

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kata Halal akan menjadi penting dalam pengembangan dan pemasaran usaha di Indonesia. Karena saat ini Masyarakat di Indonesia sangat memperhatikan Label Halal yang terdapat pada suatu produk yang akan dikonsumsi. Indonesia menjadi negara yang memiliki populasi umat muslim terbanyak di Dunia sebanyak 240,62 Juta jiwa. Dengan mengkonsumsi dan menggunakan produk yang telah memiliki Label Halal umat muslim di Indonesia menjadi yakin bahwa dengan mengkonsumsinya akan menjadi sehat dan berkah, hal ini merupakan salah satu bentuk dari kesadaran halal.¹

Tetapi, sampai saat ini masih banyak produk-produk yang belum memiliki Label Halal. Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran halal bagi para pengusaha UKM. Sementara itu, menariknya Umat Muslim tetap tertarik untuk memperoleh barang tersebut.

Regulasi aturan produk halal telah ada namun tidak dipungkiri masih belum memasyarakat secara luas, sehingga masyarakat masih bingung untuk mendapatkan produk yang benar-benar terjamin kehalalannya. Hal ini karena tidak sedikit produk-produk yang mencampurkan tanda halal secara ilegal, pengolahan pangan dan non pangan, status kehalalan dari produk-produk

¹ Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). (2020)"

yang berada di pasaran menjadi sangat rawan, disebabkan proses pengolahan menjadi sangat kompleks dan melibatkan banyak pihak serta pelaku usaha yang lain. Proses produksi di industri akan melibatkan berbagai ingredient, baik bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong, yang sering didatangkan dari supplier lain.²

Dari sudut pandang agama Islam, konsep halal menjadi sangat penting bagi umat muslim. Halal merujuk pada sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan dalam agama Islam. Produk yang dapat dikategorikan sebagai halal adalah produk yang memenuhi persyaratan kehalalan sesuai ajaran agama Islam, yaitu : (1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. (2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. (3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam (4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang sudah diatur menurut syariat Islam. (5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.³

² Ilyas, "Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat.", Al-Qadau Volume 4 Nomor 2 (Desember 2017).

³ "Aditya Tamara, Skripsi : 'Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal' (Lampung : Uin Raden Intan Lampung : 2020), Hal 7."

Memenuhi kebutuhan makanan adalah suatu hal yang penting bagi manusia agar dapat menjalani kehidupan sehari-hari dengan lancar. Adanya variasi dalam jenis kelamin, usia, pekerjaan, keadaan, dan faktor lainnya menyebabkan perbedaan dalam kebutuhan makanan setiap individu. Tidak bisa disangkal bahwa kehidupan kita selalu melibatkan pemenuhan kebutuhan nutrisi. Karena itu, banyak perusahaan atau produsen berusaha memenuhi permintaan makanan tersebut dengan mengembangkan variasi produk dan melakukan inovasi. Produk ini diperbarui dengan harapan untuk memenangkan kepercayaan dari konsumen yang diharapkan akan memilihnya. produknya tetap diproduksi secara berkelanjutan.

Konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih produk yang mereka inginkan. Makanan yang dianggap sebagai yang paling memuaskan kebutuhan seseorang. Satu contoh adalah kepuasan yang terjadi ketika kita merasa damai saat mengonsumsi makanan yang benar-benar terjamin bahan dan kehalalannya. Pentingnya kepastian halal dalam makanan sering menjadi topik yang dibahas dan mendesak di kalangan masyarakat Indonesia. banyaknya yang lebih besar Sebagian besar populasi di Indonesia beragama Islam. Secara substansial, prinsip makanan yang halal dan berkualitas tidak hanya berlaku bagi orang-orang beragama Islam, melainkan juga untuk semua individu dan bagi masyarakat secara umum⁴.

⁴ “Nurrahmi Hayani, ‘Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah tangga Muslim Di Pekanbaru, Jurnal Al- Amwal Vol. 8, No. 1, (Juni 2019).”

Melihat peristiwa yang terjadi, Indonesia mulai mengambil langkah yang lebih banyak untuk memulai proses sertifikasi halal. Dimulai dari berbagai jenis makanan dan minuman hingga merambah ke berbagai jenis produk lainnya seperti obat-obatan dan berbagai varian produk kecantikan atau kosmetik. Selain itu, pengawasan terhadap berbagai produk yang dikonsumsi, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun yang diimpor, selalu dilakukan untuk memastikan bahwa produk tersebut telah mendapatkan sertifikasi halal.

Faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu, pertama, faktor internal. Yaitu faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan, pada umumnya faktor internal adalah : Kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, Kebijakan harga dan promosi yang digariskan perusahaan, kebijakan untuk memilih perantara yang digunakan. Kedua, faktor eksternal, yaitu faktor yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan adalah: Perkembangan ekonomi perdagangan baik nasional maupun moneter, Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter,. Suasana persaingan pasar.

Akhir-akhir ini Sentra Halal Soto Ayam Tamanan menjadi perhatian publik dikarenakan *support* dari pemerintah untuk melakukan Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti sangat tertarik untuk mengambil judul “ Analisis Sertifikasi Halal Dan Rebranding Produk dalam

meningkatkan penjualan pada Sentra Halal Kuliner Soto Ayam Tamanan Kediri “

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Analisis Sertifikasi Halal dalam peningkatan penjualan pada Sentra Halal Soto Ayam Tamanan Kediri?
2. Bagaimana Analisis Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan pada Sentra Halal Soto Ayam Tamanan Kediri ?
3. Bagaimana Dampak Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan pada Sentra Halal Soto Ayam Tamanan Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan Analisis dampak Sertifikasi Halal dalam peningkatan penjualan pada Halal Sentra Soto Ayam Tamanan Kediri.
2. Untuk menjelaskan Analisis dampak Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan pada Halal Sentra Soto Ayam Tamanan Kediri
3. Untuk menjelaskan Dampak Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan pada Halal Sentra Soto Ayam Tamanan Kediri

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi penelitian dan memberikan sumbangan ilmiah dalam

menganalisis Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan tentang Analisis Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk dalam peningkatan penjualan dalam peningkatan penjualan pada Halal Sentra Soto Ayam Tamanan Kediri
- b. Bagi Akademisi Harapan kedepannya dari penelitian ini adalah dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain untuk membahas Analisis Sertifikasi Halal dan Rebranding Produk dalam peningkatan penjualan dalam peningkatan penjualan pada Halal Sentra Soto Ayam Tamanan Kediri
- c. Bagi Paguyuban Halal Centre Soto Ayam Tamanan Kediri Penelitian ini diharapkan dapat membantu Paguyuban Halal Centre Soto Ayam Tamanan Kediri Analisis Sertifikasi Halal dan Analisis Rebranding Produk dalam meningkatkan penjualan.

E. Definisi Operasional

1. Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari Majelis Ulama Indonesia, sehingga produsen yang telah mendaftarkan produknya makanannya ke lembaga ini serta lulus uji kehalalannya maka

diperbolehkan untuk memakai label halal dalam produk kemasan tersebut. Artinya Halal Bawa keberkahan proses serta zat yang terkandung di dalam makanan tersebut telah terhindar dari hal hal yang dilarang oleh syariat. Sehingga dapat dikonsumsi dengan baik oleh umat muslim. Maka apabila terdapat suatu produk kemasan yang belum terdapat labelisasi kehalalan, secara otomatis diragukan kehalalannya dan umat Islam dapat berhati-hati dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut.⁵

Bertujuan untuk memberikan jaminan hukum mengenai legalitas suatu produk agar bisa memberikan ketenangan batin bagi para konsumennya.⁶

Sertifikat halal berfungsi sebagai bentuk perlindungan pengguna yang beragam dari berbagai jenis makanan hal yang dianggap tidak pantas menurut hukum Islam.⁷

Indikator Sertifikasi Halal yaitu pemahaman tentang logo halal, pemilihan produk halal sesuai lembaga yang berstatus legal, pemilihan produk berdasarkan logo halal, pengetahuan mengenai perbedaan logo

⁵ Muhammad Fahmul Iltiham, M.H, Muhammad Nizar, M.Ei, Label Halal Bawa Kebajikan (Pasuruan : Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan,2019) , Hal. 87

⁶ Nukeriana, “Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu”. Qiyas Vol. 3, No. 1, (April 2018)”

⁷ Agus, “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam” Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah” Vol 1, No 1 (2017)

halal dan logo palsu, dan pemahaman produk yang memakai sertifikasi halal dari negara lain⁸.

2. Rebranding Produk

Rebranding merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah total atau memperbaharui sebuah brand yang telah ada agar menjadi lebih baik dengan tidak mengabaikan tujuan awal perusahaan, yaitu berorientasi profit.

Rebranding Produk mengacu pada serangkaian tindakan strategis yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah citra atau identitas suatu produk yang sudah ada. Proses ini biasanya melibatkan beberapa elemen kunci, seperti nama produk, logo, desain kemasan, slogan, atau bahkan target pasar dan strategi pemasaran. Tujuannya adalah untuk memperbarui, menyegarkan, atau mengubah persepsi konsumen terhadap produk tersebut, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan relevansi di pasar.⁹

3. Peningkatan Penjualan

Peningkatan penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Peningkatan penjualan tidak memisahkan secara

⁸ Masruroh and Rafikasari, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung."(2019).

⁹ Endah Nur Fitriyani "Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer.2021,1"." Journal Of Innovation Research And Knowledge, Vol.1 No.4 (September 2021).

tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai.

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Konsep penjualan adalah cara memengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar. Penjualan adalah fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan merupakan sumber pendapatan yang sangat dibutuhkan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen¹⁰.

Peningkatan penjualan merujuk pada serangkaian tindakan strategis dan taktis yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah produk atau jasa yang terjual dalam periode waktu tertentu. Peningkatan penjualan tidak hanya berfokus pada

¹⁰ “Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari, Karyadi, ‘Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung’, Vol. I, No. 2, (Juni 2019).”

kuantitas barang yang terjual, tetapi juga pada nilai penjualan secara keseluruhan.¹¹

F. Penelitian Terdahulu

1. Elsa Fitriana, Yaktiworo Indriani, Begem Viantimala, Peningkatan Penjualan Keripik Pisang Setelah Memperoleh Sertifikat Halal Serta Perilaku Konsumennya Di Kota Bandar Lampung, 2020¹².

Tulisan ini memaparkan bahwasannya Proses sertifikasi halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI Provinsi Lampung pada agro industri keripik pisang memiliki beberapa tahapan yang dilakukan secara online. Mulai dari registrasi secara online melalui web regs.elppommui.org, membayar registrasi, upload dokumen (data perusahaan, dokumen halal, data produk) di cerol, dilakukan audit oleh Tim Audit LPPOM MUI Provinsi Lampung, membayar akad, hasil audit kemudian masuk rapat fatwa. Setelah dinyatakan halal, LPPOM MUI Provinsi Lampung mengeluarkan sertifikat halal pada agroindustri keripik pisang. Peningkatan penjualan yang terjadi setelah agroindustri memperoleh sertifikat halal adalah terjadi peningkatan jumlah produksi dan omzet mencapai 40 persen pada agroindustri KPS, PD. AS, dan KPKK. Saat melakukan keputusan

¹¹ Sope, "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan." Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 1, No. 2, (Oktober 2023)

¹² Fitriana, Indriani, And Viantimala, "Peningkatan Penjualan Keripik Pisang Setelah Memperoleh Sertifikat Halal Serta Perilaku Konsumennya Di Kota Bandar Lampung." Jiia, Volume 8 No 4, (November 2020).

pembelian keripik pisang atribut halal sangat dipertimbangkan oleh konsumen. Setelah melakukan pembelian keripik pisang bersertifikat halal konsumen merasa puas dan mungkin akan melakukan pembelian ulang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dalam segi variable penelitian, jika penelitian ini tidak menggunakan variable perilaku konsumen sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variable perilaku konsumen. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitian peningkatan penjualan setelah memperoleh Sertifikasi Halal.

2. Debbi Nukeriana, Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu, 2018¹³.

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang implementasi sertifikasi halal, faktor pendukung dan penghambat serta peran LPPOM MUI Provinsi Bengkulu dalam menumbuhkan kesadaran konsumen dan produsen pangan terhadap pensertifikasian halal di Kota Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa implementasi sertifikasi halal, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat serta menggali dan menemukan peran LPPOM MUI Provinsi Bengkulu dalam menumbuhkan kesadaran konsumen dan produsen pangan terhadap pensertifikasian halal di Kota Bengkulu.

¹³ Nukeriana, "Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu." Qiyas Vol. 3, No. 1, (April 2018).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi kenyataan di lapangan. Dalam mengumpulkan data yang digunakan adalah wawancara dan studi dokumen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam segi variable penelitian, jika penelitian ini menggunakan kata Analisis sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Implementasi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas objek Sertifikasi Halal pada makanan.

3. Hana Khairunnisa , Deni Lubis , Qoriatul Hasanah. Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal, 2020.

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini bahwa terdapat perubahan omzet sebelum dan sesudah sertifikasi halal yaitu rata-rata omzet sesudah sertifikasi halal lebih besar daripada rata-rata omzet sebelum sertifikasi halal. Namun, para pelaku UMKM juga menghadapi berbagai kendala yang cukup besar dalam proses pengajuan sertifikasi halal, di antaranya adalah biaya yang cukup mahal, pengurusan berkas yang sulit, dan durasi sertifikat halal yang singkat. Oleh karena itu, diharapkan lembaga yang berkaitan dapat mengatasi berbagai kendala tersebut seperti menurunkan biaya sertifikasi halal, mempermudah pengurusan berkas, dan memperpanjang durasi sertifikat halal

sehingga jumlah UMKM yang memiliki sertifikat halal di Kota Bogor dapat terus meningkat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dalam segi metode penelitian, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian metode sampling pendekatan kuantitatif. Persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas objek peningkatan penjualan setelah memiliki Sertifikat Halal¹⁴.

4. Fuji Dwi Rani , Putu Nina Madiawati. Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Rebranding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iconnet Di Bandung. 2022¹⁵.

Hasil dari penelitian ini bahwasannya PT Indonesia Comnet Plus khususnya Iconnet membangun citra merek setelah Rebranding lebih menarik dari brand Stroomnet sebelumnya dengan fokus terhadap visi yang ditetapkan setelah Rebranding dan Pada Variabel Keputusan Pembelian pernyataan dengan nilai terendah adalah pernyataan “Harga Iconnet bandung lebih murah dari pesaing”.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dalam segi Metode penelitian, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian metode sampling

¹⁴ Khairunnisa, Lubis, and Hasanah, “Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal.” (AL-MUZARA’AH Vol. 8 No. 2, 2020)

¹⁵ Rani And Madiawati, “Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Rebranding Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Iconnet Di Bandung.”(Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsirasi Dan Pelayanan Publik, Vol 9 Nomor 2, 2022)

pendekatan kuantitatif. . Persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas objek peningkatan penjualan setelah rebranding produk.

5. Kharisma Faizatul Milla, Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Pencantuman Label Halal Olahan Makanan Di Desa Ngunut Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo (Studi Kasus Di Industri Mira Dan K.A.W. Berdikari),2020¹⁶.

Penelitian ini memaparkan bahwasannya pada tahun 2017 MIRA kembali membuat terobosan baru dengan mengeluarkan produk berupa aneka snack diantaranya donat ladu, krupuk tengiri, kripik usus, kripik cekeer bebek. Akan tetapi, beragam snack ini merupakan hasil rebranding ulang dari produksi yang berada di Mojokerto. Alasan melakukan produk baru dengan cara rebranding ulang produksi orang lain adalah semakin banyaknya permintaan dari konsumen dan juga untuk mempersingkat waktu tetapi tetap bisa memberikan produk baru. Dengan rebranding produk harapan kedepannya bisa meningkatkan penjualannya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dalam segi variable , dalam penelitian ini tidak menggunakan variable Tinjauan Sosiologi hukum sedangkan penelitian terdahulu menggunakan variable tersebut. Persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas objek peningkatan penjualan setelah rebranding produk.\

¹⁶ “Kharisma Faizatul Milla, Skripsi :Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Pencantuman Label Halal Olahan Makanan Di Desa Ngunut Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo (Studi Kasus Di Industri Mira Dan K.A.W. Berdikari).”(Ponorogo : IAIN Ponorogo : 2020) hal. 25

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan yang penulis gunakan dalam skripsi ini sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, yang membahas tentang, a) konteks penelitian, b) fokus penelitian, c) tujuan penelitian, d) kegunaan penelitian, e) definisi operasional, dan f) Penelitian Terdahulu, g) sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka, yang membahas tentang: a) Sertifikasi Halal, b) Rebranding Produk, c) Peningkatan Penjualan.

BAB III: Metode Penelitian, yang membahas tentang: a) jenis dan pendekatan penelitian, b) kehadiran peneliti, c) lokasi penelitian, d) sumber data, e) prosedur pengumpulan data, f) teknik analisis data, g) pengecekan keabsahan data, dan h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Hasil penelitian dan pembahasan, yang membahas tentang: a) setting penelitian b) paparan data dan temuan penelitian, c) pembahasan penelitian.

BAB V: Penutup, yang membahas tentang: a) kesimpulan dan b) saran-saran.

