

Siska Hana Pertiwi

NIM 401190316



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Siska Hana Pertiwi	401190316	Ekonomi Syariah	Labelisasi Halal Dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun

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

Ponorogo, 2 Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Menyetujui,



Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar
"UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun".
Nama : Siska Hana Pertiwi
NIM : 401190316
Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012005

()

Penguji I :
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

()

Penguji II :
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

()

Ponorogo, 25 Mei 2023
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




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

ABSTRAK

Pertiwi, Siska Hana. Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

Kata kunci: Labelisasi halal, sertifikasi halal, pangsa pasar

UMKM Kue Manco Rahayu merupakan UMKM yang berada di sentra industri Manco, yang memiliki banyak pesaing. Keputusan kepemilikan Labelisasi Halal pada UMKM Kue Manco Rahayu untuk mendukung perkembangan usaha dan strategi mempertahankan pangsa pasar UMKM. Labelisasi Halal bertujuan untuk memperluas wilayah pemasaran UMKM Kue Manco Rahayu dan menghadapi persaingan.

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi Labelisasi Halal UMKM Kue Manco Rahayu dan dampak dari keberadaan Labelisasi Halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa yang melatarbelakangi Labelisasi Halal UMKM Kue Manco Rahayu, yaitu pemberian wawasan mengenai Labelisasi Halal disertai ajakan atau dorongan untuk memiliki Labelisasi Halal, selain itu keinginan UMKM Kue Manco Rahayu untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan mengembangkan kembali usaha yang telah dirintis puluhan tahun itu. Sedangkan dampak Labelisasi Halal yang ditimbulkan membantu UMKM Kue Manco Rahayu untuk memperluas wilayah pemasaran dengan memasuki minimarket, sehingga secara tidak langsung mampu meningkatkan penjualan dan profitabilitas usaha.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Studi Penelitian Terdahulu	5
F. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	13
2. Kehadiran Penelitian	14
3. Lokasi Penelitian.....	14
4. Data dan Sumber Data	14
5. Teknik Pengumpulan Data.....	15
6. Teknik Pengolahan Data	15
7. Teknik Analisis Data.....	16
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	16
G. Sistematikan Pembahasan	17
BAB II LABELISASI HALAL DAN PANGSA PASAR	
A. Labelisasi Halal.....	18
1. Pengertian Labelisasi Halal.....	18
2. Tujuan dan Manfaat Labelisasi Halal	19
3. Sertifikasi Halal.....	19
B. Pangsa Pasar.....	21

1. Jumlah Konsumen	21
2. Tingkat Penjualan & Profitabilitas	22
3. Wilayah Penjualan	23

BAB III LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR UMKM KUE MANCO RAHAYU, DOLOPO, MADIUN

A. Gambaran Umum UMKM Kue Manco Rahayu	24
1. Sejarah Berdirinya UMKM Kue Manco Rahayu	24
2. Susunan Personalia	24
B. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun	24
1. Histori Mendaftarkan Sertifikat Halal	24
2. Tujuan Mendaftarkan Sertifikat Halal	25
3. Hubungan Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal	26
4. Lembaga Penerbit Sertifikat Halal	27
5. Cara Memperoleh Sertifikat Halal	28
C. Dampak Labelisasi Halal Dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun	28
1. Jumlah Konsumen	28
2. Tingkat Penjualan & Profitabilitas	29
3. Wilayah Penjualan	30

BAB IV PEMBAHASAN LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR UMKM KUE MANCO RAHAYU, DOLOPO, MADIUN

A. Analisis Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal	32
1. Histori Mendaftarkan Sertifikat Halal	32
2. Tujuan Mendaftarkan Sertifikat Halal	32
3. Hubungan Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal	33
4. Lembaga Penerbit Sertifikat Halal	33
5. Cara Memperoleh Sertifikat Halal	34
B. Analisis Dampak Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar	34
1. Jumlah Konsumen	34
2. Tingkat Penjualan & Profitabilitas	35
3. Wilayah Penjualan	35

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	36
---------------------	----

1. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal	36
2. Dampak Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar	36
B. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN.....	42
RIWAYAT HIDUP	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi sebagai kebutuhan manusia untuk keberlangsungan hidup, baik terhadap barang dan jasa. Pemilihan sesuatu yang dikonsumsi harus diperhatikan oleh konsumen, baik segi kesehatan ataupun kehalalan produk.¹ Hal tersebut dikarenakan maraknya penipuan oleh produsen atas barang dagangan, misalkan makanan dicampur barang haram tanpa sepengetahuan konsumen. Perbuatan tersebut merugikan konsumen secara kesehatan ataupun jaminan halal.² Memilih makanan halal bukan tanpa sebab, sebagaimana firman Allah SWT., sebagai petunjuk dalam memilih makanan yang dikonsumsi dan dikatakan baik untuk dimakan, serta membawa kemudahan hidup selanjutnya,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”. (Q.S. Al-Baqarah: 172).

Makanan yang dikonsumsi akan berpengaruh terhadap kualitas hidup dan perilaku manusia, serta untuk meminimalisir terjangkit penyakit dari

¹ M. Riyan Hidayat dan Aty Munshihah, “Makanan Sehat dan Halal dalam Al-Qur’an (Studi Analisis dalam Tafsir Al-Qur’anul Majid An-Nur T.M Hasbi Ash-Shiddieqy)” 3, no. 2 (2021): 161–176.

² Rina Rahmawati, “Kehalalan Produk Makanan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Bagi Umat Muslim” (2017): 66, <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2152/1/RinaRahmawati-1297059.pdf>.

makanan yang dikonsumsi. Makanan yang baik akan mencerminkan sesuatu yang baik dan begitupun sebaliknya. Baik yang dimaksud ialah halal secara hukum syar'i, tidak mengandung unsur yang dilarang agama. Makanan yang baik dan halal menjadikan tubuh sehat dan ketenangan jiwa.³

Salah satu penanda produk halal ialah labelisasi halal, sehingga labelisasi halal tidak hanya kebutuhan dan tuntutan konsumen, namun sudah menjadi gaya hidup halal secara umum, dengan mayoritas penduduk Indonesia pemeluk agama islam yang mengedepankan kehalalan produk yang dikonsumsi. Gaya hidup inilah yang mendorong para konsumen lebih memilih produk halal yang berdampak terhadap permintaan pasar terhadap barang kebutuhan konsumen.⁴ Hal ini menjadi tantangan bagi produsen dalam menyediakan produk halal. Labelisasi halal sebagai alat komunikasi menandakan suatu produk halal secara legal dengan pencantuman label halal. Kondisi tersebut mendorong UMKM untuk memenuhi kebutuhan dan menyesuaikan kebutuhan konsumen. Aspek demografis mampu mendorong pertumbuhan industri halal.⁵ Peran UMKM bagi masyarakat tidak dapat dihilangkan atau dihindarkan dalam perekonomian. UMKM selain berperan sebagai pelopor produk juga penyebar pendapatan masyarakat, sehingga untuk tetap menghidup peran UMKM di tengah masyarakat pelaku UMKM

³ Munshihah, "Makanan Sehat dan Halal dalam Al-Qur'an (Studi Analisis dalam Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur T.M Hasbi Ash-Shiddieqy)," 161–172.

⁴ S.indonesia, "Jaminan Produk Halal di Indonesia," *Jurnal Legislasi Indonesia* 14, no. 1 (2017): 99–108.

⁵ Muhammad Rido dan Abdul Hadi Sukmana, "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis UMKM," *Journal of Applied Business and Banking (JABB)* 2, no. 2 (2021): 129–42, <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.

harus menyiapkan strategi untuk mempertahankan usahanya dengan Labelisasi Halal.⁶ Strategi yang bisa dilakukan UMKM salah satunya dengan memanfaatkan program pemerintah, yaitu Labelisasi Halal agar produk lebih mudah dikenal oleh konsumen.⁷

Industri halal diperkuat dengan regulasi yang menuntut produsen menawarkan produk halal, dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH). Pada regulasi tersebut dalam pasal 4, disebutkan setiap produsen dan penjual barang kebutuhan konsumen diwajibkan memiliki sertifikat halal dan mencantumkan label halal pada produknya, begitu juga UMKM.⁸ Pencantuman label halal membantu mengkomunikasikan kandungan dan halalnya produk kepada konsumen, sehingga memberikan perlindungan kepada konsumen.⁹ Setiap produk yang beredar di tengah masyarakat harus diperhatikan oleh pemerintah, terkhusus sosialisasi dan implementasi produk halal melalui perwujudan peraturan pemerintah tentang jaminan produk halal. Pemberlakuan UUJPH tidak hanya melindungi hak konsumen, namun juga memberikan manfaat kepada produsen. Dalam hal ini JPH ialah Badan Penyelenggara Jaminan Produk

⁶ Ajeng Pipit Fitriani, Aldzu Pazeroma, dan Dwi Rahayu, "Strategi Pemasaran dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan Umkm Masyarakat," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 32–44.

⁷ Ravina Putri Agustin Husna Ni'matul Ulya, "Penguatan Umkm Melalui Pembuatan Merek Dagang Dan Label," *Amaluna* 1, no. 1 (2022): 58–70.

⁸ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal," *Undang – Undang Republik Indonesia*, no. 1 (2014): 1–40.

⁹ Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, dan Ari Yuniarso, "Analisis Persepsi Konsumen," *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 1 (2018): 31.

Halal (BPJPH) bekerja sama dengan LPH (Lembaga Pemeriksaan Halal) dan MUI yang menerbitkan fatwa halal.¹⁰

Labelisasi halal penting pada setiap produk, terlebih pada produk makanan yang setiap hari dikonsumsi oleh konsumen. Pencantuman label halal sebagai sarana konsumen dalam memilih makanan secara mudah dan bentuk loyalitas produsen kepada konsumen. Konsumen berhak mengetahui informasi atas makanan atau barang yang dikonsumsi.¹¹ Label halal berdampak terhadap peluang memperluas pemasaran produk, dikarenakan izin produk sudah lengkap untuk diedarluaskan.¹² Selain itu terkait program pemerintah mewajibkan para pemilik usaha dan UMKM untuk memiliki sertifikat halal.¹³ Perluasan pemasaran akan berpengaruh terhadap pasar yang mampu dikuasai atas pesaing, sehingga akan menunjukkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Secara tidak langsung labelisasi halal berdampak terhadap pangsa pasar usaha, namun kondisi pangsa pasar suatu usaha tergantung pada pasar yang dikuasai dan kondisi perekonomian, serta strategi perusahaan itu sendiri.

Labelisasi halal tidak luput menyoroti produk UMKM, dalam hal ini produk Kue Manco. Manco menjadi makanan ringan yang cukup diminati oleh konsumen sebagai buah tangan. Madiun termasuk tempatnya sentra

¹⁰ Fatimah Nur, "Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim" 01, no. 33 (2014): 139.

¹¹ Mega Novita Syafitri, Rania Salsabila, dan Fitri Nur Latifah, "Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 16–42.

¹² Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98.

¹³ Ralang Hartati, "Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal," *Ayaz* 8, no. 5 (2019): 55.

Manco, khususnya Desa Grogol, Dolopo. Manco yang dihasilkan memiliki ciri khas dibandingkan Manco dari daerah lain. Manco grogol memiliki ciri yang renyah, tidak masir, dan kopong tengahnya. Hal ini menjadi daya tarik bagi konsumen. Grogol menjadi sentra manco, sehingga tidak hanya satu UMKM tetapi sekitar 20 UMKM Kue Manco. Meskipun Manco hanya makanan yang dihasilkan UMKM, bukan pabrikan tetapi sekelas UMKM pun harus memiliki legalitas usaha yang jelas termasuk labelisasi halal.¹⁴

UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo merupakan usaha makanan ringan yang sudah mencantumkan label halal pada produk yang dijualnya, dengan pemilik sekarang bernama Ibu Lasemi. UMKM ini sudah berdiri sejak 1980an, tentunya jumlah produk yang dijual sudah banyak. Seiring waktu, pemasaran kue manco diperluas dengan berbagai strategi salah satunya labelisasi halal. Pencantuman label halal pada produk kue Manco Rahayu ini, sebagai bentuk loyalitas kepada konsumen. Selain itu untuk mengembangkan pemasaran produk Manco, dimana untuk meningkatkan penjualan dan sebagai keunggulan UMKM. Namun, pada implementasinya belum memberikan hasil yang maksimal dengan tujuan yang ingin dicapai.

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh penulis faktor yang melatarbelakangi UMKM Kue Manco Rahayu, menarik untuk dibahas karena dari sini penulis akan mengetahui motif utama Kue Manco Rahayu mencantumkan label halal. Penemuan fakta ini akan membantu penulis mengetahui faktor-faktor suatu UMKM memutuskan memiliki label halal

¹⁴ Wahyudi, Wawancara, 8 Februari 2023.

pada produknya, sehingga faktor-faktor tersebut bisa dijadikan acuan bagi UMKM yang belum memiliki sertifikat halal atau mencantumkan label halal untuk memacu memiliki label halal. Selain faktor-faktor yang melatarbelakangi, penulis juga mencoba memaparkan dampak-dampak yang membangun yang diperoleh UMKM Kue Manco Rahayu ini setelah pencantuman label halal pada produk. Faktor-faktor yang melatarbelakangi dan dampak yang ditimbulkan dari kepemilikan label halal Manco Rahayu ini dalam lingkup untuk mengembangkan pangsa pasar. Pasalnya lokasi UMKM Kue Manco Rahayu ini merupakan sentra produksi manco yang setiap usaha memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan pangsa pasarnya, begitu pula dengan UMKM Kue Manco Rahayu. Sehingga penelitian ini menarik untuk diteliti untuk memberikan gambaran kepada penulis, pihak UMKM, dan pihak-pihak yang terkait bahwa keberadaan label halal mampu mengambil peran untuk mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar usaha.¹⁵

Sejauh ini studi tentang labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM kue manco Rahayu dapat diklasifikasikan dalam empat kategori, yaitu labelisasi halal meningkatkan profitabilitas usaha, labelisasi sebagai penguat daya saing usaha, labelisasi halal dalam mengembangkan usaha, dan pentingnya labelisasi halal. Studi tentang labelisasi halal meningkatkan profitabilitas usaha, sebagaimana yang dilakukan oleh Indah

¹⁵ Lasemi, Wawancara, 7 Februari 2023.

Rohmatillah¹⁶, Faizal¹⁷, Nurpaika¹⁸, Muhammad Sadli¹⁹, R.Y Kalbarini dan R. Anggraini²⁰, serta Muhammad Raihan Syaifudin dan Fakhri Fahma²¹, yang mayoritas menyatakan bahwa labelisasi halal berdampak terhadap peningkatan pendapatan usaha ataupun UMKM. Pada kategori labelisasi halal sebagai penguat daya saing usaha, sebagaimana yang ditulis oleh Yeni Khoirunnisa²², Armiani; Basuki; Septya Nurrahmadani²³, Badrus Soleh Helmi; Khoirul Hidayat; Muhammad Fakhry²⁴, mayoritas menegaskan bahwa label halal mampu digunakan sebagai keunggulan atau kekuatan atas para pesaingnya. Kategori labelisasi halal dalam mengembangkan usaha, seperti yang ditulis oleh Andi Adhlu Mattupuang²⁵, Dina Andriani²⁶, Warto

¹⁶ Indah Rohmatillah, “Analisis Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, dan Pengembangan Usaha” (Jember: Pasca Sarjana UIN KH. Achmad Siddiq Jember, 2022), 143.

¹⁷ Faizal, “Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan pada Fanybella Resto di Kota Pekanbaru” (Pekanbaru, Riau: Universitas Islam Riau, 2020), 70.

¹⁸ Nurpaika, “Labelitas Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim di Kec. Belopa Utara Kab. Luwu”, Skripsi (Palopo: IAIN Palopo, 2019), 55.

¹⁹ M. Sadli, “Prospek Sertifikasi Halal Produk Mak Denok Dan Keputusan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus UMKM Mak Denok Desa Serdang Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat)”, Skripsi (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 66.

²⁰ Rahmah Yulisa Kalbarini, “Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak,” *Halal Research Journal* 2, no. 1 (2022): 26–35.

²¹ Muhammad Raihan Syaifudin dan Fakhri Fahma, “Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak,” *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 21, no. 1 (2022): 40–43.

²² Yeni Khoirunnisa, “Strategi Pemasaran Dalam Penggunaan Label Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Home Industri”, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2021), 139.

²³ Septya Nurrahmadani Armiani, B Basuki, “Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi UMKM Non Muslim dalam Meningkatkan Penjualan,” *Prosiding Seminar Stiami* 8, no. 1 (2021): 22–27.

²⁴ Badrus Soleh Helmi, Khoirul Hidayat, dan Muhammad Fakhry, “Pengaruh Undang Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura,” *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 12, no. 2 (2019): 100–107, <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/view/6280>.

²⁵ Andi Adhlu Mattupuang, “Peran Sertifikat Halal pada Usaha Rumah Makan di Kota Makassar”, Skripsi (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018), 61.

²⁶ Dina Andriani, “Analisis Dampak Legalitas dan Labelisasi Halal dalam Pengembangan UMK Olahan Makanan di Kec. Cipaku, Kab. Ciamis”, Skripsi (Siliwangi: Universitas Siliwangi, 2020), 147–154,

dan Samsuri²⁷, serta Ach. Faqih Supandi dan Bastomi Dani Umbara²⁸, kebanyakan dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa labelisasi halal memiliki prospek yang baik dalam mengembangkan usaha atau UMKM. Sedangkan kategori pentingnya labelisasi halal, sebagaimana yang dipaparkan oleh Saifuddin; Abrori; Bahrudin²⁹ dan Ainol Yakin³⁰, mayoritas penelitian tersebut menegaskan bahwa keberadaan labelisasi halal sangat penting karena sebagai bentuk loyalitas kepada konsumen dan memperkuat kualitas produk kepada konsumen. Keseluruhan penelitian terdahulu di atas hanya membahas seputar dampak labelisasi halal terhadap pendapatan usaha, daya saing, pengembangan usaha itu sendiri, dan pentingnya labelisasi halal, sedangkan permasalahan tentang “Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun”, belum tersentuh penelitian yang ada.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk melengkapi studi penelitian yang ada untuk menambah sumber wawasan mengenai labelisasi halal. Secara spesifik akan diuraikan permasalahan penelitian yang meliputi faktor-faktor yang melatarbelakangi dan dampak keberadaan labelisasi

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>

²⁷ Wanto dan Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia,” 98–112.

²⁸ Ach. Faqih Supandi dan Bastomi Dani Umbara, “Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan),” *Jebi: Jurnal Ekonomidan Bisnis Islam*, 2022, 86–103.

²⁹ S Saifudin, A Abrori, dan B Bahrudin, “Sumbangsih Sertifikat Halal Dalam Kontribusi Usaha Pada Waroeng Steak and Shake Di Lumajang,” *Al-Mansyur: Jurnal ...* 2, no. 2 (2022): 35–58, <http://ejournal.stainumalang.ac.id/index.php/AlMansyur/article/view/53>.

³⁰ Yakin Ainol, “Percantuman Label Halal (Halal Food) Etika Dalam Bisnis Dan Perlindungan Konsumen,” *Ekomadania* 2 (2018): 24–34.

halal pada suatu UMKM, dalam hal ini UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun?
2. Bagaimana dampak labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang dikemukakan oleh penulis, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun.
2. Mengetahui dampak labelisasi dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, adapun manfaat yang bisa diperoleh sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan perihal labelisasi halal dalam pengembangan pangsa pasar pada UMKM di Dolopo, Kabupaten Madiun.

b. Bagi pembaca

Sebagai referensi dan bahan acuan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dalam bidang yang serupa, serta menambah wawasan mengenai labelisasi halal dalam pengembangan pangsa pasar.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

- 1) Menambah rujukan kepustakaan akademis bagi jurusan ekonomi syariah mengenai labelisasi halal.
- 2) Sumbangsih pemikiran mahasiswa kepada kampus selaku lembaga pendidikan dalam meningkatkan pengetahuan di bidang ekonomi khususnya labelisasi halal.

b. Bagi Penulis

- 1) Menambah pengetahuan perihal pentingnya labelisasi dalam dunia UMKM.
- 2) Bentuk implementasi penulis sebagai mahasiswa untuk membantu UMKM.

c. Bagi UMKM

- 1) Mengetahui faktor-faktor yang memicu UMKM memiliki sertifikat halal pada produknya.

- 2) Sebagai acuan dampak labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Sebagai penguat penelitian, sejauh ini peneliti menemukan beberapa artikel jurnal dan penelitian skripsi terdahulu yang relevan mengenai “Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun”. Penelitian ini diklasifikasikan dalam 4 kategori, antara lain:

1. Labelisasi Halal dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha, seperti penelitian yang ditulis oleh:
 - a. Tesis yang ditulis oleh Indah Rohmatillah, dengan judul “Analisis Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, dan Pengembangan Usaha”. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan penelitian lapangan. Fokus penelitiannya, yaitu implementasi sertifikat halal dalam meningkatkan omset, ketahanan dan pengembangan usaha, implikasi atas implementasi sertifikat halal terhadap ketahanan UMKM di Kab. Sumenep, serta faktor pendukung dan penghambat implementasi sertifikat halal di Kab. Sumenep. Tujuan penelitian adalah menganalisa, mendeskripsikan, serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat implementasi sertifikat halal yang mampu meningkatkan omset, ketahanan, dan pengembangan usaha di Kab. Sumenep. Hasil penelitian bahwa produk halal tidak hanya

loyalitas terhadap konsumen, tetapi menciptakan usaha profesional yang tangguh dalam bersaing menyediakan produk yang berkualitas dan berdaya jual tinggi. Sertifikat halal oleh UMKM di Kab. Sumenep memberikan kemudahan dalam memasarkan produk karena membantu penjual meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijual dijamin kualitas dan kehalalannya, sehingga terjadi grafik kenaikan pendapatan usaha UMKM secara signifikan. Hal tersebut menjadi faktor pendukung UMKM mengembangkan usahanya dan bertahan di tengah tingginya tingkat persaingan. Namun terdapat faktor penghambat sertifikat halal, seperti kurangnya kesadaran produk halal oleh produsen dan konsumen, kecurangan mencantumkan label halal secara ilegal atau belum mendaftarkan sertifikat halal, ketidak sediaan pelaku usaha memperpanjang masa berlaku sertifikat halal, dan kurangnya penegasan peralihan status mengenai halal dari MUI kepada pemerintah. Salah satu faktor penghambat labelisasi halal produk UMKM di Kab. Sumenep adalah kurangnya koordinasi Pemerintahan Kab. Sumenep, yang menyebabkan alur yang berkesinambungan terpaksa berjalan sendiri, sehingga tujuan menciptakan UMKM bersertifikat halal belum maksimal. Pengurusan sertifikat halal di Kab. Sumenep belum terbentuk asosiasi khusus untuk mendampingi dalam proses sertifikasi halal, baik pendampingan kepada pelaku usaha UMKM ataupun

pendampingan sosialisasi terkait sertifikat halal kepada masyarakat.³¹ Persamaan penelitian adalah metode dan jenis penelitian, persamaan fokus penelitian perihal implementasi sertifikasi halal pada UMKM untuk menghadapi pesatnya persaingan antar usaha, serta dampak sertifikat halal terhadap perkembangan UMKM. Perbedaannya adalah cakupan subjek penelitian, dimana penelitian tersebut UMKM di Kab. Sumenep, sedangkan penelitian penulis terfokus pada satu UMKM kue manco yang berada di wilayah sentra UMKM kue manco, serta lokasi penelitian.

- b. Skripsi yang ditulis oleh Faizal, dengan judul “Peran Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Fannybella Resto di Kota Pekanbaru”. Penelitian tersebut bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber penelitian, yaitu manajer dari Restoran tersebut. Penelitian tersebut membahas mengenai peran sertifikat halal dalam meningkatkan penjualan pada Fannybella Resto di Kota Pekanbaru. Sertifikat halal membantu Fannybella Resto dalam meningkatkan loyalitas terhadap konsumen terkait jaminan kehalalan produk yang dijual, dengan mencamtumkan logo Halal dari MUI. Jaminan sertifikat halal

³¹ Indah Rohmatillah, “Analisis Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, dan Pengembangan Usaha,” 143.

memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan dan memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan halal. Kepemilikan sertifikat halal mampu menarik daya minat konsumen terhadap produk Fanybella Resto, sehingga kepemilikan sertifikat halal mampu meningkatkan pendapatan usaha. Hal tersebut karena mayoritas penduduk Pekanbaru adalah seorang muslim, maka kebanyakan dari mereka akan mencari makanan halal secara legal, sehingga konsumen tidak lagi ragu dalam mengkonsumsi makanan. Kondisi tersebut menjadi peluang memperluas pasar dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain, seperti Rumah Sakit, Mitra Bangunan, dan Amora untuk meningkatkan pangsa pasarnya.³² Persamaan penelitian tersebut adalah metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan, serta menunjukkan dampak yang baik bagi perkembangan usaha. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian, dimana penelitian tersebut label halal terhadap pendapatan dan penelitian penulis dalam mengembangkan pangsa pasar.

- c. Skripsi yang ditulis oleh Nurpaika, dengan judul “Labelitas Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim di Kec. Belopa Utara, Kab. Luwu”. Jenis penelitian yang digunakan kualitatif dengan sumber data penelitian lapangan, serta teknik

³² Faizal, “Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan pada Fanybella Resto di Kota Pekanbaru,” 70.

pengumpulan datanya melalui wawancara dan observasi. Latar belakang penelitian adalah ketidaksediaan masyarakat muslim mengkonsumsi produk makanan yang haram, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Penelitian tersebut membahas mengenai label halal pada kemasan produk dan persepsi masyarakat terhadap label halal. fokus penelitiannya adalah labelitas halal pada kemasan produk dan persepsi masyarakat terhadap labelitas halal pada kemasan. Hasil penelitian diketahui bahwa labelitas halal pada kemasan produk makanan di Desa Lebani memberikan rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi makanan, selain kandungan halal dan haram, juga dari sisi kesehatan. Persepsi masyarakat muslim terhadap label halal pada kemasan produk memberikan anggapan bahwa makanan tersebut secara unsur dan proses pembuatan tidak bertentangan dengan syariat islam. Label halal juga meningkatkan pendapatan atas penjualan produk lokal di Desa Lebani.³³ Persamaan penelitian tersebut adalah metode, teknik pengumpulan data dan sumber data yang digunakan. Selain itu persamaannya membahas labelisasi halal yang berdampak pada peningkatan profitabilitas penjualan produk lokal di Desa Lebani. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian, dimana penelitian

³³ Nurpaika, "Labelitas Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim di Kec. Belopa Utara Kab. Luwu," 55.

tersebut fokusnya mengenai labelisasi halal pada kemasan dan persepsi masyarakat muslim terhadap label halal di Desa Lebani, sedangkan penelitian penulis mengenai label halal dalam pengembangan pangsa pasar.

- d. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Sadli, dengan judul “Prospek Sertifikasi Halal Produk Mak Denok dan Keputusan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus UMKM Mak Denok Desa Serdang JayaKec. Betara, Kab. Tanjung Jabung Barat)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan sampel dari pemilik UMKM dan konsumen UMKM Mak Denok Serdang Jaya, pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Latar belakang penelitian terkait keberadaan UMKM halal yang sudah melalui tahap pengecekan bahwa tidak kegiatan produksi tidak keluar dari syariat agama Islam untuk menghasilkan produk yang benar-benar halal. Kehalalan produk diperkuat dengan pemberian label halal atau sertifikat halal oleh lembaga yang berwenang, yaitu MUI (Majelis Ulama Indonesia). Hasil penelitian ditemukan bahwa label halal memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen dalam mengonsumsi makanan, sehingga produk halal mampu meningkatkan minat konsumen untuk membeli, serta meningkatkan permintaan konsumen terkhususnya produk halal, sehingga profitabilitas UMKM mengalami peningkatan. Dewasa ini berdasarkan UU No.

33 Tahun 2014 tentang Jaminan Prodak Halal, label halal menjadi salah satu syarat wajib suatu produk di edarkan. Namun pengurusan sertifikat halal sebagai salah satu syarat pencantuman label halal masih mengalami beberapa kendala, baik prosesnya yang lama, biaya yang mahal, rumitnya mengurus administrasinya, serta minimnya pengetahuan para pelaku usaha terkait pentingnya labelisasi halal pada produk.³⁴ Persamaan penelitian tersebut adalah metode penelitian, fokus penelitian pada UMKM yang memiliki produk halal dan dampak labelisasi halal pada UMKM dalam memikat minat konsumen, meningkatkan pembelian dan meningkatkan profitabilitas UMKM. Perbedaan penelitian adalah lokasi penelitian yang berbeda dan penelitian tersebut juga mengangkat masalah problematika mengurus izin kepemilikan sertifikat halal sebagai syarat pencantuman label halal pada produk, sedangkan penelitian menulis fokusnya terhadap wilayah pangsa pasar yang dikuasai oleh UMKM kue manco.

- e. Jurnal yang ditulis oleh R.Y Kalbarini dan R. Anggraini, dengan judul “Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak”. Penelitian tersebut tergolong kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian

³⁴ Sadli, “Prospek Sertifikasi Halal Produk Mak Denok Dan Keputusan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus UMKM Mak Denok Desa Serdang Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat),” 66.

tersebut membahas dampak label halal pada produk Usaha Maha Bakry, baik terhadap tingkat pendapatan dan harga produknya. Ditemukan bahwa label halal menambahkan kepercayaan konsumen terhadap usaha, sehingga Maha Bakery mengalami peningkatan pendapatan. Pencantuman label halal terhadap produk Maha Bakery tidak berdampak terhadap kenaikan harga produknya karena biaya penanganan sertifikasi halal memperoleh subsidi dari Bank Indonesia.³⁵ Persamaan penelitian tersebut adalah metode dan teknik penelitian, serta kesamaan membahas label halal terhadap produk makanan. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah lokasi dan fokus penelitian, dimana penelitian tersebut terhadap pendapatan, sedangkan penelitian penulis dari sisi persentase penguasaan pasarnya atau pangsa pasar.

f. Jurnal Muhammad Raihan Syaifudin dan Fakhrina Fahma, dengan judul “Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak”. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui manfaat dari implementasi sertifikat halal oleh UMKM Mendoan Ngapak. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa UMKM mendoan ngapak tergolong usaha mikro. Usaha ini memiliki standar operasional yang jelas dan tersusun rapi. Usaha ini berinovasi dalam bentuk *packaging* yang menarik untuk

³⁵ Kalbarini, “Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak,” 26–35.

memikat konsumen dan sebagai keunggulan yang dimiliki. Teknologi dan prosedur yang diterapkan tergolong sederhana, tetapi perusahaan tetap loyalitas dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, mulai pengolahan hingga produk jadi dan siap dikonsumsi oleh konsumen. Hasil penelitian ditemukan bahwa sertifikat halal mampu meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen, bahkan membantu UMKM memperluas pasarnya dengan promosi dalam beberapa program yang diselenggarakan oleh pemerintah, sehingga sertifikat halal mampu meningkatkan pendapatan UMKM Mendoang Ngapak.³⁶ Persamaan penelitian tersebut adalah menggunakan teknik observasi dengan subjek penelitian UMKM. Penelitian tersebut memiliki kesamaan adanya pembahasan dampak label halal dalam perluasan pasar, dalam penelitian penulis mengenai pangsa pasar. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah lokasi penelitian dan fokus penelitian, dimana penelitian tersebut perihal pendapatan dan penelitian penulis tentang pangsa pasar.

2. Labelisasi Halal Sebagai Penguat Daya Saing Usaha, seperti

penelitian yang ditulis oleh:

- a. Skripsi yang ditulis oleh Yeni Khoirunnisa', dengan judul "Strategi Pemasaran dalam Penggunaan Label Halal untuk Meningkatkan

³⁶ Syaifudin dan Fahma, "Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak," 40–43.

Daya Saing Home Industri (Studi Kasus Home Industri Kerupuk Aneka Rasa Cap Anggur)". Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian tersebut dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan antar perusahaan, yang mendorong perusahaan harus memiliki strategi yang mumpuni, yaitu dengan penggunaan label halal pada produknya. Penelitian tersebut ditemukan bahwa label halal digunakan untuk meningkatkan daya saing *home industri*. Pencantuman label halal pada kemasan produk kerupuk mempengaruhi minat konsumen terhadap kerupuk karena produk halal secara legal, sehingga mampu memberikan jaminan halal yang konsumen butuhkan. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk tersebut berdampak terhadap peningkatan pendapatan *home industri*.³⁷ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah metode penelitian yang digunakan, lingkup penelitian usaha industri kecil atau perorangan, dan membahas label halal untuk menghadapi pesaing. Perbedaan penelitian tersebut adalah lokasi penelitian, dan fokus penelitian,

³⁷ Khoirunnisa', "Strategi Pemasaran dalam Penggunaan Label Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Home Industri," 139.

dimana fokus penulis lebih luas , yaitu mengembangkan pangsa pasar industri UMKM.

- b. Jurnal yang ditulis oleh Armiani, dkk dengan judul “Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi UMKM Non-Muslim dalam Meningkatkan Penjualan”. Penelitian tersebut bertujuan mengidentifikasi sertifikat halal sebagai strategi pemasaran bagi UMKM Non-muslim dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa label halal sebagai bentuk loyalitas kepada konsumen di NTB yang mayoritas muslim, hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen meskipun penjualnya non-muslim. Label halal dapat digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen, sehingga meningkatkan pendapatan UMKM non-muslim di NTB.³⁸ Persamaan penelitian tersebut adalah metode kualitatif dalam menjawab rumusan masalah dan persamaan dampak label halal dalam perkembangan usaha. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah dampak kepemilikan sertifikat halal penelitian tersebut terhadap penjualan, sedangkan penelitian penulis terhadap pangsa pasar atau penguasaan pasar terhadap pesaingnya.

³⁸ S Nurrahmadani, Armiani, B Basuki, “Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi UMKM Non Muslim dalam Meningkatkan Penjualan,” Prosiding Seminar Stiami 8, no. 1 (2021): 22–27.

- c. Jurnal yang ditulis oleh Badrus Soleh Helim, dkk dengan judul “Pengaruh Undang-Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura”. Metode penelitian tersebut menggunakan analisis regresi liner ganda dengan beberapa variabel dan penggunaan matriks SWOT dalam melihat korelasi antar variabel. Latar belakang penelitian ini atas terbitnya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tujuan penelitian ini melihat tingkat pengaruh pemberlakuan UU No. 33 Tahun 2014 terhadap pengembangan produk jamu Madura dan penentuan strategi industri jamu dalam penerapan peraturan tersebut. Hasil penelitian memaparkan bahwa pengaruh peraturan tentang jaminan produk halal terhadap pengembangan produk jamu Madura sebesar 34,2%. Variabel bebas berupa kegiatan produksi, alat, dan bahan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan industri jamu Madura. Pengembangan industri jamu Madura dapat menggunakan strategi berupa kepemilikan sertifikat halal, peningkatan pangsa pasar industri jamu Madura, pencantuman label halal pada produk, ikut serta dalam pelatihan produk halal, dan menerapkan standart operasional proses produksi.³⁹ Persamaan penelitian tersebut adalah dampak label halal dalam meningkatkan pangsa pasar dan fokus penelitian mengenai label halal terhadap

³⁹ Helmi, Hidayat, dan Fakhry, “Pengaruh Undang Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura,” 100–107.

perkembangan usaha. Perbedaan penelitian tersebut adalah penelitian tersebut dengan metode kuantitatif untuk melihat korelasi dan tingkat kepengaruhan antar variabel, sedangkan penelitian penulis dengan metode kualitatif untuk menggali latar belakang pencantuman label halal dan dampak terhadap perkembangan pangsa pasar.

3. Labelisasi Halal untuk Pengembangan Usaha, seperti penelitian yang ditulis oleh:
 - a. Skripsi yang ditulis oleh Andi Adhlu Mattupuang, dengan judul “Peran Sertifikat Halal pada Usaha Rumah Makan di Kota Makassar”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, serta data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui peran dan pentingnya kepemilikan sertifikat halal pada usaha rumah makan di Kota Makassar. Hasil penelitian ditemukan bahwa peran sertifikat halal pada usaha rumah makan di Kota Makassar sangat penting, dikarenakan label halal secara legal memberikan kenyamanan dan keamanan kepada konsumen untuk memilih makanan yang dikonsumsi. Keberadaan sertifikat halal mampu meningkatkan minat pelanggan, tidak hanya konsumen muslim namun juga non-muslim.⁴⁰ Persamaan

⁴⁰ Mattupuang, “Peran Sertifikat Halal pada Usaha Rumah Makan di Kota Makassar,” 61.

penelitian tersebut adalah penggunaan metode dalam penggalian masalah dan menjawab rumusan masalah, serta memaparkan peran sertifikat halal dalam meningkatkan jumlah konsumen yang mempengaruhi daya saing terhadap pesaing. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah objek penelitian tersebut pada usaha rumah makan cepat saji, sedangkan penelitian penulis terhadap UMKM makanan ringan. Fokus penelitian tersebut tentang peran sertifikat halal, sedangkan penelitian penulis tentang pengembangan pangsa pasar.

- b. Skripsi yang ditulis oleh Dina Andriani, dengan judul “Analisis Dampak Legalitas dan Labelisasi Halal dalam Pengembangan UMK Olahan Makanan di Kec. Cipaku, Kab. Ciamis”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Instrumen utama dalam pengumpulan datanya berupa kuesioner dan wawancara. Latar belakang penelitian tersebut karena kurangnya kesadaran pelaku usaha terhadap legalitas produk ataupun perusahaannya. Masalah yang diangkat perihal bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh legalitas dan labelisasi halal dalam mengembangkan UMK di Kec. Cipaku. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui dampak legalitas dan labelisasi halal dalam mengembangkan UMK di Kec. Cipaku. Hasil penelitian diketahui bahwa legalitas dan labelisasi berdampak positif

terhadap pengembangan usaha UMKM olahan makanan. Hal ini dapat dilihat dari kemajuan perusahaan setelah memiliki legalitas dan labelisasi halal, baik dari sisi penjualan, profitabilitas, tenaga kerja, pangsa pasarnya yang semakin menguat, serta pendistribusian produk yang dihasilkan untuk sampai ke tangan konsumen.⁴¹ Persamaan penelitian tersebut adalah metode yang digunakan, serta fokus penelitian tentang dampak label halal terhadap perkembangan usaha yang berkaitan dengan menguatnya pangsa pasar. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah jangkauan UMK peneliti tersebut lebih luas dengan area kecamatan, sedangkan penelitian penulis dalam lingkup desa dengan usaha sejenis.

- c. Jurnal yang ditulis oleh Warto dan Samsuri, dengan judul “Sertifikat Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui implikasi sertifikat halal terhadap bisnis yang berkecimpung dalam produk halal di Indonesia. Hasil penelitian diketahui bahwa sertifikat halal pada produk membawa dampak positif dalam perkembangan bisnis halal di Indonesia. sertifikat halal bagi konsumen sebagai jaminan, pemberi rasa aman, mengkomunikasikan kehalalan produk dan salah satu *instrumen* etika bisnis. Sertifikat halal juga memberikan

⁴¹ Andriani, “Analisis Dampak Legalitas dan Labelisasi Halal dalam Pengembangan UMK Olahan Makanan di Kec. Cipaku, Kab. Ciamis,” 147–154.

manfaat kepada produsen sebagai bentuk loyalitas dan meningkatkan kepercayaan kepada konsumen, sehingga berpeluang memperluas pasar pangan halal global.⁴² Persamaan penelitian tersebut adalah menggunakan pendekatan kualitatif dan peranan sertifikat halal dalam memperluas pasar secara global, sehingga mempengaruhi tingkat pangsa pasar. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah cakupan penelitian terhadap bisnis produk halal secara global, sedangkan penelitian penulis hanya lingkup wilayah tertentu.

- d. Jurnal yang ditulis oleh Ach. Faqih Supandi dan Bastomi Dani Umbara, dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan)”. Latar belakang penelitian berlandaskan perkembangan UMKM di Indonesia mampu memberikan sumbangsih terhadap perkembangan perekonomian nasional baik dalam menghasilkan produk, penyerapan tenaga kerja, hingga penghasil devisa negara. Hasil penelitian memaparkan bahwa salah satu strategi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar global dan nasional dengan sertifikat halal pada setiap produk yang dihasilkan. Penguatan industri halal mampu membantu UMKM bersaing dengan pasar global. Sertikat halal

⁴² Wardo dan Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia,” 98–112.

mendukung *branding* produk untuk memimak minat pembeli, dimana produk halal memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam memilih produk yang dikonsumsi, hal tersebut juga berdampak terhadap pemasaran produk UMKM semakin aktif atau meningkat. Sertifikat halal yang dimiliki oleh UMKM sebagai strategi bersaing, bisa dikompilasi dengan kemajuan teknologi berupa *fintech*. Sehingga UMKM berkembang ke arah positif dan mampu meningkatkan permintaan dan penawaran produk halal UMKM di tengah perkembangan *industry 4.0*. Penggunaan *fintech* dalam mendukung produk halal UMKM dimaksudkan untuk memperkuat keberadaan produk halal, bahwa tidak kalah saing dengan produk perusahaan besar ataupun produk sejenis. *Fintech* salah satu peluang pemasaran di era sekarang yang membantu kemajuan pemasaran bagi UMKM terlebih produk halal.⁴³

Persamaan penelitian tersebut adalah jenis penelitian kepustakaan dan fokus penelitian mengenai dampak sertifikat halal oleh UMKM dalam menghadapi persaingan usaha, yang memperkuat produk UMKM dipasar atas pesaingnya, dengan kata lain pangsa pasar. Perbedaan penelitian adalah fokus penelitian masih lingkup luas belum terkhususkan objek penelitian, sedangkan penelitian penulis terfokus pada industri UMKM manco yang berada di Desa

⁴³ Umbara, "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan)," 86–103.

sentra pembuatan kue manco. Penelitian tersebut strategi pemasaran dengan sertifikat halal dibenturkan dengan kemajuan teknologi berupa *fintech* untuk mendukung UMKM, sedangkan penelitian penulis labelisasi halal hanya dibenturkan dengan pangsa pasar untuk mengetahui kekuatan UMKM yang diteliti.

4. Pentingnya Labelisasi Halal, seperti penelitian yang ditulis oleh:
 - a. Jurnal yang ditulis oleh Saifuddin, Abrori, dan Bahrudin, dengan judul “Sumbangsih Sertifikat Halal dalam Kontribusi Usaha pada Waroeng *Steak and Shake* di Lumajang”. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui pentingnya peran sertifikat halal dalam keberlangsungan usaha Waroeng *Steak and Shake* di Lumajang. hasil penelitian memaparkan bahwa keradaan sertifikat halal pada Waroeng *Steak and Shake* memberikan kenyamanan dan kemanan kepada konsumen tanpa khawatir dengan makanan yang dikonsumsi, sehingga secara tidak langsung disamping kualitas hidangan pada warung tersebut, sertifikat halal juga menarik minat konsumen sehingga terjadi peningkatan jumlah pengunjung.⁴⁴ Persamaan penelitian tersebut adalah menggunakan metode kualitatif dan melihat aspek label halal pada produk untuk memikat konsumen yang berdampak terhadap peningkatan daya saing. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah sasaran penelitian,

⁴⁴ Saifudin, Abrori, dan Bahrudin, “Sumbangsih Sertifikat Halal Dalam Kontribusi Usaha Pada Waroeng *Steak and Shake* Di Lumajang,” 35–58.

dimana penelitian tersebut terhadap rumah makan sedangkan penelitian penulis terhadap UMKM makanan ringan. Fokus penelitian tersebut adalah peran label halal untuk meningkatkan minat konsumen, sedangkan fokus peneliti terhadap pangsa pasar UMKM di wilayah segmen pasar.

- b. Jurnal yang ditulis oleh Ainol Yakin, dengan judul “Pencantuman Label Halal (*Halal Food*) Etika dalam Bisnis dan Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini menggunakan metode kaji pustaka melalui literatur atau buku yang berkaitan dengan pembahasan, serta beberapa artikel dari web. Tujuan penelitian ini untuk memaparkan pentingnya pencantuman label halal pada produk makanan untuk memberikan jaminan atas produk barang atau jasa yang dikonsumsi konsumen halal, sehingga menjadi tugas pemerintah untuk mengawal produk halal yang beredar di masyarakat. Hasil penelitian disimpulkan bahwa pelaksanaan sertifikat halal salah satu kewajiban negara dalam memproteksi hak-hak konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan, obat-obatan dan kosmetik secara halal dan terhindar dari konsumsi yang haram. Diperlukan penegasan dan pendampingan oleh pemerintah untuk mewujudkan sertifikasi halal kepada para produsen. Sebagai negara dengan penganut agama islam lebih banyak dibanding non-islam sudah selayaknya pemerintah bersama para produsen menciptakan iklim produk halal, supaya terwujud keamanan dan

kenyamanan konsumen dalam memilih produk yang dikonsumsi. Sertifikasi halal sebagai syarat memperoleh label halal, mampu memberikan dampak yang baik, seperti kepercayaan konsumen semakin meningkat kepada produsen atau penjual, mampu menjangkau pasar pangan halal secara global, meningkatkan *marketability* produk di pasar, dan investasi dengan biaya yang murah.⁴⁵ Persamaan penelitian ini adalah metode yang digunakan dan pembahasan label halal terhadap kepercayaan konsumen yang berdampak pada penguatan pasar dan peningkatan pendapatan. Perbedaan penelitian tersebut adalah cakupan penelitian UMKM secara umum, sedangkan penelitian peneliti terfokus satu UMKM. Selain itu analisis yang digunakan dengan kaca mata etika bisnis islam, sedangkan penelitian penulis berdasarkan persaingan dan tingkat penjualan untuk melihat kedudukan pangsa pasarnya.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan (*field study*) atau penelitian lapangan (*field research*), merupakan penelitian secara langsung di lapangan untuk memperoleh data sesuai fakta di lapangan, yang mengharuskan peneliti turun ke

⁴⁵ Ainol, "Percantuman Label Halal (Halal Food) Etika Dalam Bisnis Dan Perlindungan Konsumen," 24-34.

lapangan.⁴⁶ Jenis penelitian ini membantu peneliti memperoleh informasi labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Manco Rahayu, Madiun.

Pendekatan yang digunakan berupa pendekatan kualitatif, yang merupakan penelitian mengenai penggalian masalah yang sifatnya deskriptif dan penekanan analisa, serta bersifat reka cipta atau penemuan. Data yang digunakan dalam pendekatan kualitatif berupa narasi yang didapatkan dari penggunaan teknik pengumpulan data kualitatif.⁴⁷ Pendekatan ini memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk menggali data yang dibutuhkan dengan menyesuaikan permasalahan penelitian. Sehingga membantu peneliti memperoleh data sesuai fakta lapangan melalui respon dari narasumber, dalam hal ini terhadap UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun.

2. Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti sebagai *observer* atau petugas observasi. Peneliti melakukan observasi secara langsung di tempat penelitian, yaitu di UMKM Kue Manco Rahayu yang beralamatkan Dsn. Grogol, Ds. Tambakmas, Kec. Kebonsari, Kab. Madiun.

⁴⁶ Wahyudin Darmalaksana, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan," *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020): 1–6.

⁴⁷ Ismail Suwardi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQB-AJ?hl=id&gbpv=1&dq=PENGERTIAN+DASAR+KAJIAN+PENELITIAN&printsec=frontcover.

Turunnya peneliti ke lapangan selain melakukan observasi, juga melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan wilayah tertentu yang dijadikan peneliti sebagai objek penelitian yang dipaparkan secara spesifik, rinci, dan kenyataan. Peneliti akan mengemukakan alasan yang masuk akal memilih lokasi tersebut.⁴⁸ Lokasi penelitian berada di UMKM Kue Manco Rahayu, yang beralamatkan Dsn. Grogol, Ds. Tambakmas, Kec. Kebonsari, Kab. Madiun. Pemilihan lokasi ini didasari atas sumber data yang dibutuhkan peneliti, sehingga mempermudah peneliti untuk memperoleh informasi data yang dibutuhkan.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data merupakan informasi baik lisan ataupun tulisan, gambar ataupun dokumentasi yang memberikan sumbangsih informasi untuk menjawab permasalahan peneliti sebagaimana tercantum pada rumusan masalah.⁴⁹ Data yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

⁴⁸ Wahidmurni, Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif, Ekp, 2017.

⁴⁹ Mudjia Rahardjo, Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif, n.d., 1–4, <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.

- 1) Faktor-faktor yang melatarbelakangi pencantuman labelisasi halal pada produk UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo.
- 2) Dampak keberadaan labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun.

b. Sumber Data

Sumber data merupakan tempat keberadaan subjek penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk menjawab persoalan yang dibahas.⁵⁰ Sumber data utama penelitian ini diperoleh secara langsung dari pemilik dan karyawan yang bekerja di UMKM Kue Manco Rahayu berupa hasil wawancara dengan 5 orang narasumber, yaitu Ibu Lasemi selaku pemilik, Bapak Wahyudi selaku bagian pemasaran, dan Muji, Puji, serta Anis selaku karyawan produksi. Selain itu menggunakan sumber data pendukung berupa sejarah, struktur organisasi, deskripsi bagian, dan beberapa sumber data lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

⁵⁰ Farida Nugrahani, "Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa" 1, no. 1 (2008): 305, <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi melalui pengajuan pertanyaan secara lisan kepada narasumber. Teknik ini mendorong peneliti melakukan komunikasi tatap muka ataupun melalui media pendukung.⁵¹ Pada penelitian ini narasumber dari pemilik dan karyawan UMKM Kue Manco Rahayu. Jenis wawancara yang digunakan secara terstruktur dan tidak terstruktur, dimana peneliti akan menyiapkan dahulu beberapa pertanyaan yang akan diajukan.

6. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan menyederhanakan data yang diperoleh supaya mudah dipahami dan diterapkan, sehingga akan diperoleh kesimpulan untuk menjawab permasalahan.⁵² Data yang dihadirkan dalam pengolahan data berupa data mentah, sehingga dalam pengolahan data harus meminimalisir kesalahan yang terjadi.⁵³ Terdapat beberapa tahap pengolahan data dalam penelitian ini, di antaranya:

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137–138.

⁵² Sri Wahyuni Hasibuan, Dkk. *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 147.

⁵³ Wahyu Hidayat Riyanto dan Achmad Mohyi. *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: UMMPress, 2020), 100.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan pemilihan, fokus terhadap kajian, pengabstrakan, dan mengolah data mentah yang muncul dari catatan tertulis yang diperoleh di lapangan. Kegiatan ini meringkas hasil pengumpulan data yang diklasifikasikan ke dalam konsep, kategori, dan tema yang relevan. Reduksi data dilakukan secara berulang-ulang selama berlangsungnya penelitian.⁵⁴ Peneliti akan mereduksi data mengenai labelisasi halal yang diterapkan UMKM Kue Manco Rahayu dalam mengembangkan pangsa pasarnya.

b. Penyajian Data

Data yang sudah direduksi akan disajikan berupa narasi yang berisikan uraian singkat, korelasi antarkategori, bagan, dan sebagainya, sehingga diperoleh informasi untuk menjawab permasalahan. Penelitian ini akan menyajikan pada inti pembahasan yang diuraikan dari temuan data di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap partisipan yang relevan yaitu karyawan UMKM Kue Manco Rahayu dan beberapa konsumen.

c. Penarikan Kesimpulan

⁵⁴ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81.

Data yang disajikan selanjutnya akan disimpulkan, peneliti akan merangkum dan mengemukakan inti dari data yang diperoleh lapangan untuk menjawab persoalan yang dibawa. Penarikan kesimpulan akan lebih kredibel dengan didukung bukti yang valid dan konsisten dari awal hingga akhir penelitian.⁵⁵ Peneliti akan mengemukakan inti dari penelitian ini.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini dengan mengatur urutan data, mengorganisasikan dalam suatu pola, kategori, dan satuan penjabaran dasar. Menganalisis, artinya mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikannya.⁵⁶ Teknik analisis data yang digunakan adalah teori penerapan labelisasi halal UMKM Kue Manco Rahayu dalam pengembangan pangsa pasarnya di tengah pesatnya persaingan UMKM Manco di Dolopo khususnya, akan dibahas dan ditarik kesimpulan untuk mempermudah pemahaman para pembaca.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data untuk meminimalisir kesalahan data yang sudah terkumpul dan berlandaskan tolak ukur tingkat kepercayaan, triangulasi, ketekunan pengamatan, dan pengecekan

⁵⁵ Umrati dan Hengki Wijaya. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2020), 89.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 245.

teman sejawat.⁵⁷ Pengecekan keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik-teknik berikut ini:

a. Perpanjangan pengamatan

Peneliti kembali ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan wawancara kembali dengan narasumber sebelumnya ataupun narasumber baru. Tujuannya untuk memperkuat data yang diperoleh sebelumnya ataupun memperoleh fakta terbaru yang baru diinformasikan.

b. Ketekunan Pengamatan

Melakukan pengamatan secara cermat dan berkesinambungan pada data yang diperoleh. kepastian data yang diperoleh direkam secara sistematis dan pasti kebenarannya. Ketekunan pengamatan untuk mengecek kembali kebenaran data lapangan ada yang keliru atau tidak, sehingga peneliti akan mampu menyajikan deskripsi data secara akurat dan sistematis.⁵⁸

c. Triangulasi

Triangulasi merupakan cara mendapatkan data secara absah dan valid, sehingga peneliti mampu memperoleh kebenaran informasi dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Triangulasi akan memeriksa keabsahan data dengan

22. ⁵⁷ Elma Sutriani dan Rika Octaviani, “Keabsahan data (Kualitatif),” *INA-Rxiv* (2019): 1–

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 272.

memanfataakn beberapa temuan di luar data yang diperoleh, digunakan sebagai pembanding terhadap data.⁵⁹

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan dari beberapa uraian mengenai suatu permasalahan, supaya penelitian lebih terarah dan tujuan penelitian bisa tercapai. Pada penelitian ini, secara garis besar peneliti membagi ke dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik pengecekan keabsahan data, dan sistematika pembahasan. Bab ini memberikan gambaran umum kepada para pembaca mengenai labelisasi halal dan pangsa pasar yang dibahas oleh peneliti.

BAB II LABELISASI HALAL & PANGSA PASAR

Bab ini memaparkan mengenai teori dasar yang berkaitan dengan pembahasan yang digunakan sebagai pedoman analisa permasalahan.

Bab ini memuat landasan teori terkait labelisasi halal dan pangsa pasar.

⁵⁹ Bachtiar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," *Teknologi Pendidikan* 10 (2010): 46–62.

BAB III LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR UMKM KUE MANCO RAHAYU, DOLOPO, MADIUN

Bab ini menguraikan data yang diperoleh di lapangan, yang disajikan berupa data inti dan data pendukung yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Pada penelitian ini mengenai labelisasi halal dan pengembangan pangsa pasar pada UMKM Kue Mnaco Rahayu, Dolopo, Madiun.

BAB IV ANALISIS LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR

Bab ini menguraikan analisis mengenai data lapangan. Pada penelitian ini menguraikan perihal labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco, Rahayu, Dolopo, Madiun.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian skripsi, yang berisikan kesimpulan penelitian atau jawaban atas rumusan masalah yang dibawa peneliti, yang disertai kritik dan saran. Pada penelitian ini kesimpulan atas labelisasi halal dalam mengembangkan pangsa pasar objek penelitian.

BAB II

LABELISASI HALAL DAN PANGSA PASAR

A. Labelisasi Halal

1. Pengertian Labelisasi Halal

Label merupakan keterangan sebagai pelengkap kemasan suatu produk yang memberikan informasi mengenai suatu produk, baik berupa gambar ataupun tulisan yang memudahkan penjual dan pembeli memahami produk yang diperjualbelikan tersebut.¹ Begitupun dengan label yang mencantumkan kehalalan produk, syarat kehalalan suatu produk adalah tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan, sebagaimana yang terkandung dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 173, yang berbunyi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنَازِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula)

¹ Sri Sunartini, *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising* (NTB: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022), 23.

melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.”²

Selain kriteria di atas kehalalan produk ketika tidak mengandung bahan-bahan, seperti kotoran manusia, organ manusia, tidak memabukkan dan lain sebagainya. Bahan baku yang berasal dari hewan halal dan disembelih berdasarkan syariat agama tergolong halal. selain bahan baku, seluruh alat yang digunakan hingga lokasi yang dipergunakan untuk produksi tidak boleh bekas unsur-unsur yang diharamkan, seperti lokasi yang telah digunakan untuk memotong babi, maka harus dibersihkan dahulu baru boleh dipergunakan.³

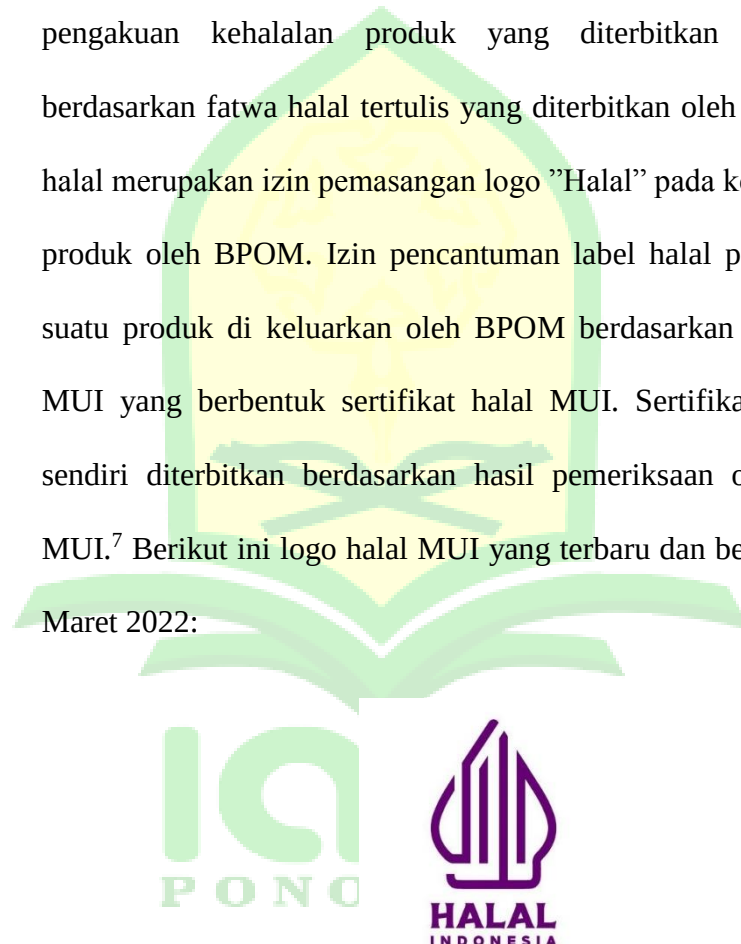
Label menjadi bagian dari kemasan produk yang tidak terpisahkan, sebagai tanda pengenal yang melekat pada kemasan produk.⁴ Sama halnya dengan labelisasi halal yang berfungsi menginformasikan identitas produk yang berlogo halal sesuai ketentuan MUI. Labelisasi halal merupakan pemberian tanda halal pada kemasan produk untuk memberitahukan bahwa produk tersebut tidak mengandung unsur yang diharamkan agama dan berstatus halal secara legal, dengan mencamtumkan logo halal yang di keluarkan

² Muhammad Syarif Hidayatullah, “Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam),” *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam* 11, no. 2 (2020): 251, <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>.

³ Premi Wahyu Widyaningrum, “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)”.

⁴ Yusuf Qardhawi, “Halal dan Haram dalam Islam”.

oleh MUI.⁵ Menurut UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, label halal merupakan lambang atau tanda kehalalan suatu produk, sedangkan sertifikat halal merupakan bukti tertulis pengakuan kehalalan produk yang diterbitkan oleh BPJH berdasarkan fatwa halal tertulis yang diterbitkan oleh MUI.⁶ Label halal merupakan izin pemasangan logo "Halal" pada kemasan suatu produk oleh BPOM. Izin pencantuman label halal pada kemasan suatu produk di keluarkan oleh BPOM berdasarkan rekomendasi MUI yang berbentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI sendiri diterbitkan berdasarkan hasil pemeriksaan oleh LPPOM MUI.⁷ Berikut ini logo halal MUI yang terbaru dan berlaku sejak 1 Maret 2022:



Gambar 1.1. Logo Halal Tahun 2022.⁸

⁵ Ridwan Muhammad Pane, "Analisis Perilaku Konsumen atas Penerapan Labelisasi Halal dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)," *Jurnal Mozaik* 9, no. 2 (2017): 142–150.

⁶ Produk Halal, "UU No.33 Tahun 2014 (2014)," *UU No.33 Tahun 2014*, no. 1 (2014), <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>.

⁷ Dharu Triasih, B. Rini Heryanti, dan Doddy Kridasaksana, "Kajian Tentang Perlindungan Hukumbagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18, no. 2 (2017): 214.

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022, Bagaimana Label Sebelumnya?," <https://kemenag.go.id/pers-rilis/label-halal-indonesia->

2. Tujuan dan Manfaat Labelisasi Halal

Pembuatan dan pencantuman label halal pada produk disyaratkan memiliki sertifikat halal yang diterbitkan oleh LPPOM MUI, sehingga labelisasi halal memiliki korelasi dengan kepemilikan sertifikat halal.⁹ Tujuan dan manfaat label halal, di antaranya:

- a. Memberikan informasi kehalalan produk kepada konsumen mengenai komposisi yang terkandung dalam suatu produk, tanpa harus mengecek isi produknya.
- b. Media periklanan bagi produsen untuk mengenalkan produknya.
- c. Media komunikasi antara konsumen dan produsen terkait perihal yang seharusnya diketahui pembeli dan penjual.
- d. Memberikan petunjuk bagi konsumen, supaya fungsi produk yang digunakan bekerja secara optimal.
- e. Bentuk jaminan produsen kepada konsumen untuk memberikan rasa aman atas kehalalan produk.¹⁰

3. Sertifikasi Halal

berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya-amw1aa. Diakses, 8 April 2023, Pukul 08.39 WIB.

⁹ Asep Syarifuddin Hidayat dan Mustolih Siradj, "Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri," *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah* 15, no. 2 (2015): 199–210.

¹⁰ Risna Risna, Rahmad Solling Hamid, dan Salju Salju, "Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2020): 82–100.

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam.¹¹ Produk makanan dan minuman tidak terlepas dari sertifikasi halal dan label halal, bertujuan memberikan ketentraman batin konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu produk. Sertifikasi halal sebagai bukti pengujian terhadap makanan yang meliputi persiapan, penyembelihan, pembersihan, proses, perawatan, penyimpanan, dan pengangkutan.¹²

Sertifikasi halal sebagai jaminan keamanan bagi umat muslim dalam mengonsumsi makanan dan minuman.¹³ Secara tidak langsung sertifikasi halal mampu mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Sertifikasi halal di Indonesia ditangani langsung oleh Pemerintah dengan membentuk Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang tercantum dalam UU No. 33 Tahun 2014. Pada UU tersebut dalam menyelenggarakan JPH, pemerintah membentuk badan khusus

¹¹ Sheilla Chairunnisyah, "Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika," *Angewandte Chemie International Edition* 3, no. 2 (2018): 10–27.

¹² Fakultas Ekonomi, "Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee" (2020): 68–78.

¹³ Ramlan dan Nahromi, "Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen" No 1 (2014): 14.

yang disebut Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).¹⁴

Sertifikat halal MUI, yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai bukti bahwa suatu produk perusahaan lolos uji kehalalannya dan produk yang diperjual belikan aman dikonsumsi khususnya umat muslim. Bukti suatu produk sudah memperoleh izin halal yang bisa diketahui oleh konsumen, melalui pencantuman logo halal pada label kemasan produk. Sehingga syarat mencantumkan logo halal pada suatu produk harus memiliki Sertifikat Halal terlebih dahulu yang secara legal dikeluarkan oleh BPJPH.¹⁵ Perusahaan yang belum mendaftarkan Sertifikat Halal tidak diperbolehkan mencantumkan logo halal pada kemasan produknya, jika hal tersebut dilakukan maka terjadi pelanggaran UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan pelaku bisa dikenakan sanksi.

Tata cara memperoleh sertifikat halal, diatur dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pada pasal 29 ayat 1 dijelaskan bahwa pelaku usaha mengajukan permohonan Sertifikasi Halal kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Pasal 29 ayat 2, menjelaskan bahwa permohonan

¹⁴ Melissa Aulia Hosanna dan Susanti Adi Nugroho, "Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan," *Jurnal Hukum Adigama* 1, no. 1 (2018): 511.

¹⁵ Parningotan Malau dan Irene Svinarky, "Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen," *JUSTITIA : Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 7, no. 3 (2020): 547–559.

Sertifikasi Halal harus dilengkapi berupa data dokumen pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk, bahan yang digunakan dan proses produksi. Pasal 29 ayat 3, mengenai ketentuan secara mendalam tentang tata cara pengajuan permohonan Sertifikasi Halal yang diatur dalam peraturan menteri, tetapi peraturan tersebut diubah dalam undang-undang cipta kerja menjadi jangka waktu verifikasi permohonan Sertifikasi Halal dilaksanakan maksimal 1 (satu) hari kerja.¹⁶

B. Pangsa Pasar

Pangsa pasar atau *market share* merupakan informasi permintaan produk oleh konsumen yang dipengaruhi faktor-faktor, seperti pendapatan konsumen, *gender*, rentan usia, taraf kesejahteraan dan faktor lainnya.¹⁷ Menurut UU No. 3 tahun 1999 Pasal 1, bahwa pangsa pasar merupakan persentase nilai jual suatu barang dan jasa yang mampu dikuasai oleh perusahaan pada suatu pasar dengan kurun waktu tertentu.¹⁸ Sehingga yang diperhatikan dari pangsa pasar tingkat penjualan dan luas pasar yang mampu dikuasai, dibandingkan kompetitornya.

Pangsa pasar menggambarkan kondisi perusahaan, dimana semakin tinggi tingkat permintaan dan semakin luas pasar yang dikuasai, maka

¹⁶ 2019 Camila, "UU UU Nomor 33 Tahun 2014," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

¹⁷ Dynne Andriany dan Diar Muzna Tangke, "Inovasi dan Pangsa Pasar Sebagai Faktor Determinan Eksistensi Roti Kering Selaku Jajanan Tradisional di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Di Desa Larike, Maluku Tengah)," *Jurnal Maneksi* 10, no. 2 (2021): 223–232.

¹⁸ Undang-Undang Tentang Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, "Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak," *Pemerintah Republik Indonesia*, no. 1 (1999): 1–5.

semakin kuat perusahaan tersebut atas pesaingnya.¹⁹ Pangsa pasar, melihat perkembangan perusahaan atas pesaingnya di bidang yang sama dengan mengukur tingkat penjualan dan pendapatan perusahaan, yang digunakan sebagai bahan pertimbangan tindakan perusahaan selanjutnya untuk keberlangsungan kegiatan operasional.²⁰ Dalam hal ini mengetahui pangsa pasar membantu melihat sejauh mana perkembangan perusahaan terhadap pesaingnya. Persentase pangsa pasar yang semakin tinggi menunjukkan peningkatan jumlah konsumen, peningkatan penjualan dan profitabilitas, serta semakin luasnya wilayah pemasaran. Adapun yang dimaksud, di bawah ini:

1. Jumlah Konsumen

Konsumen merupakan pemakai dan pengguna dari barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Menurut Barkantullah, konsumen merupakan personal atau perusahaan yang membeli dan menggunakan manfaat dari suatu barang atau jasa. Menurut Az. Nasution, konsumen merupakan setiap individu yang memperoleh dan menggunakan barang atau jasa dalam waktu tertentu.²¹ Berdasarkan pengertian di atas ditarik kesimpulan bahwa konsumen merupakan individu pemakai barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individual yang tidak

¹⁹ Sesario Tri Nur Hendra dan Deny Dwi Hartomo, "Pengaruh Konsentrasi Dan Pangsa Pasar Terhadap Pengambilan Resiko Bank," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2018.

²⁰ Andriany dan Tangke, "Inovasi dan Pangsa Pasar Sebagai Faktor Determinan Eksistensi Roti Kering Selaku Jajanan Tradisional di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Di Desa Larike, Maluku Tengah)," 223–232.

²¹ TR Lestari, "Konsep Konsumen," *Universitas Medan Area*, no. 2001 (2017): 10–28.

diperjualbelikan kembali. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 angka 2, bahwa konsumen yaitu Setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain ataupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan kembali.²²

Konsumen merupakan unsur terpenting di dalam kegiatan perusahaan karena keberadaan konsumen memberikan peluang kepada perusahaan untuk menawarkan dan menjual produk yang dihasilkan tersebut, sehingga perusahaan akan memperoleh pendapatan. Jumlah konsumen merupakan banyaknya pembeli yang menetap atau pembeli yang mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang menghasilkan produk dan mampu memikat daya tarik pembeli. Jumlah konsumen berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan, semakin banyak jumlah konsumen maka keuntungan yang diperoleh semakin besar dan begitu sebaliknya.²³

2. Tingkat Penjualan & Profitabilitas

a. Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan mutlak dalam perusahaan demi keberlangsungan suatu usaha karena

²² Presiden Republik Indonesia, "UU No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen," *UU no 8 tahun 1999 perlindungan konsumen* (1999): 1–6, <https://jdih.go.id/search/pusat/detail/832971>.

²³ Mashuri Mashuri dan Ninik Mardianis, "Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Kota Bengkalis," *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 4, no. 1 (2020): 83–94.

berkaitan dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan, semakin tinggi penjualan perusahaan maka keuntungan yang diperoleh juga semakin besar. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan memerlukan beberapa strategi atau cara untuk mengundang daya tarik konsumen dan sifat loyal konsumen dalam berbelanja terhadap suatu produk ataupun perusahaan.²⁴ Menurut Kotler, bahwa pasar bertumpu pada penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi personal dan dipersuasion oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan. Sedangkan menurut Swastha, penjualan merupakan ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.²⁵ Penjualan terbilang kegiatan utama perusahaan, tanpa penjualan perusahaan tidak akan berkembang karena tidak mampu menjual produk yang dihasilkan, sebaliknya perusahaan yang mampu meningkatkan penjualannya akan mampu bertahan dalam persaingan usaha. Dalam kegiatan penjualan terdapat proses pertukaran antara barang dan uang dengan nilai yang setara, sehingga mempermudah konsumen memenuhi

²⁴ Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan," *Valuta* 2, no. 2 (2016): 286–303.

²⁵ Rina Rachmawati, "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan," *Jurnal Kompetensi Teknik* 2, no. 2 (2011): 143–150.

kebutuhannya dan memberikan keuntungan kepada konsumen.

b. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil akhir bersih dari beberapa kebijakan dan keputusan manajemen, serta memberikan jawaban akhir tentang efektivitas pengelolaan perusahaan.²⁶ Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan pada periode tertentu. Menurut Awat, profitabilitas merupakan pengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, baik melalui aktiva yang dimiliki ataupun dengan modal usaha.²⁷ Menurut Sudjaja, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, melalui hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dari penggunaan aktiva perusahaan dalam kegiatan yang produktif. Profitabilitas perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan pengurangan biaya operasional. Laba yang diperoleh akan membantu mengembangkan usaha. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan lebih besar, jika mampu memperluas pangsa

²⁶ Lukman Hidayat dan Suhandi Halim, "Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1, no. 2 (2013): 159–168.

²⁷ Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5, no. 2 (2016): 1–17.

pasarnya.²⁸ Profit atau keuntungan bagi suatu usaha sebagai aliran darah yang menentukan keberlangsungan usaha, tanpa keuntungan usaha tidak akan mampu berjalan kembali karena biaya yang telah dikorbankan tidak bisa dikembalikan lagi dan kegiatan produksi selanjutnya terhambat, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian. Dalam menghindari kerugian, maka perusahaan ataupun UMKM akan melakukan cara-cara tertentu untuk memperoleh keuntungan.²⁹

3. Wilayah Penjualan

Sales teritory atau wilayah penjualan merupakan suatu lokasi geografis tertentu yang di dalamnya terdapat konsumen yang memiliki potensi penjualan atau peluang bisnis yang dikelola oleh sales tim.³⁰ Menurut Stanton dan Royan, *sales teritory* merupakan suatu wilayah geografis dengan luas tertentu yang dipercayakan kepada *salesman* atau distributor dengan pertimbangan jumlah konsumen atau calon konsumen di wilayah yang dituju.³¹ Area pemasaran ialah lokasi yang dijadikan tempat suatu kegiatan usaha dalam mengendalikan arus barang dan jasa kepada konsumen

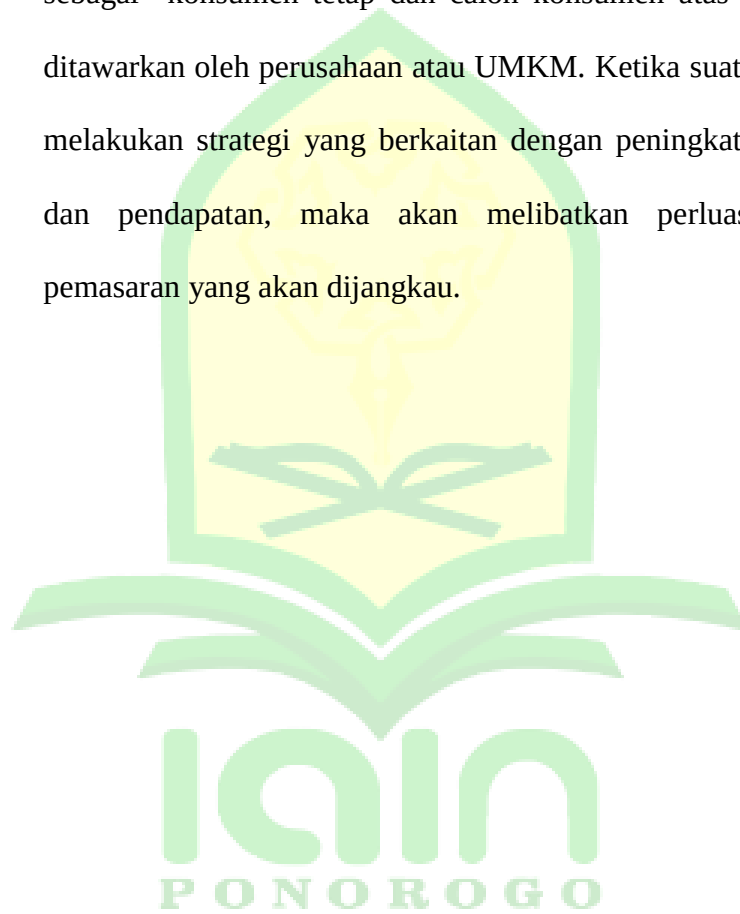
²⁸ Hidayat dan Halim, “Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan.”

²⁹ Mashuri dan Mardianis, “Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Kota Bengkalis.”

³⁰ Husna Purnama, Maristiana Ayu, dan Astri Ratna Sari, “Strategi Ekspansi Sales Territory Management Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Penjualan Studi Kasus Pada Pt. Karya Anugerah Jaya Cabang Lampung,” *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)* 4, no. 4 (2020): 45–54.

³¹ Nabilah Putri, “Model Sales Territory Management Sebagai Bentuk Strategi Pemasaran (Studi Kasus Partner Trip Kota Malang)” (2019).

dengan perencanaan yang tepat dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk yang dihasilkan dengan nilai yang setara.³² Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa wilayah penjualan adalah lokasi secara geografis yang memiliki peluang sebagai konsumen tetap dan calon konsumen atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau UMKM. Ketika suatu perusahaan melakukan strategi yang berkaitan dengan peningkatan penjualan dan pendapatan, maka akan melibatkan perluasan wilayah pemasaran yang akan dijangkau.



³² Wanda Kurnia, "Implementasi Data Mining Dengan Algoritma Nearest Neighbor Untuk Penentuan Kelayakan Area Pemasaran Baru Produk Baygon Pada PT. SRB Cabang Kabanjahe," *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 6, no. 1 (2019): 37–44, <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/1296>.

BAB III

LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR UMKM KUE MANCO RAHAYU

A. Gambaran Umum UMKM Kue Manco Rahayu

1. Sejarah Berdirinya UMKM Kue Manco Rahayu

UMKM Kue Manco Rahayu merupakan usaha rumahan yang berada di sentra Desa Manco. Sentra Kue Manco Rahayu berdiri sejak tahun 1980an, merupakan usaha turun temurun keluarga, sekarang pemiliknya ialah Ibu Lasemi, setelah menikah beliau mengelola usaha kue manco ini sendiri. Awalnya beliau hanya dibantu oleh suami dan adik beliau yang kini telah mendirikan usaha kue manco sendiri pula. Seiring berjalannya waktu usaha ini semakin maju, hal ini diketahui dari banyaknya pesanan yang masuk sehingga usaha ini diberi label “Kue Manco Rahayu”. Dari sini Ibu Lasemi mengajak tetangga untuk membantu produksi kue manco.

Pada tahun 2011 Kue Manco Rahayu telah mengantongi surat ijin usaha. Produk yang dikeluarkan oleh Kue Manco Rahayu adalah manco yang beraneka topping. Toppingnya berupa beras, wijen, dan kacang. Sekarang produk Kue Manco Rahayu juga telah mendapat sertifikasi halal oleh MUI, yang dimiliki pada tahun 2020. Usaha ini tidak hanya memiliki konsumen di Madiun saja, namun juga Ponorogo, Magetan, Surabaya, bahkan Jakarta dan luar pulau

Jawa. Keinginan mengantongi izin label halal untuk memperluas pemasaran Kue Manco Rahayu.

Berdirinya usaha ini untuk meneruskan usaha keluarga yang sudah dirintis sejak nenek moyang keturunan keluarga Ibu Lasemi. Berada di desa dengan mayoritas pembuat kue manco, mendorong pemilik usaha untuk mempertahankan usahanya. Kue manco khas Madiun ini memiliki ciri khas yang menonjol sebagai keunggulan kue manco, khususnya kue manco rahayu memiliki ciri khas renyah dan tidak masir (dalam bahasa Jawa disebut “Krenyes”). Keberadaan pesaing disekitar lokasi usaha, mendorong UMKM Kue Manco Rahayu menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya, salah satunya dengan mengurus izin label halal yang dipergunakan untuk memasuki toko-toko besar yang harus memiliki beberapa izin, salah satunya label halal. Seiring perkembangan usaha, UMKM Kue Manco Rahayu sekarang memiliki 5 pekerja, baik dari keluarga sendiri ataupun tetangga sekitar.¹

2. Susunan Personalia

- a. Pemilik UMKM : Ibu Lasemi
- b. Pemasaran : Wahyudi
- c. Karyawan Produksi : Muji, Puji, Dita

¹ Lasemi, Wawancara, 14 Maret 2023.

B. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun

Sertifikat Halal menjadi salah satu izin yang harus dipenuhi usaha ketika mengedarkan produknya secara luas, tujuan Sertifikat Halal untuk memberi keamanan dan kenyamanan, sehingga konsumen tidak khawatir lagi atas makanan yang dikonsumsi. Terdapat beberapa hal mengenai kepemilikan Sertifikat Halal Kue Manco Rahayu, sebagai berikut:

1. Histori Mendaftarkan Sertifikat Halal

Kepemilikan Sertifikat Halal Kue Manco Rahayu tidak serta merta inisiatif langsung ingin memiliki, namun ada sesuatu yang menarik minat UMKM Kue Manco Rahayu untuk memiliki Labelisasi Halal. Hasil wawancara bersama pemilik dan karyawannya diperoleh hasil sebagai berikut ini:

Ibu Lasemi selaku pemilik UMKM, mengatakan bahwa²:

“Awalnya tau dari menantu saya, Pak Wahyudi yang dikasih tau temannya yang bekerja di KEMENAG. Saya juga kurang tau dalam mengurus izinnnya karena di urus oleh Pak Wahyudi.”

Kemudian Pak Wahyudi selaku bagian pemasaran, mengatakan bahwa³:

“Awalnya informasi dari teman saya yang bekerja di KEMENAG memberitahu tentang labelisasi halal itu, akhirnya saya daftarkan Kue Manco Rahayu Sertifikat Halal.”

² Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

³ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

Selanjutnya saudari Puji mengatakan bahwa⁴:

“Maaf mba saya belum terlalu paham terkait itu, mungkin bisa ditanyakan ke ibunya biar lebih jelas.”

Saudari Muji mengatakan bahwa⁵:

“Awalnya diberitahu sama temannya Bapak tentang label halal itu, terus coba daftar.”

Saudari Dita mengatakan bahwa⁶:

“Kemarin itu ada teman Pak Wahyudi yang bercerita tentang label halal, disitu dikasih tau manfaat buat usaha dan cara mendaftarnya, akhirnya kami coba daftar Sertifikat Halal.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan mengenai latar belakang mendaftar Sertifikat Halal disimpulkan bahwa awal mula UMKM Kue Manco Rahayu mengetahui Sertifikasi Halal, hingga berminat mendaftar adalah atas *sharing* bersama rekan Pak Wahyudi dari KEMENAG yang memberikan memberitahukan pengetahuan dan pemahaman mengenai Sertifikat Halal, hingga menyarankan Pak Wahyudi selaku bagian pemasaran mendaftarkan Sertifikat Halal.

2. Tujuan Mendaftarkan Sertifikat Halal

Keputusan UMKM Kue Manco Rahayu mendaftarkan Sertifikat Halal bukan tanpa sebab terdapat beberapa alasan, untuk memperjelas alasan-alasan tersebut peneliti akan paparkan dan

⁴ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

⁵ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

⁶ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

jelaskan informasi yang diperoleh dari beberapa informan. Sebagai berikut:

Sebagaimana yang dikatakan Ibu Lasemi, bahwa⁷:

“Supaya Kue Manco bisa dipasarkan di minimarket dan memenuhi kiriman ke luar kota dan luar negeri.”

Pak Wahyudi selaku bagian pemasaran, mengatakan bahwa⁸:

“Saya sebagai generasi penerus UMKM Kue Manco Rahayu harus bergerak untuk mempertahankan usaha ini, makanya saya daftarkan Sertifikat Halal. Saya ingin mengembangkan usaha ini, supaya bisa bersaing dengan Usaha Kue Manco lainnya.”

Selanjutnya, saudara Puji mengatakan bahwa⁹:

“Supaya bisa memperluas pasar mba, jadi biar bisa masuk toko-toko besar.”

Informan selanjutnya saudara Muji, mengatakan bahwa¹⁰:

“Untuk memperluas pasar, jadi bisa masuk minimarket karena syaratnya harus memiliki izin yang lengkap.”

Informan terakhir, saudara Dita mengatakan bahwa¹¹:

“Untuk melengkapi izin usaha kami, jadi nanti bisa memperluas pemasaran, saya lihat sekarang juga digencarkan punya Sertifikat Halal.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan mengenai tujuan Sertifikat Halal UMKM Kue Manco Rahayu dapat disimpulkan bahwa sebagai suatu strategi untuk mempertahankan dan meneruskan usaha turun temurun dan mengembangkannya

⁷ Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

⁸ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

⁹ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

¹⁰ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

¹¹ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

dengan memperluas wilayah pemasaran, baik dengan memasuki toko-toko *modern* ataupun memenuhi permintaan luar kota dan luar negeri.

3. Hubungan Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal

Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal secara definisi berbeda, namun keduanya memiliki korelasi yang berkaitan dan tidak bisa terpisahkan. Wawancara dengan informan di UMKM Kue Manco Rahayu diperoleh hasil sebagai berikut:

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Lasemi, bahwa¹²:

“Iya, harus mengurus pendaftaran sertifikat halal dulu, baru bisa mencamtumkan logo halal di label kemasan Kue Manco.”

Pak Wahyudi, mengatakan bahwa¹³:

“Iya, jadi sebelum mencamtumkan logo halal dilabel kemasan Manco Rahayu, saya harus mendaftarkan Sertifikat Halal. Dulu saya mengurus sendiri pendaftaran Sertifikat Halalnya, tidak seperti sekarang yang didatangi petugas. Saya menghabiskan waktu sekitar setahun dari awal mengurus pendaftaran sampai Sertifikatnya diterbitkan.”

Saudari Puji, mengatakan bahwa¹⁴:

“Maaf mba, saya kurang paham dengan hal tersebut. Saya disini hanya tau produksi Manco saja, mungkin bisa tanya ke Bu Lasemi.”

Saudari Muji, mengatakan bahwa¹⁵:

¹² Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

¹³ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

¹⁴ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

¹⁵ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

“Iya mba karena setelah punya sertifikat halal itu baru bisa mencantumkan logo halalnya dikemasan Kue Manco Rahayu.”

Selanjutnya, saudari Dita mengatakan bahwa¹⁶:

“Iya karena label halal sebagai bukti kalau kami sudah memiliki Sertifikat Halal.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan mengenai korelasi Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal, dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki keterkaitan karena mereka harus mendaftar Sertifikat Halal terlebih dahulu dan baru bisa mencantumkan Labelisasi Halal setelah Sertifikat Halal tersebut mereka terima.

4. Lembaga Penerbit Sertifikat Halal

Sertifikat Halal MUI merupakan bukti bahwa suatu produk telah lolos uji kehalalannya dan produk tersebut aman dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), dalam pengurusan dan penerbitan Sertifikat Halal terdapat lembaga yang berwenang. Berikut ini kesaksian informan tentang lembaga yang menerbitkan Sertifikat Halal mereka:

Sebagaimana yang dikatakan Ibu Lasemi bahwa¹⁷:

“Dulu yang memberikan secara langsung Sertifikat Halal untuk Kue Manco Rahayu adalah MUI yang datang dari Jakarta.”

¹⁶ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

¹⁷ Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

Pak Wahyudi, mengatakan bahwa¹⁸:

“Dulu yang memberikan langsung itu dari MUI yang datang dari Jakarta, kalau ga salah itu bersamaan dengan penyerahan ke UMKM lain, UMKM Kue Manco Rahayu sebagian malam.”

Saudari Puji, mengatakan bahwa¹⁹:

“Kemarin itu yang datang kesini MUI dari Jakarta mba, menyerahkan bukti halal tersebut.”

Saudari Muji, mengatakan bahwa²⁰:

“Maaf mba, saya kurang mengetahui hal tersebut tetapi kemarin yang menyerahkan langsung sertifikatnya itu MUI dari Jakarta.”

Saudari Dita, mengatakan bahwa²¹:

“Kemarin yang menyerahkan Sertifikat Halal langsung MUI dari Jakarta.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan, dapat disimpulkan bahwa yang menerbitkan Sertifikat Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang datang langsung dari Jakarta. Penyerahan Sertifikat Halal dilakukan secara langsung di kediaman Ibu Lasemi sebagai lokasi produksi Kue Manco Rahayu.

5. Cara Memperoleh Sertifikat Halal

Suatu perusahaan yang bermaksud memiliki Labelisasi Halal terhadap produknya, harus memiliki Sertifikat Halal terlebih

¹⁸ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

¹⁹ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

²⁰ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

²¹ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

dahulu. Langkah-langkah memperoleh Sertifikat Halal, sebagai berikut:

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Lasemi, bahwa²²:

“Mendaftarkan dan membuat surat permohonan ke BPJPH, dengan mengumpulkan berkas-berkas yang dibutuhkan.”

Pak Wahyudi, mengatakan bahwa²³:

“Saya dulu karena gatau cara mengurusnya didampingi teman saya itu, kemudian diarahkan untuk membuat surat permohonan Sertifikat Halal ke BPJPH dan melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan.”

Saudari Puji, mengatakan bahwa²⁴:

“Kemarin ibu itu mengumpulkan beberapa berkas persyaratan pendaftaran, kemudian di urus sama Pak Wahyudi.”

Saudari Muji, mengatakan bahwa²⁵:

“Mengumpulkan berkas-berkas yang dibutuhkan kemudian kemarin dibantu teman Pak Wahyudi mba, untuk lebih jelasnya bisa tanya ke Pak Wahyudi.”

Saudari Dita, mengatakan bahwa²⁶:

“Membuat surat permohonan ke pihak terkait dan mengumpulkan beberapa berkas yang dibutuhkan.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan, dapat disimpulkan bahwa cara memperoleh Sertifikat Halal adalah dengan membuat surat permohonan produk halal ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan.

²² Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

²³ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

²⁴ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

²⁵ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

²⁶ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

C. Dampak Labelisasi Halal Dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun

Setiap perusahaan yang memutuskan langkah tertentu yang bertujuan mengembangkan usahanya, pasti akan merasakan dampak dari keputusan yang telah diambil. Berikut ini seputar dampak Labelisasi Halal UMKM Kue Manco Rahayu:

1. Jumlah Konsumen

Keputusan UMKM Kue Manco Rahayu dalam kepemilikan Labelisasi Halal, tentunya mempertimbangkan fungsi Labelisasi Halal terhadap perkembangan usaha, salah satunya mengenai kuantitas konsumen. Adapun fungsi labelisasi halal, sebagai berikut:

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Lasemi, bahwa²⁷:

“Untuk melengkapi izin Kue Manco Rahayu, memperluas pemasaran, dan memberikan keamanan terhadap pembeli.”

Pak Wahyudi, mengatakan bahwa²⁸:

“Label halal membantu memperluas pemasaran Kue Manco Rahayu, yang dulunya Cuma dipasarkan disekitar rumah, paling jauh di Dolopo sekarang dengan label halal memberanikan dipasarkan antar Kabupaten.”

Saudari Puji, mengatakan bahwa²⁹:

“Memberikan keamanan dan kenyamanan kepada konsumen saat mengkonsumsi makanan. Label halal juga membantu memperluas pemasaran.”

Saudari Muji, mengatakan bahwa³⁰:

²⁷ Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

²⁸ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

²⁹ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

³⁰ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

“Memberikan keamanan dan kenyamanan dalam mengkonsumsi Kue Manco kepada konsumen.”

Saudari Dita, mengatakan bahwa³¹:

“Memberikan kenyamanan kepada konsumen dan memberitahukan kepada konsumen bahwa Manco Rahayu sudah memiliki label halal, jadi keamanan halalnya sudah terjamin.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa fungsi Labelisasi Halal sebagai bentuk jaminan produsen kepada konsumen atas produk yang dikonsumsi pembeli, dimana Label Halal sebagai bukti bahwa Kue Manco Rahayu sudah teruji kehalalannya. Selain itu, Labelisasi Halal untuk melengkapi surat izin usaha dan produk Kue Manco Rahayu.

2. Tingkat Penjualan dan Profitabilitas

Labelisasi Halal pada UMKM Kue Manco Rahayu sebagai strategi pemasaran, tentunya bertujuan untuk mengembangkan usaha khususnya meningkatkan penjualan dan profit usaha. Adapun dampak terhadap penjualan dan profit UMKM Kue Manco Rahayu, sebagai berikut:

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Lasemi bahwa³²:

“Iya karena sejak memiliki label halal pemasaraanya bisa masuk minimarket, artinya pendapatan usaha ikut meningkat.”

Pak Wahyudi, mengatakan bahwa³³:

³¹ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

³² Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

³³ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

“Iya karena membantu untuk masuk minimarket dan toko-toko besar, tapi label halal tidak begitu berpengaruh mba, yang mempengaruhi itu caranya kita menguasai pasar dengan cepat, yaitu dengan mendatangi distributor secara langsung.”

Saudari Puji, mengatakan bahwa³⁴:

“Iya karena Kue Manco bisa masuk toko-toko besar, maka pendapatan usaha juga naik mba.”

Saudari Muji, mengatakan bahwa³⁵:

“Iya karena mampu meningkatkan penjualan Kue Manco karena permintaan dari toko dan sales juga lumayan banyak.”

Saudari Dita, mengatakan bahwa³⁶:

“Iya, contohnya dengan label halal dan surat izin lainnya Manco Rahayu bisa masuk ke minimarket, secara tidak langsung mempengaruhi tingkat penjualan, tapi menurut saya tidak hanya karena label halal ada usaha lain disamping itu.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan profitabilitas usaha karena Labelisasi Halal membantu Kue Manco memasuki wilayah pasar minimarket, yang secara tidak langsung berdampak terhadap penjualan dan profit usaha. Namun, peran Labelisasi Halal tidak sepenuhnya memberikan sumbangsih terhadap penjualan dan profit, terdapat tindakan lain, yaitu menguasai pasar dengan sistem jemput bola.

³⁴ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

³⁵ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

³⁶ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

3. Wilayah Penjualan

Labelisasi Halal UMKM Kue Manco Rahayu sebagai salah satu strategi mempertahankan pangsa pasarnya, tentunya akan berpengaruh terhadap wilayah penjualannya karena menentukan penguasaan pemasaran UMKM Kue Manco Rahayu atas pesaingnya. Berikut ini pernyataan informan UMKM Kue Manco Rahayu:

Sebagaimana pernyataan dari Ibu Lasemi, bahwa³⁷:

“Label halal menambah keyakinan kami untuk bersaing dengan Manco lainnya, dan semakin berkembang.”

Pak Wahyudi mengatakan, bahwa³⁸:

“Menambah kepercayaan konsumen, dengan label halal saya memberanikan diri memasarkan di minimarket dan mencoba memasarkan antar Kota.”

Selanjutnya, saudari Puji mengatakan bahwa³⁹:

“Permintaan Kue Manco semakin meningkat, baik yang disetor ke toko ataupun yang belinya datang langsung ke sini.”

Saudari Muji mengatakan bahwa⁴⁰:

“Karena bisa masuk minimarket itu tadi, jadi penjualan kami juga meningkat.”

Dilanjutkan pernyataan saudari Dita mengatakan, bahwa⁴¹:

“Manco Rahayu semakin dikenal karena ada jaminan halalnya dan dengan label halal Manco Rahayu bisa dipasarkan di minimarket karena pesaingnya banyak maka

³⁷ Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

³⁸ Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

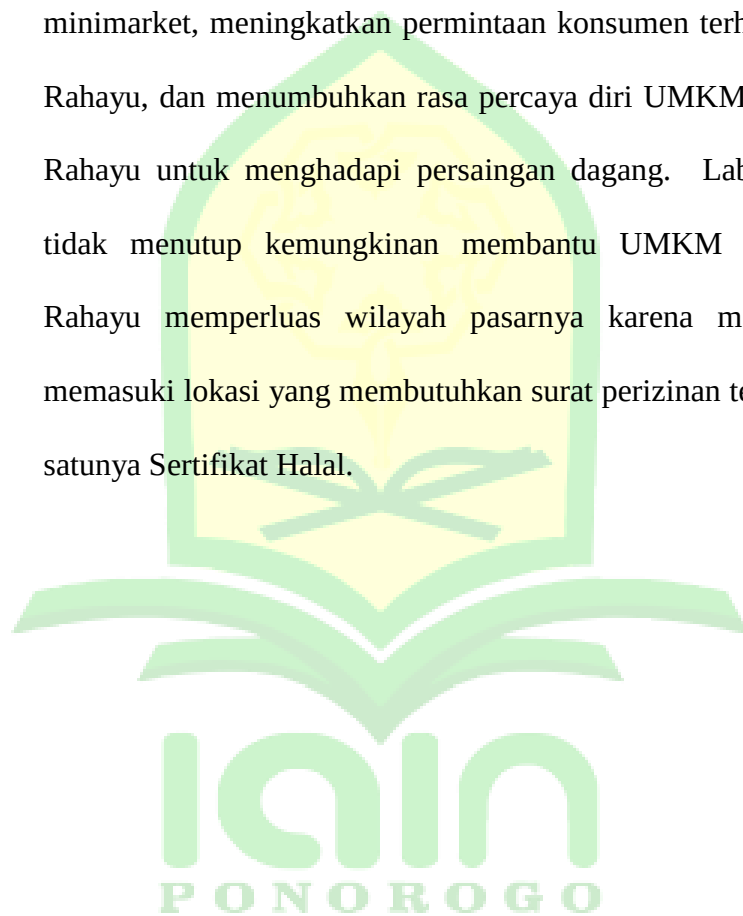
³⁹ Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

⁴⁰ Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

⁴¹ Dita, Wawancara 11 Maret 2023.

kami harus berani masuk wilayah pasar yang terbilang modern.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa manfaat pencantuman Labelisasi Halal adalah meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen, peluang membantu memasuki wilayah pasar lebih luas dalam hal ini bisa dipasarkan di minimarket, meningkatkan permintaan konsumen terhadap Manco Rahayu, dan menumbuhkan rasa percaya diri UMKM Kue Manco Rahayu untuk menghadapi persaingan dagang. Labelisasi halal tidak menutup kemungkinan membantu UMKM Kue Manco Rahayu memperluas wilayah pasarnya karena mempermudah memasuki lokasi yang membutuhkan surat perizinan tertentu, salah satunya Sertifikat Halal.



BAB IV

ANALISIS LABELISASI HALAL DALAM MENGEMBANGKAN PANGSA PASAR UMKM KUE AMANCO RAHAYU, DOLOPO, MADIUN

A. Analisis Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal

Labelisasi Halal terbilang cukup awam bagi UMKM, oleh karena itu dilakukan sosialisasi oleh lembaga terkait untuk memperkenalkan dan memberi pemahaman mengenai Labelisasi Halal. Terdapat sejarah dan alasan UMKM Kue Manco Rahayu memutuskan untuk memiliki Sertifikat Halal dan mencantumkan Labelisasi Halal pada Kue Manco Rahayu. Faktor-faktor yang melatarbelakangi Labelisasi Halal UMKM Kue Manco Rahayu, sebagai berikut:

1. Histori Mendaftarkan Sertifikat Halal

Labelisasi halal merupakan bukti dari kepemilikan Sertifikat Halal yang dimiliki suatu perusahaan yang dapat diketahui oleh konsumen. Sedangkan Sertifikat Halal merupakan bukti bahwa produk suatu perusahaan telah lolos uji kehalalannya secara legal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah naungan Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹ Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan di UMKM Kue Manco Rahayu dengan pemilik dan karyawannya

¹ Dharu Triasih, B. Rini Heryanti, dan Doddy Kridasaksana, "Kajian Tentang Perlindungan Hukumbagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18, no. 2 (2017): 214.

bahwa pengenalan UMKM terhadap Sertifikat Halal melalui berbagi wawasan dan bertukar cerita dengan salah satu pegawai KEMENAG Kab. Madiun, yang kebetulan rekan Pak Wahyudi selaku bagian pemasaran UMKM Kue Manco Rahayu. Keterangan dari Pak Wahyudi, beliau sering mengikuti beberapa event UMKM yang diadakan oleh KEMENAG, oleh karena itu beliau mengenal salah satu pegawainya yang dengan senang hati memberikan wawasan mengenai Labelisasi Halal. Pemahaman yang diperoleh Pak Wahyudi tentang maksud dari Labelisasi Halal, manfaat yang diperoleh UMKM, fungsi Labelisasi Halal, hingga cara mendaftarkan Sertifikat Halal. Labelisasi Halal yang di inginkan dapat diperoleh dengan mendaftarkan Sertifikat Halal.

Berbagi pengetahuan dan memberikan pemahaman kepada UMKM rumahan seperti ini merupakan tindakan yang tepat. Beberapa program terbaru pemerintah dalam memajukan UMKM di Indonesia kurang maksimal dilakukan karena sebagian besar UMKM belum mengetahui pembaruan program dan minimnya wawasan mengenai program-program baru, dalam hal ini Labelisasi Halal. UMKM terkadang kurang terdorong untuk mendaftarkan Labelisasi Halalkarena masih meinimnya wawasan mereka, ketika UMKM mengetahui mengenai Labelisasi Halal dan manfaatnya akan membuka pandangan UMKM terkait Labelisasi Halal.

Pendekatan secara persuasif dan telaten pasti akan membuka jalan UMKM berminat terhadap Labelisasi Halal.

2. Tujuan Mendaftarkan Sertifikat Halal

Pemerintah menggalakkan program Labelisasi Halal untuk melindungi hak dari konsumen dalam memperoleh makanan yang sehat dan baik, tanpa khawatir hukum halal dan haram yang terkandung, khususnya bagi masyarakat beragama islam. Labelisasi Halal sebagai bentuk loyalitas produsen terhadap konsumen atas produk yang diedarkan, sehingga menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen.²

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu bahwa tujuan mereka mendaftarkan Sertifikasi Halal adalah dimana UMKM Kue Manco Rahayu merupakan usaha yang turun temurun dan berada di sentra Kue Manco yang menjadikan pesaing mereka cukup banyak. Sertifikasi Halal digunakan sebagai salah satu cara untuk menarik minat konsumen dan mempertakankan usahanya, dengan Sertifikat Halal konsumen merasa lebih aman dalam memilih produk Kue Manco Rahayu. Secara tidak langsung keputusan UMKM Kue Manco Rahayu memiliki Sertifikat Halal sebagai bentuk kewajiban menjadi pemilik usaha yang menaati program pemerintah dan usaha yang

² Risna Risna, Rahmad Solling Hamid, dan Salju Salju, "Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2020): 82–100.

bertanggung jawab kepada konsumennya. Tujuan Setifikat Halal UMKM Kue Manco Rahayu yang tidak kalah penting, yaitu mempergunakan izin tersebut untuk memperluas pemasaran produk mereka dengan memasuki toko-toko besar untuk grosir ataupun minimarket.

3. Hubungan Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal

Sertifikat Halal dan Labelisasi Halal secara definisi memiliki arti yang berbeda, tetapi keduanya memiliki keterkaitan yang tidak terpisahkan. Sebutan Labelisasi Halal, yaitu label produk yang tercantum Logo Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bukti sudah mengantongi izin Sertifikat Halal, sedangkan Sertifikat Halal adalah bukti suatu usaha lolos uji kehalalannya. Sehingga untuk memiliki Labelisasi Halal, wajib mendaftarkan Sertifikat Halal.

Berdasarkan wawancara dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu diketahui bahwa suatu UMKM atau usaha yang bermaksud memiliki Labelisasi Halal harus mendaftarkan Sertifikasi Halal terlebih dahulu, hal tersebut diketahui bahwa UMKM Kue Manco Rahayu dapat mencantumkan Labelisasi Halal setelah permohonan Sertifikat Halal disetujui dan Sertifikat Halal telah diserahkan kepada UMKM Kue Manco Rahayu. Perusahaan ataupun UMKM yang mencantumkan Labelisasi Halal tanpa prosedur kepemilikan Sertifikat Halal, artinya melanggar UU No. 33

tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) akan dikenakan sanksi.

4. Lembaga Penerbit Sertifikat Halal

Sertifikat Halal merupakan bukti tertulis bahwa suatu produk terjamin kehalalannya secara legal dan sah. Sertifikat Halal di bawah pengawasan MUI yang dijalankan oleh Badan Penyelenggara Produk Jaminan Halal (BPJPH) sebagai pihak yang berwenang menyetujui dan menerbitkan Sertifikat Halal MUI.³ Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu, pihak yang menerbitkan dan menyerahkan langsung adalah pihak Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang datang langsung dari Jakarta. Menurut analisis peneliti terdapat kesenjangan antara teori dan pernyataan informan, dimana pada teori dinyatakan bahwa pihak yang menangani Sertifikat Halal adalah BPJPH selaku badan yang berwenang dalam pengajuan permohonan, meloloskan permohonan, dan menerbitkan Sertifikat Halal. Sehingga yang menerbitkan Sertifikat Halal bukan langsung dari MUI.

Menurut analisis peneliti, hal tersebut dapat diuraikan bahwa pengajuan permohonan Sertifikat Halal UMKM Kue Manco Rahayu bersamaan dengan permulaan sosialisasi Sertifikat Halal,

³ Parningotan Malau dan Irene Svinarky, "Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen," *JUSTITIA : Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 7, no. 3 (2020): 547–559.

pengajuannya pun UMKM Kue Manco Rahayu bergabung dengan UMKM lain di luar Daerah Grogol. Sehingga penyerahan langsung bertujuan mengenal dan mengetahui langsung UMKM yang telah menerima dan sebagai motivasi UMKM sekitar lainnya. Di samping hal tersebut ada kemungkinan pihak UMKM Kue Manco Rahayu belum mengetahui bahwa pihak yang menyerahkan BPJPH, namun masyarakat pada umumnya mengetahui bahwa yang menerbitkan adalah MUI, sehingga menganggap bahwa pihak tersebut adalah MUI.

5. Cara Memperoleh Sertifikat Halal

Langkah-langkah untuk memiliki Sertifikat Halal tercantum dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), pasal 29 ayat 1 menyatakan bahwa tahap pertama pelaku usaha mengajukan permohonan Sertifikat Halal kepada BPJPH. Pasal 29 ayat 2, menyatakan bahwa pelaku usaha harus melengkapi berkas permohonan Sertifikat Halal, berupa dokumen pemilik usaha, nama dan jenis produk, daftar produk, bahan yang digunakan, dan proses produksi. Pasal 29 ayat 3, menyatakan bahwa ketentuan mendalam mengenai Sertifikat Halal diatur dalam peraturan menteri, namun peraturan tersebut dirubah dalam Undang-Undang Cipta Kerja bahwa jangka waktu verifikasi permohonan

Sertifikasi Halal diproses maksimal 1 (satu) hari kerja.⁴ Berdasarkan wawancara dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu bahwa kepemilikan Sertifikat Halal diawali dengan pengajuan permohonan produk halal kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), kemudian melengkapi dokumen yang dibutuhkan.

B. Analisis Dampak Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar

Setiap keputusan yang diambil oleh pemilik usaha terhadap perusahaannya akan berakibat terhadap usahanya kedepan. Sehingga setiap langkah perusahaan akan menimbulkan dampak. Dampak keputusan Labelisasi Halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco, sebagai berikut:

1. Jumlah Konsumen

Tindakan-tindakan yang diperuntukkan kepada suatu usaha atau UMKM bertujuan untuk memperoleh hasil yang maksimal sesuai tujuan yang ingin dicapai. Labelisasi Halal pada suatu usaha atau UMKM bermanfaat sebagai alat mengkomunikasikan kehalalan suatu produk kepada konsumen, sebagai media iklan memperkenalkan suatu produk, sebagai alat bantu petunjuk bagi konsumen dalam mempergunakan isi produk, dan bentuk

⁴ 2019 Camila, "UU UU Nomor 33 Tahun 2014," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–1699.

pertanggung jawaban produsen kepada konsumen.⁵ Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu bahwa dengan Labelisasi Halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Kue Manco Rahayu. Label Halal sebagai salah satu strategi menarik minat konsumen mampu meningkatkan permintaan konsumen. Secara tidak langsung keputusan Labelisasi Halal pada UMKM Kue Manco mampu meningkatkan jumlah konsumen.

2. Tingkat Penjualan dan Profitabilitas

Setiap langkah-langkah yang diambil oleh suatu usaha akan menimbulkan dampak atau akibat yang diperoleh dari suatu tindakan, baik ataupun tidak baik. Berdasarkan wawancara dengan yang dilakukan dengan informan UMKM Kue Manco Rahayu bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan profitabilitas usaha karena Labelisasi Halal membantu Kue Manco memasuki wilayah pasar minimarket, yang secara tidak langsung berdampak terhadap penjualan dan profit usaha. Sehingga bisa dikatakan Labelisasi Halal menjadi salah satu strategi UMKM Kue Manco Rahayu untuk menarik minat konsumen. Tetapi disisi lain keberhasilan peningkatan penjualan dan profitabilitas tidak keseluruhan disebabkan oleh keberadaan Labelisasi Halal, terdapat

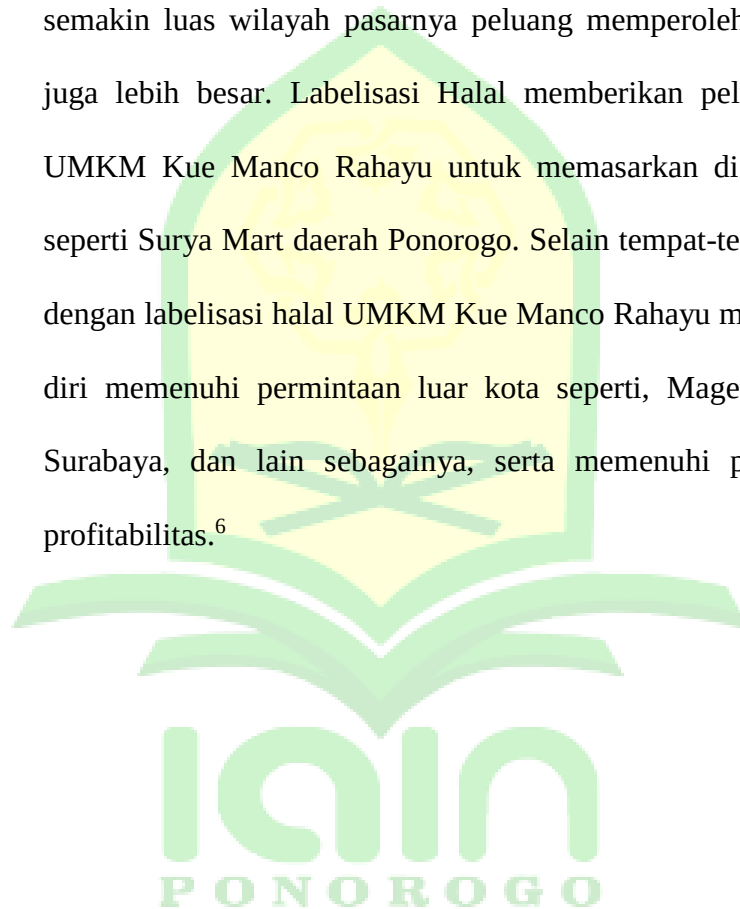
⁵ Risna, Hamid, dan Salju, "Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo."

peran strategi lain yang membantu peningkatan penjualan dan profitabilitas usaha, yaitu menggunakan sistem penjualan dengan jemput bola. Artinya UMKM Kue Manco Rahayu menawarkan produknya dengan mendatangi konsumen secara langsung untuk memperkenalkan produknya, tetapi konsumen yang dituju disini bukan perorangan melainkan toko-toko yang dirasa mampu untuk menjualkan produk Kue Manco Rahayu. Sistem jemput bola diperlukan mengingat bahwa pesaing mereka tidak hanya satu atau dua produsen tetapi lebih banyak, di samping itu mode pemasaran mereka juga masih mengandalkan cara tradisional pada umumnya, belum menggunakan cara modern dengan menawarkan melalui *platform* khusus yang sekarang banyak digunakan. Sehingga UMKM Kue Manco Rahayu memanfaatkan betul cara lama untuk memikat pelanggan dan menguasai pasar. UMKM Kue Manco Rahayu memadukan beberapa strategi untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

3. Wilayah Penjualan

Wilayah penjualan merupakan lokasi tertentu yang dikuasai suatu usaha sebagai lokasi memasarkan dan menawarkan produknya. Dalam penentuan wilayah penjualan berdasarkan target pasar yang dituju suatu usaha. Dalam hal ini Labelisasi Halal membantu UMKM memperluas pasarnya dengan memasuki wilayah pasar baru yang sebelumnya belum pernah dimasuki dan

belum terdapat produk manco dari UMKM lain. Wilayah baru yang dimasuki UMKM Kue Manco Rahayu ini tergolong lokasi yang membutuhkan perizinan tertentu untuk bisa masuk, salah satunya perizinan labelisasi halal. Wilayah penjualan tergolong faktor yang berdampak terhadap tingkat penjualan dan profitabilitas usaha karena semakin luas wilayah pasarnya peluang memperoleh keuntungan juga lebih besar. Labelisasi Halal memberikan peluang kepada UMKM Kue Manco Rahayu untuk memasarkan di minimarket, seperti Surya Mart daerah Ponorogo. Selain tempat-tempat khusus, dengan labelisasi halal UMKM Kue Manco Rahayu memberanikan diri memenuhi permintaan luar kota seperti, Magetan, Malang, Surabaya, dan lain sebagainya, serta memenuhi permintaan dan profitabilitas.⁶



⁶ Wahyudi, Wawancara, 19 Mei 2023.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar UMKM Kue Manco Rahayu, Dolopo, Madiun. Sebagai berikut ini:

1. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Labelisasi Halal

Keputusan Labelisasi Halal pada UMKM Kue Manco Rahayu memiliki beberapa faktor yang melatarbelakanginya. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian, yaitu (a) Dorongan sosialisasi dari pihak terkait baik secara formal ataupun nonformal, artinya sosialisasi mengenai pemahaman dan ajakan untuk memiliki Labelisasi Halal pada suatu produk yang dimiliki UMKM diperlukan untuk menguatkan kuantitas kepemilikan Labelisasi Halal (b) Labelisasi Halal pada UMKM Kue Manco Rahayu bertujuan untuk memperluas wilayah pemasaran produknya, sehingga Kue Manco Rahayu bisa didistribusikan di pasar *modern*, seperti minimarket.

2. Dampak Labelisasi Halal dalam Mengembangkan Pangsa Pasar

Labelisasi Halal dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM Kue Manco Rahayu memberikan dampak positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian, yaitu (a) bentuk jaminan produsen

kepada konsumen, (b) meningkatkan jumlah konsumen Kue Manco Rahayu, (c) memperluas wilayah pasar UMKM Kue Manco Rahayu, (e) meningkatkan penjualan dan profitabilitas UMKM Kue Manco Rahayu.

B. Saran

Tahap selanjutnya dari penelitian setelah melakukan pembahasan dan penarikan kesimpulan adalah memberikan beberapa saran, hal tersebut untuk melengkapi penelitian yang telah dilakukan. adapun saran-saran yang diberikan oleh penelitian, sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Kue Manco Rahayu

Hasil penelitian ini diharapkan mampu sebagai masukan dalam mengevaluasi dan memperbaiki langkah-langkah yang telah diambil oleh UMKM, khususnya dalam memaksimalkan kepemilikan Labelisasi Halal dalam mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar. Sehingga akan membantu UMKM mempertahankan pangsa pasar yang ada dan mengembangkannya lagi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan kajian literatur dalam pengembangan penelitian selanjutnya, menambah wawasan pengetahuan, dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu melengkapi penelitian dengan topik yang serumpun untuk pengembangan UMKM selanjutnya.

Diary Muzna Tangke. 2021. "Determinan Eksistensi RUMAH KOSTA Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kota Manado)." *Journal of Maneksi* 10 (2): 223–32.

Nurrahmadani. 2021. "Serangan Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Non Muslim dalam Perspektif Hukum Islam." *Al-Iqtisadiah* 8 (1): 22–27.

Pratiwi, D., and A. N. N. 2020. "Meyakinkan Validitas Data Kualitatif." *Teknologi Pendidikan* 10 (1): 1–10.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009. "Undang-Undang tentang Sistem Perpajakan." *Journal of Modeling* 53 (9): 1689–99.

Wahyuni, D. 2018. "Peran Majelis Ulama Indonesia dalam Mengembangkan Produk Makanan Halal." *Journal of Islamic Education* 3 (2): 10–27.

Wahyuni, D. 2020. "Metode Penelitian Kualitatif." *Pre-print, Digital Library* 10 (1): 1–10.

- Diary Muzna Tangke. 2021. "Determinan Eksistensi RUMAH KOSTA Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Kota Manado)." *Journal of Maneksi* 10 (2): 223–32.
- Nurrahmadani. 2021. "Serangan Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Non Muslim dalam Perspektif Hukum Islam." *Al-Iqtisadiah* 8 (1): 22–27.
- Pratiwi, D., and A. N. N. 2020. "Meyakinkan Validitas Data Kualitatif." *Teknologi Pendidikan* 10 (1): 1–10.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009. "Undang-Undang tentang Sistem Perpajakan." *Journal of Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Wahyuni, D. 2018. "Peran Majelis Ulama Indonesia dalam Mengembangkan Produk Makanan Halal." *Journal of Islamic Education* 3 (2): 10–27.
- Wahyuni, D. 2020. "Metode Penelitian Kualitatif." *Pre-print, Digital Library* 10 (1): 1–10.

- Fanybella Resto di Kota Pekanbaru.” Pekanbaru, Riau: Universitas Islam Riau.
- Fajariana, Dwi Untari dan Dwi Endah. n.d. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram.” *STKIP Panca Sakti: 2018* Volume 2: 272.
- Fitriani, Ajeng Pipit, Aldzu Pazeroma, dan Dwi Rahayu. 2022. “Strategi Pemasaran dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan Umkm Masyarakat.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (2): 32–44.
- Gusrizaldi, Rogi, dan Eka Komalasari. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan.” *Valuta* 2 (2): 286–303.
- Halal, Produk. 2014. “UU No.33 Tahun 2014 (2014).” *UU No.33 Tahun 2014*, no. 1. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>.
- Hartati, Ralang. 2019. “Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal.” *Ayan* 8 (5): 55.
- Helmi, Badrus Soleh, Khoirul Hidayat, dan Muhammad Fakhry. 2019. “Pengaruh Undang Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura.” *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 12 (2): 100–107. <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/article/view/6280>.
- Hendra, Sesario Tri Nur, dan Deny Dwi Hartomo. 2018. “Pengaruh Konsentrasi Dan Pangsa Pasar Terhadap Pengambilan Resiko Bank.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17176>.
- Hidayat, Asep Syarifuddin, dan Mustolih Siradj. 2015. “Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri.” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 15 (2): 199–210. <https://doi.org/10.15408/ajis.v15i2.2864>.
- Hidayat, Lukman, dan Suhandi Halim. 2013. “Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1 (2): 159–68. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif. 2020. “Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam).” *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam* 11 (2): 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>.
- Hosanna, Melissa Aulia, dan Susanti Adi Nugroho. 2018. “Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan.” *Jurnal Hukum Adigama* 1 (1): 511. <https://doi.org/10.24912/adigama.v1i1.2155>.

- Husna Ni'matul Ulya, Ravina Putri Agustin. 2022. "Penguatan Umkm Melalui Pembuatan Merek Dagang Dan Label." *Amaluna* 1 (1): 58–70.
- Indah Rohmatillah. 2022. "Analisis Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, dan Pengembangan Usaha." Jember: Pasca Sarjana UIN KH. Achmad Siddiq Jember.
- Indonesia, Kementerian Agama Republik. "Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022, Bagaimana Label Sebelumnya?" <https://kemenag.go.id/pers-rilis/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya-amw1aa>.
- Indonesia, Presiden Republik. 1999. "UU No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen." *UU no 8 tahun 1999 perlindungan konsumen*, 1–6. <https://jdih.go.id/search/pusat/detail/832971>.
- Kalbarini, Rahmah Yulisa. 2022. "Label Halal dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak." *Halal Research Journal* 2 (1): 26–35. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.226>.
- Khoirunnisa', Yeni. 2021. "Strategi Pemasaran dalam Penggunaan Label Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Home Industri." Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Kurnia, Wanda. 2019. "Implementasi Data Mining Dengan Algoritma Nearest Neighbor Untuk Penentuan Kelayakan Area Pemasaran Baru Produk Baygon Pada PT. SRB Cabang Kabanjahe." *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 6 (1): 37–44. <https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/1296>.
- Lestari, TR. 2017. "Konsep Konsumen." *Universitas Medan Area*, no. 2001: 10–28.
- Malau, Parningotan, dan Irene Svinarky. 2020. "Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen." *JUSTITIA : Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 7 (3): 547–59.
- Mashuri, Mashuri, dan Ninik Mardianis. 2020. "Pengaruh Jumlah Pelanggan Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Kota Bengkalis." *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 4 (1): 83–94. <https://doi.org/10.46367/jas.v4i1.220>.
- Mattupuang, Andi Adhlu. 2018. "Peran Sertifikat Halal pada Usaha Rumah Makan di Kota Makassar." Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Mohyi, Wahyu Hidayat Riyanto dan Achmad. 2020. *Metodologi Penelitian*

Ekonomi. Malang: UMMPress.

- Munshihah, M. Riyan Hidayat dan Aty. 2021. "Makanan Sehat dan Halal dalam Al-Qur'an (Studi Analisis dalam Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nur T.M Hasbi Ash-Shiddieqy)" 3 (2): 161–76.
- Nahromi, Ramlan dan. 2014. "Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen" No 1: 14.
- Nugrahani, Farida. 2008. "Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa" 1 (1): 305. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.
- Nur, Fatimah. 2014. "Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim" 01 (33): 139.
- Nurpaika. 2019. "Labelitas Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim di Kec. Belopa Utara Kab. Luwu." Palopo: IAIN Palopo.
- Pane, Ridwan Muhammad. 2017. "Analisis Perilaku Konsumen atas Penerapan Labelisasi Halal dalam Suatu Produk (Studi Kasus UD. Sariwangi Tangerang)." *Jurnal Mozaik* 9 (2): 142–50.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2014. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." *Undang – Undang Republik Indonesia*, no. 1: 1–40.
- Purnama, Husna, Maristiana Ayu, dan Astri Ratna Sari. 2020. "Strategi Ekspansi Sales Territory Management Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Penjualan Studi Kasus Pada Pt. Karya Anugerah Jaya Cabang Lampung." *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)* 4 (4): 45–54. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i4.1065>.
- Putri, Nabilah. 2019. "MODEL SALES TERRITORY MANAGEMENT SEBAGAI BENTUK STRATEGI PEMASARAN (Studi Kasus Partner Trip Kota Malang)."
- Qardhawi, Yusuf. "Halal dan Haram dalam Islam."
- Rahardjo, Mudjia. n.d. "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," 1–4. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Rachmawati, Rina. 2011. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap

- Peningkatan Penjualan.” *Jurnal Kompetensi Teknik* 2 (2): 143–50.
- Rido, Muhammad, dan Abdul Hadi Sukmana. 2021. “Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm.” *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)* 2 (2): 129–42. <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.
- Rijali, Ahmad. 2019. “Analisis Data Kualitatif.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17 (33): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rina Rahmawati. 2017. “Kehalalan Produk Makanan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Bagi Umat Muslim,” 66. [https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2152/1/Rina Rahmawati - 1297059.pdf](https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2152/1/Rina_Rahmawati_1297059.pdf).
- Risna, Risna, Rahmad Solling Hamid, dan Salju Salju. 2020. “Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4 (1): 82–100. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.258>.
- S.indonesia. 2017. “Jaminan Produk Halal di Indonesia.” *Jurnal Legislasi Indonesia* 14 (1): 99–108.
- Sadli, M. 2020. “Prospek Sertifikasi Halal Produk Mak Denok Dan Keputusan Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus UMKM Mak Denok Desa Serdang Jaya Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat).” Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Saifudin, S, A Abrori, dan B Bahrudin. 2022. “Sumbangsih Sertifikat Halal Dalam Kontribusi Usaha Pada Waroeng Steak and Shake Di Lumajang.” *Al-Mansyur: Jurnal ...* 2 (2): 35–58. <http://ejournal.stainumalang.ac.id/index.php/AlMansyur/article/view/53>.
- Shabrina, Mira. 2015. “Perancangan Visual Brand Rainbow Essence Juice Pada CV. IMNI.CO.ID.” *Repositori Universitas Dinamika Surabaya*, 2015. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2430/>.
- Subakti, Agung Gita, Darwin Tenironama, dan Ari Yuniarso. 2018. “Analisis Persepsi Konsumen.” *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8 (1): 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>.
- Suffah, Roviqotus, dan Akhmad Riduwan. 2016. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5 (2): 1–17.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

- Sunartini, Sri. 2022. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*. NTB: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Sutriani, Elma, dan Rika Octaviani. 2019. "Keabsahan data (Kualitatif)." *INA-Rxiv*, 1–22.
- Suwardi, Ismail. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PENGETERIAN+DASAR+KAJIAN+PENELITIAN&printsec=frontcover.
- Syafitri, Mega Novita, Rania Salsabila, dan Fitri Nur Latifah. 2022. "Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10 (1): 16–42.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>.
- Syaifudin, Muhammad Raihan, dan Fakhrina Fahma. 2022. "Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak." *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 21 (1): 40.
<https://doi.org/10.20961/performa.21.1.52537>.
- Triasih, Dharu, B. Rini Heryanti, dan Doddy Kridasaksana. 2017. "Kajian Tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 18 (2): 214.
<https://doi.org/10.26623/jdsb.v18i2.571>.
- Umbara, Ach. Faqih Supandi dan Bastomi Dani. 2022. "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan)." *Jebi: Jurnal Ekonomidan Bisnis Islam*.
- Umrati. 2020. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffary.
- Undang-Undang Tentang Larangan Praktek monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. 1999. "Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak." *Pemerintah Republik Indonesia*, no. 1: 1–5.
- Wahidmurni. 2017. "Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif." *Ekp*.
- Warto, dan Samsuri. 2020. "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2 (1): 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.

Widyaningrum, Premi Wahyu. n.d. “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Enderson Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo).”

Yeni Khoirunnisa’. n.d. “Strategi Pemasaran dalam Penggunaan Label Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Industri (Studi Kasus Home Industri Aneka Rasa Cap Anggur).”

WAWANCARA

Dita, Wawancara, 11 Maret 2023.

Lasemi, Wawancara, 14 Maret 2023.

Lasemi, Wawancara, 7 Februari 2023.

Lasemi, Wawancara, 8 Maret 2023.

Muji, Wawancara, 11 Maret 2023.

Puji, Wawancara, 11 Maret 2023.

Wahyudi, Wawancara, 8 Februari 2023.

Wahyudi, Wawancara, 8 Maret 2023.

