

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sertifikasi Halal *Self Declare*

2.1.1 Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum Nasional di Indonesia mempunyai kedudukan yang sentral karena sudah menjadi regulasi dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, Fatwa halal yang dihasilkan oleh MUI ditaati dan dipatuhi oleh pemerintah dan umat Islam. Pemerintah mematuhi seperti tercermin dalam peraturan perundang-undangan yang ada.

Sertifikasi Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk. Menurut Hasan (2002) mengemukakan sertifikasi halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI Pusat atau Provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Sertifikasi halal dibutuhkan untuk mengetahui validitas produk yang diolah, dikemas, dan diproduksi. Konsumen mungkin membutuhkan produk yang mengandung unsur tertentu, atau menghindari produk dengan unsur tertentu pula.

Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetik, dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH). Jadi, proses legalitas halal tidak hanya sampai pada mendapatkan sertifikat halal. Proses produksi yang

berjalan juga mesti sesuai dengan ketentuan dari MUI. Pengusaha juga wajib memperpanjang sertifikasi jika sudah habis masa berlakunya.

Sertifikasi halal dibutuhkan untuk mengetahui validitas produk yang diolah, dikemas, dan diproduksi. Konsumen mungkin membutuhkan produk yang mengandung unsur tertentu, atau menghindari produk dengan unsur tertentu pula.

Manfaat sertifikasi halal bagi konsumen antara lain sebagai berikut:

- a. Terlindunginya konsumen muslim dari mengonsumsi pangan, obat-obatan, dan kosmetika yang tidak halal
- b. Secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang
- c. Mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram
- d. Sertifikasi halal juga akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum terhadap konsumen

Sedangkan bagi pelaku usaha, sertifikat halal mempunyai peran penting, yakni:

- a. Sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim
- b. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen
- c. Meningkatkan citra dan daya saing perusahaan
- d. Sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area jaringan pemasaran
- e. Memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi dan penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami sertifikasi halal adalah sertifikat yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sertifikasi halal berlaku selama 4 tahun, dikeluarkan MUI dengan pengesahan Kementerian Agama.

2.1.2 Urgensi Prinsip Halal dalam hukum Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, hak konsumen untuk mendapatkan produk yang halal secara eksplisit telah tercantum pada Pasal 8 Ayat (1) huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), bahwa adanya larangan bagi produsen untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti aturan proses produksi halal yang produksinya telah mencantumkan pernyataan halal pada labelnya. Pengaturan ini dapat dipahami bahwa apabila pelaku usaha mencantumkan label halal pada produknya, maka pelaku usaha wajib melakukan proses produksi secara halal. Memang, pada ketentuan yang tercantum pada UU PK tersebut masih kurang kuat dalam melindungi konsumen muslim, sehingga dibuatlah aturan lain sebagai representasi tanggung jawab negara kepada umat Islam dalam rangka melindungi segenap masyarakatnya untuk dapat mengonsumsi produk sebagaimana yang yang disyariatkan, yaitu dengan disahkannya UU JPH.

Penciptaan manusia pada fitrahnya merupakan sebuah keuntuhan yang seimbang antara unsur jasmani dan rohani, yang dari unsur tersebut menjadikan sebuah kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan yang seimbang tersebut dalam rangka menggapai tujuan penciptaannya, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat (*falāh*).³² Salah satu tujuan penciptaan manusia adalah menjaga amanat, baik menjaga amanat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* maupun juga amanat manusia. Tujuan tersebut berupa kesanggupan manusia untuk menanggung beban *taklif* yang Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* berikan dengan memelihara amanat tersebut dan selalu mematuhi aturannya, hal ini pula yang menjadikan keharusan manusia untuk menjalankan perintah Tuhan untuk mencari rezeki dan mengonsumsi makanan dan minuman halal serta menjauhkan diri dari mengonsumsi yang haram.

Mencari rezeki yang halal juga merupakan perintah Allah. Hal ini menandai bahwa perintah Tuhan terkait halal haram bukan hanya merupakan kewajiban konsumen, tetapi juga merupakan kewajiban produsen untuk menyediakan produk yang halal. Artinya, dengan membeli barang dan/atau jasa seorang produsen, maka secara otomatis keberadaannya sebagai

konsumen yang dalam hukum Islam harus dilindungi, di mana salah satu di antara kewajiban produsen adalah menjamin konsumen untuk mendapatkan produk barang dan/atau jasa yang halal.

Larangan Tuhan yang dengan tegas mengharamkan mengonsumsi barang dan/atau jasa yang halal bagi umat muslim bukan tanpa sebab, melainkan ada hal yang terkandung di dalamnya selain dari pada sekadar perintah. Terlebih dari pada itu, dijelaskan pula mengapa sesuatu itu diharamkan, meskipun ada manfaat yang terkandung dalam makanan dan minuman haram, tetapi lebih banyak keburukan yang akan didapatkan, bahkan terkandung dosa yang besar.

Kajian terkait makanan dan minuman yang haram telah membuktikan bahwa mengonsumsi makanan dan minuman yang haram akan berdampak pada kesehatan. Salah satu penelitian yang membuktikan hal tersebut adalah terkait kandungan berbahaya pada babi yang didapati berisiko tinggi parasit *trichinella spiralis* atau *roundworm* yang dapat menimbulkan gangguan pernafasan, otot-otot, gangguan menelan, radang otak (*ensefalitis*), pembesaran kelenjar limfe, hingga radang selaput otak (*meningitis*); kemudian *taenia solium* atau *tapeworm* yang dapat menyebabkan gangguan pencernaan, konstipasi dan *diare* dan *clonorchis sinensis* yang menyebabkan penyakit klonorkiasis; serta parasit lain yang disinyalir dapat menjadi sumber penyakit yang berbahaya bagi tubuh manusia.

2.1.3 Sertifikasi Produk Halal *Self Declare*

Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Selanjutnya, proses produk halal adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dijelaskan bahwa, “produk Halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.”

Pada Pasal 1 Keputusan Menteri Agama Nomor 518 Tahun 2001

tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan pangan Nasional, sebagaimana dikutip oleh Sofyan Hasan (2014), dijelaskan bahwa produk halal adalah produk yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Menurut definisi LPPOM MUI sebagaimana dikutip oleh Sofyan Hasan, produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam. Produk itu tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi, serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan. Untuk daging sebagai bahan baku, juga yang digunakan harus berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.

Secara umum ada tiga kategori makanan yang dikonsumsi manusia, yaitu nabati, hewani dan produk olahan, dengan uraian sebagai berikut:

- a. Makanan dengan bahan nabati secara keseluruhan adalah halal, maka dapat dikonsumsi kecuali yang mengandung racun, bernajis, dan/atau memabukkan.
- b. Makanan dengan bahan hewani terbagi menjadi dua, yaitu yang pertama adalah hewan laut yang secara keseluruhan boleh dikonsumsi, sedangkan yang kedua adalah hewan darat yang hanya sebagian kecil tidak boleh dikonsumsi.
- c. Makanan dari produk olahan dengan kehalalan atau keharaman makanan tergantung dari bahan baku, tambahan, dan/atau penolong serta proses produksinya.

Produk makanan halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam, yakni:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan,

dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya. jika pernah digunakan untuk babi dan/atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara syariat Islam.

- e. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung unsur khamar. Secara umum makanan dan minuman yang haram terdiri dari binatang, tumbuh-tumbuhan adalah sebagai berikut:
 - a. Binatang : bangkai, darah, babi, dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah. Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati karena tercekik, terbentur, jatuh tertanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala, kecuali ikan dan belalang boleh dikonsumsi tanpa disembelih. Binatang yang dipandang jijik atau kotor menurut naluri manusia. Binatang dan burung buas yang bertaring dan memiliki cakar, binatang-binatang yang oleh ajaran Islam diperintahkan membunuhnya seperti ular, gagak, tikus, anjing galak, dan burung elang dan sejenisnya, binatang-binatang yang dilarang membunuhnya seperti semut, lebah, burung hudhud, belatuk, hewan yang hidup di dua jenis alam seperti kodok, penyu dan buaya.
 - b. Tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, dan buah-buahan boleh dimakan kecuali yang mendatangkan bahaya atau memabukan baik secara langsung maupun melalui proses. Maka semua jenis tumbuh-tumbuhan yang mengandung racun atau yang memabukan haram dimakan.
 - c. Semua jenis minuman adalah halal kecuali minuman yang memabukan seperti arak dan yang dicampur dengan benda- benda najis, baik sedikit maupun banyak.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor Tahun 2021 Pasal 6, tentang Penyelenggaraan bidang jaminan produk halal antara lain menyebutkan (1) Lokasi, tempat, dan alat proses produk halal PPH wajib dipisahkan dengan lokasi, tempat, dan alat proses Produk tidak halal. (2) Lokasi, tempat, dan alat PPH sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib:

- a. dijaga kebersihan dan higienitasnya;
- b. bebas dari najis; dan
- c. bebas dari bahan tidak halal.

(3) Lokasi yang wajib dipisahkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yakni lokasi penyembelihan. (4) Tempat dan alat PPH yang wajib dipisahkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi tempat dan alat:

- a. penyembelihan;
- b. pengolahan;
- c. penyimpanan;
- d. pengemasan;
- e. pendistribusian;
- f. penjualan; dan
- g. penyajian.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kriteria produk halal pada intinya meliputi makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik yang tidak mengandung unsur yang diharamkan dalam agama Islam seperti bangkai, darah, babi, hewan yang disembelih dengan nama selain Allah, maupun arak yang dicampur dengan benda-benda najis.

2.1.4 Sertifikasi Produk Halal *Self Declare*

Lahirnya Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2014 tentang jaminan Produk Halal (UU JPH), membawa beberapa perubahan, khususnya terkait kelembagaan penyelenggaraan sertifikasi halal. Dalam pelaksanaan UU tersebut, maka dibentuklah BPJPH yang bekerjasama dengan lembaga lain seperti Kementerian, LPH dan MUI. Sejak tahun 2014, beberapa produk regulasi terkait jaminan halal, di antaranya adalah:

Produk regulasi terkait sertifikasi halal dari tahun 2014 yang dalam pelaksanaannya terdapat beberapa isu penting yang menjadi perhatian masyarakat, salah satunya adalah kewajiban sertifikasi halal yang didasarkan oleh deklarasi secara mandiri oleh pelaku UMK, sehingga dalam hal ini pelaku usaha mengacu pada standar yang ditetapkan BPJPH.

Terkait halal *self declare* sebagaimana tercantum pada UU Ciptaker Pasal 48 terkait adanya perubahan pada UU JPH, yaitu disisipkannya Pasal

4A di antara Pasal 4 dan Pasal 5 bahwa adanya kewajiban sertifikasi halal khusus pelaku UMK didasari oleh deklarasi mandiri pelaku UMK tersebut dengan mengacu pada standar halal dari BPJPH. Sehingga dapat dijelaskan bahwa dalam pelaksanaan Pasal tersebut, halal *self declare* harus mengacu pada standar yang ditetapkan BPJPH, sehingga dengan demikian masyarakat khususnya masyarakat muslim dapat mempercayakan jaminan ketatnya sertifikasi halal sebagaimana yang telah diatur sebelumnya yang membuat masyarakat tetap merasa aman. Adapun pengaturan lebih mendetail terkait hal tersebut, terdapat pada pengaturan turunannya, yaitu Pasal 79 Ayat (2) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, sebagai berikut:

“(2) Pelaku Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud Ayat (1) merupakan usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih atau memiliki hasil penjualan tahunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan kriteria:

- a. Produk tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya; dan
- b. Proses produksi yang dipastikan kehalalannya dan sederhana

Kemudian di ayat ke (3) Pasal tersebut dijelaskan bahwa pernyataan pelaku usaha tersebut didasari atau merujuk kepada standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH. Adapun standar halal yang dimaksud adalah paling sedikit terdiri dari:

- a. Pernyataan pelaku usaha berupa akad atau ikrar yang mencakup kehalalan produk dan bahan yang digunakan, serta adanya PPH (Proses Produk Halal); dan
- b. Terdapat pendampingan PPH, yang pada ketentuannya, pendamping PPH dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan (Ormas) Islam atau lembaga keuangan Islam yang berbadan hukum dan/atau perguruan tinggi. Ketika pelaku UMK mengajukan *self declare* (berupa pengajuan ikrar/akad), tugas pendamping adalah sebagai pemberi jaminan atau sebagai saksi yang dapat memperkuat bahwa pernyataan pelaku UMK tersebut telah benar dan memenuhi persyaratan.

Dalam kebijakan halal *self declare* bagi UMK memang lebih berorientasi pada kemudahan berbisnis bagi pelaku UMK, sedangkan pemerintah mengambil peran dalam melindungi masyarakat yang membutuhkan kejelasan kehalalan produk. di Indonesia dalam aturan tersebut tidak digambarkan dengan jelas meskipun ada aturan turunan lainnya bahwa deklarasi halal tersebut tidak serta merta dapat dilaksanakan tanpa adanya pengawasan dari lembaga terkait, sehingga hal inilah yang dalam pendekatan masalah sejalan dengan tujuan syar'i yang lima dan dalam rangka mencapai kemaslahatan dan menghilangkan/menolak kemudharatan, maka dalam penerapannya peran produsen dalam rangka melindungi umat.

2.2 Penjualan Produk Pelaku UMKM

2.2.1 Pengertian Penjualan Produk

Penjualan produk adalah hasil penjualan yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan melalui jumlah produk atau merek suatu perusahaan yang terjual dalam jangka waktu tertentu. Tingkat penjualan juga merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Tingkat penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya jika volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan menanamkan dapat sebagian dari dananya dalam modal kerja karena modal kerja diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional yang bertumpu pada penjualan.

Aktivitas penjualan memegang peranan yang sangat penting, karena jika penjualan berhasil maka tujuan perusahaan untuk mencapai penjualan yang maksimal juga otomatis tercapai. Dalam kegiatan pemasaran yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu laba. Promosi berfungsi untuk meningkatkan

volume penjualan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli untuk melakukan pertukaran. Sedangkan penjualan adalah pemindahan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual. Pada umumnya perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan untuk mengadakan kegiatan promosi melalui iklan, personal selling, dan publisitas. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Kevin Keller (2012) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah:

- 1) Kualitas produk. Kualitas produk sering sekali diperhatikan oleh para konsumen, tidak jarang konsumen lebih memilih mengeluarkan uang lebih demi mendapatkan barang dengan kualitas baik.
- 2) Harga. Harga merupakan hal pertama yang diperhatikan konsumen selain kualitas produk. Harga sangat berperan dalam meningkatkan volume penjualan.
- 3) Promosi. Adanya promosi seperti memberikan potongan harga seringkali mengundang para konsumen untuk membeli produk yang member promo tersebut. Tidak bisa dipungkiri barang yang memberikan promosi seperti pemotongan harga atau promo yang gencar lainnya lebih menarik perhatian pembeli.
- 4) Distribusi. Distribusi atau memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen tentu sangat mempengaruhi peningkatan volume penjualan, dibutuhkan distribusi yang cepat dan tepat agar konsumen bisa membeli barang yang diinginkannya dari produsen.
- 5) Kualitas Sumber Daya Manusia (Pendidikan dan Pelatihan). Dalam rekrutmen pegawai, harus ditetapkan kriteria khusus seperti kemauan untuk bekerja keras, memiliki komitmen untuk memajukan usaha dan menjunjung tinggi profesional kerja. Dalam meningkatkan kualitas

sumber daya manusia tentunya membutuhkan pendidikan dan pelatihan.

Media promosi yang dilakukan produk barang gunaannya adalah dengan memberikan sosialisasi informasi melalui media sosial, reklame, poster, media elektronik, dan media promosi lainnya bahwa produk gunaannya sudah mendapatkan sertifikat halal dengan salah satu bukti adalah mencantumkan logo halal pada produk barang gunaannya, sehingga dapat meyakinkan pelanggan dalam membeli produk. Selain menjalankan strategi pemasaran 4P pada produk barang gunaannya dalam melakukan pemasaran juga mengedepankan sifat-sifat yang sesuai dengan pemasaran yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu (Dahlan, 1996):

1. Shidiq (benar dan jujur). Kejujuran yang dimaksud dalam penjualan produk barang gunaannya yang disertifikasi halal adalah berupa tampilan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah dan itqan*). Tampilannya dapat berupa: ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (*tidak ditutupi*), melakukan perbaikan secara terus-menerus, menjauhkan diri dari kebohongan dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja, termasuk informasi melalui iklan-iklan di media tulis dan elektronik)
2. Amanah (dapat dipercaya). Kepercayaan menjadi kunci dasar dalam proses pemasaran agar terbentuk integritas dengan pihak konsumen bahwa produk barang gunaannya memang sudah tersertifikasi halal dan dengan adanya komitmen untuk menjaga produk konsisten dalam penerapan sertifikasi halal, sehingga penjualan dengan konsep yang saling percaya dapat meningkatkan daya beli produk barang gunaannya yang sudah tersertifikasi halal.
3. Fathanah (cerdas). Dengan diterapkannya sifat *fathanah* dalam pemasaran produk barang gunaannya yang bersertifikasi halal maka akan menumbuhkan kreatifitas dan inovatif dalam melakukan proses pemasaran sehingga dapat bersaing secara sehat dan mampu meningkatkan penjualan.

4. Tabligh (menyampaikan/komunikatif). Pada saat melakukan proses penjualan harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk barang guna dengan jujur dan tidak berbohong tentang kekurangan produknya (tidak menipu pelanggan). Seorang yang melakukan proses penjualan harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara dengan benar dan bi al- hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kata-kata yang di ucapkan harus berbobot dan tidak menyinggung. Dalam al-Qur'an disebut dengan istilah qaulan sadidan (pembicaraan yang benar dan berbobot).

Strategi pemasaran yang berdasarkan sifat-sifat Nabi Muhammad SAW bertujuan untuk memberikan rasa aman, nyaman, keyakinan, kepercayaan bahwa produk barang guna yang telah diproduksi sudah sesuai dengan syariat islam.

Dari kedua kombinasi strategi pemasaran produk barang guna yaitu strategi marketing mix antara lain Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) dan pemasaran produk barang guna yang mempunyai sifat-sifat sesuai dengan ajaran islam dimana telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu pemasaran yang bersifat Shidiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah dapat memberikan keyakinan dan daya minat produk barang guna yang bersertifikasi halal sehingga produsen produk barang guna yang bersertifikasi halal mengalami peningkatan dalam penjualan produk barang guna yang telah bersertifikasi halal.

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui sejauh mana topik penelitian ini pernah dibahas atau dikaji sebelumnya, maka penulis berupaya menelaah penelitian-penelitian terdahulu. Upaya ini dilakukan agar penulis bisa memposisikan penelitiannya sebagai sebuah kajian baru yang belum diteliti serta untuk menghindari adanya kesamaan atau praktik *plagiarisme*. Dan juga agar penelitian ini mempunyai titik pembeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan Penelitian	Metode
1	Ahmad Muhlisin Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2021	<i>Mandatory</i> Sertifikasi Halal	Pendapat pelaku usaha mikro di Surabaya terhadap regulasi sertifikasi halal bisa dibilang baik. Hal ini ditunjukkan melalui sikap dan harapan mereka terhadap regulasi tersebut. Sikap ini mereka tunjukkan melalui apresiasi dan kesediaan mereka untuk mendaftarkan produknya setelah mengetahui eksistensi regulasi tersebut.	Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif.
2	Istianah & Gemala Dewi Magister Hukum Universitas Indonesia, 2021	Analisis <i>Maṣlahah</i> pada Konsep Halal <i>Self-Declare</i> Sebelum dan <i>Pasca enactment</i> Undang-Undang Cipta Kerja	Kebijakan dalam UU Ciptaker meliputi kemudahan dalam perizinan usaha berikut pengawasannya, juga integrasi di berbagai perizinan. Beberapa di antaranya adalah penyederhanaan sinkronisasi dan	Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis

			<p>pemangkasan regulasi dalam rangka memudahkan pelaku usaha khususnya usaha mikro dan kecil (UMK) dalam perizinan pendirian usahanya serta sertifikasi halal;</p>	
3	<p>Agung Yonanda Pratama Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 2020</p>	<p>Persepsi Pelaku Industri Makanan Terhadap Jaminan Halal</p>	<p>Persepsi Pelaku Industri Makanan Kota Metro terhadap jaminan halal pada produk industri sangat baik atau termasuk ke dalam jenis persepsi positif.</p>	<p>Metode penelitian kualitatif dan termasuk penelitian lapangan (<i>field research</i>).</p>
4	<p>Ahda Segati <i>JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam - Volume 3, Nomor 2, Juli – Desember 2018</i></p>	<p>Pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga Terhadap persepsi peningkatan penjualan</p>	<p>Persepsi sertifikasi halal yang terdapat pada Catering Aqiqah Nurul Hayat mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi peningkatan penjualan perusahaan.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan regresi berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi, dan uji parsial (t) dengan tingkat</p>

				signifikan sebesar 5 persen
5	Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin Kusuma Mawardi, Agus Mahardiyanto Jurnal Al-Qardh, Vol. 6, No.1, Juli 2021, hlm. 67-75	Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali	Persepsi konsumen muslim terhadap sertifikasi halal yang ada pada De Dapoer – Rhadana Hotel Kuta Bali beranggapan atau berpersepsi bahwa sertifikasi halal itu penting. Karena responden mengetahui bahwa untuk menjamin kehalalan suatu produk dengan cara adanya label sertifikasi halal.	Metode penelitian kualitatif dan termasuk penelitian lapangan (<i>field research</i>).
6	M. Imamuddin, Syahrul dan Raymond Dantes <i>Journal of Social Community</i> pada tahun 2020	“Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan oleh Mahasiswa PT KIN se-Sumatera Barat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antarvariabel labelisasi halal dengan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan, hal ini dilihat dari nilai Sig0,025 < 0,05	Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan
7	Muhammad Mahfuz, 2022 Tesis Program	Pengaruh labelisasi halal, kualitas produk	Ada pengaruh secara simultan dari variabel label halal, kualitas	Jumlah responden sebanyak 80 orang. Metode

	Studi Magister Ekonomi Syariah Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Mataram	dan harga terhadap tingkat penjualan produk umkm(usaha mikro kecil menengah) kopi Di Kabupaten Lombok Utara	produk, dan harga terhadap tingkat penjualan produk UMKM Kopi di Kabupaten Lombok Utara.	kuantitatif dengan jenis data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, regresi linier berganda
8	Muryati Sumartin. 2020. Program studi ekonomi syari'ah fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru	Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Amanah Cosmetik Pekanbaru Menurut Ekonomi Syari'ah.	Ada korelasi antara persepsi label halal dengan keputusan pembelian konsumen.	Penelitian menggunakan metode kuantitatif Teknik pengumpulan data wawancara, observasi, angket/kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis analisis regresi linier sederhana.
9	Bernovia Kika Permata 2022	Pengaruh Sertifikasi halal <i>Self Declare</i> Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan Produk Pelaku UMKM	Ada pengaruh / hubungan positif sertifikasi halal dengan persepsi terhadap penjualan produk. Semakin baik sertifikasi halal maka akan semakin baik	Metode kuantitatif Pengumpulan data menggunakan kuesioner Dan analisis data menggunakan

	Di Kota Surakarta	pula persepsi terhadap penjualan produk. Sumbangan variabel sertifikasi halal pada variabel persepsi terhadap penjualan produk sebesar 41,8%, sehingga masih ada 58,2% faktor lain yang mempengaruhi persepsi terhadap penjualan produk selain variabel persepsi terhadap sertifikasi halal.	korelasi <i>product moment</i> Hasil Penelitian menyatakan ada pengaruh / hubungan positif sertifikasi halal dengan persepsi terhadap penjualan produk.
--	----------------------	--	--

Beberapa perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya terutama adalah 1) penelitian sebelumnya belum ada yang mengangkat penelitian dengan tema atau topik *self declare* dikaitkan dengan peningkatan penjualan produk UMKM; 2) pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini lebih khusus penelitian kuantitatif, dengan sampel penelitian para pelaku usaha (UMKM) yang tinggal di wilayah Kota Surakarta.

2.4 Kerangka Berpikir

Dalam upaya menjamin perlindungan dan kepastian hukum produk pangan halal, perlu diselenggarakan suatu penyelenggaraan pangan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil, merata, dan berkelanjutan dengan berdasarkan pada Kedaulatan, Pangan, Kemandirian Pangan, dan Ketahanan Pangan. Pemerintah telah merespon secara positif pentingnya sertifikasi dan

pencantuman tanda atau tulisan halal pada produk (labelisasi halal) melalui beberapa regulasi. Upaya negara dalam menjamin hak dalam mengonsumsi produk halal khususnya pada produk pangan secara detail tercantum pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Namun, sejak disahkannya Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja), beberapa aturan terkait penyederhanaan sinkronisasi dan pemangkasan regulasi dalam rangka memudahkan pelaku usaha khususnya usaha mikro dan kecil (UMK) dalam perizinan pendirian usahanya, kemudahan dalam mendapatkan sertifikasi halal seperti mempersingkat jangka waktu dalam memutuskan kehalalan produk serta aturan lain yang menimbulkan polemik yaitu terkait halal *self declare* pada Pasal 4A Ayat (1) bahwa adanya kebolehan pelaku usaha mikro dan kecil untuk mendeklarasikan kehalalan produknya sendiri yang hal tersebut bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam hal ini, keberpihakan pemerintah kepada pelaku usaha Mikro dan Kecil berpotensi melanggar perlindungan konsumen yang utamanya tertuang pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, artinya bahwa keberpihakan pemerintah terhadap konsumen pada Undang-Undang Cipta Kerja dinilai dikesampingkan.

Kompleksitas sertifikasi halal dianggap perlu mengingat kriteria halal dalam hukum Islam yang mata rantainya adalah “*from farm to fork*”, bahwa penilaian halal itu tidak hanya dilihat dari bahan dan cara pembuatannya saja, tetapi hal lain terkait awal mula proses produk halal (PPH) yakni, pemeriksaan data yang diajukan pelaku usaha, kemudian pemeriksaan proses produksi, penyembelihan (jika barang utamanya adalah daging hewan ternak), laboratorium, bagaimana pengemasannya, penyimpanan, proses pengangkutannya (transportasi), distribusi, pemasaran, penyajian, hingga sampai kepada konsumen. Mengingat jenis usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMK dalam bidang pangan, tidak seluruhnya masuk ke dalam *Halal Positive List of Materials (non critical materials)* atau terdiri dari bahan-bahan yang tidak termasuk dalam kritis kehalalan seperti bahan-bahan yang

didapat dari alam, tetapi banyak di antaranya UMK yang menggunakan bahan utama dari daging, margarin, dan berbagai bahan artifisial yang memiliki kritis tinggi sehingga harus diteliti kembali kehalalannya. Maka dari itu labelisasi halal tidak semata-mata menyangkut terkait perizinan, namun yang lebih fundamental adalah pelaksanaan perintah Tuhan terhadap kepatuhan hukum *syari'at* yang *kaffah*, karena bagi umat muslim, persoalan terkait apa yang masuk ke dalam tubuh berpengaruh langsung terhadap kekhusyuan ibadah dan ketaatan kepada Tuhan.

Produk regulasi terkait sertifikasi halal dari tahun 2014 yang dalam pelaksanaannya terdapat beberapa isu penting yang menjadi perhatian masyarakat, salah satunya adalah kewajiban sertifikasi halal yang didasarkan oleh deklarasi secara mandiri oleh pelaku UMK, sehingga dalam hal ini pelaku usaha mengacu pada standar yang ditetapkan BPJPH. Adapun beberapa perbedaan pelaksanaan sertifikasi halal sebelum dan sesudah UU Ciptaker sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Perbedaan Sertifikasi Halal
Sebelum dan Sesudah UU Cipta Kerja**

No.	Ketentuan sebelum UU Cipta Kerja	Ketentuan setelah UU Cipta Kerja
1	UU JPH Tidak terdapat ketentuan kewajiban sertifikasi halal bagi UMK untuk melakukan halal <i>self declare</i> bagi pelaku usaha mikro dan kecil	Pasal 4A Ayat (1) UU Ciptaker Adanya aturan kewajiban sertifikasi halal berdasarkan pernyataan pelaku usaha khusus pelaku usaha mikro dan kecil
2	Pasal 7 UU JPH Wewenang BPJPH hanya bekerja sama dengan LPH dan MUI	Pasal 7 Ayat (2) UU Ciptaker BPJPH selain bekerja sama dengan LPH dan MUI, dapat juga bekerja sama dengan ormas Islam yang berbadan hukum

3	Pasal 10 UU JPH Kerja sama antara BPJPH dan MUI, yaitu sertifikasi auditor halal, penetapan kehalalan produk dan akreditasi LPH	Perubahan Pasal 10 Ayat (1) dan (2) UU Ciptaker Kerja sama antara MUI dan BPJPH terkait sertifikasi auditor halal dan akreditasi LPH dihilangkan. Jadi, MUI hanya pada penetapan kehalalan produk dan penerbitan “Keputusan Penetapan Halal Produk”
4	Dihilangkan. Jadi, MUI hanya pada penetapan kehalalan produk dan penerbitan “Keputusan Penetapan Halal Produk”	Pasal 31 UU Ciptaker Jangka waktu pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk oleh auditor halal paling lama 15 hari kerja
5	Pasal 41 UU JPH Adanya sanksi administratif berupa teguran lisan, peringatan tertulis, atau pencabutan sertifikasi halal bagi pelaku usaha yang menyematkan logo halal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	Pasal 41 UU Ciptaker Hanya menyebutkan sanksi administratif. PP No. 39 Tahun 2021 Sanksi administratif terhadap pelaku usaha berupa: peringatan tertulis, denda administratif, pencabutan sertifikat halal, dan/atau penarikan dari peredaran.

Di Indonesia, masih banyak pelaku usaha khususnya UMK yang tidak melakukan sertifikasi halal dikarenakan kurangnya akses, edukasi tentang pentingnya sertifikasi halal serta pertimbangan biaya. Sehingga diharapkan dengan pengaturan halal *self declare* yang dikhususkan kepada usaha mikro dan kecil dapat membangkitkan semangat keislaman para pelaku usaha mikro dan kecil dalam rangka ikut serta melindungi segenap konsumen muslim dalam memilih dan mengonsumsi makanan yang halal dan *tayyib* dari sektor

terkecil. Pemberlakuan ini pula sebagai upaya meminimalisasi beredarnya makanan dan/atau minuman yang tidak layak dikonsumsi yang mengandung bahan-bahan yang memiliki titik kritis. Dalam hal ini, menghilangkan kemudharatan merupakan tujuan *syara'* dalam konsep *maṣlahah* yang wajib dilaksanakan.

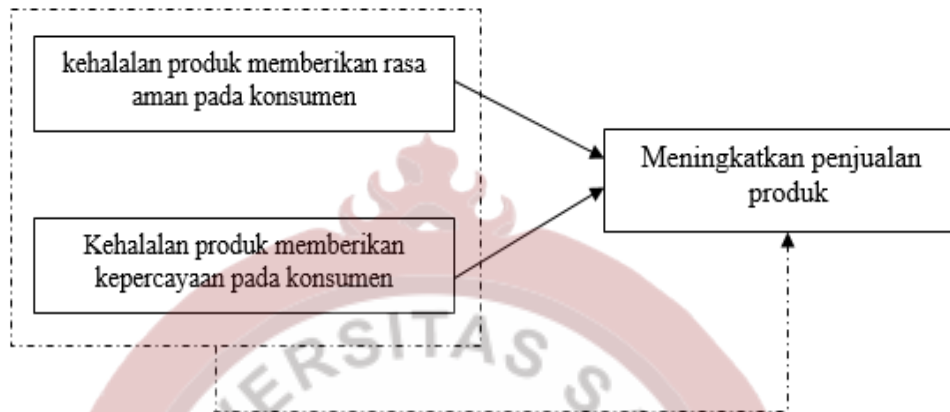
Pengaruh sertifikasi produk halal terhadap peningkatan penjualan produk, adalah produsen berhak menempelkan logo halal pada kemasan yang sudah mendapatkan sertifikat halal, maka inilah yang bisa dijadikan sebagai peluang bisnis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen karena terjaminnya kehalalan produk guna yang diproduksi, produk mampu menembus pasar global, meningkatkan *brand image* yang baik bagi konsumen, meningkatkan kemampuan pasar dalam menjangkau keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk barang guna tersebut.

Kemudian strategi yang tepat dalam melakukan penjualan produk adalah dengan menggunakan kombinasi strategi pemasaran produk strategi marketing mix antara lain Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) dan pemasaran produk yang mempunyai sifat-sifat sesuai dengan ajaran islam dimana telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu pemasaran yang bersifat Shidiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah dapat memberikan keyakinan dan daya minat produk barang guna yang bersertifikasi halal sehingga produsen produk barang guna yang bersertifikasi halal mengalami peningkatan dalam penjualan produk barang guna yang telah bersertifikasi halal.

Sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan Rambe dan Afifuddin (2012) menjelaskan bahwa pencantuman label halal memberikan pengaruh sebesar 31,1% terhadap minat beli sehingga meningkatkan tingkat penjualan perusahaan. Begitu pula penelitian Sumartin (2020) .Program studi ekonomi syari'ah fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru pada penelitian yang mengambil judul Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko

Amanah Cosmetik Pekanbaru Menurut Ekonomi Syari'ah, menyatakan ada korelasi antara persepsi label halal dengan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan landasan teori yang telah disusun maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai pembentuk model hipotesis yang dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > pengaruh secara parsial
- - -> pengaruh secara simultan

2.5 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sebagaimana telah dirumuskan pada bagian hipotesis penelitian yang terletak pada BAB II hipotesis penelitian tersebut sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh sertifikasi halal *self declare* terhadap persepsi peningkatan penjualan produk pelaku UMKM di kota Surakarta.

Ha : Ada pengaruh sertifikasi halal *self declare* terhadap persepsi peningkatan penjualan produk pelaku UMKM di kota Surakarta.