

**STRATEGI *POSITIONING BRANDING HALAL* USAHA MIKRO
MELALUI *HALAL SELF DECLARE* DI KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



Jufan Afnani Anwar
NIM: 204105020013

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
DESEMBER 2024**

**STRATEGI *POSITIONING BRANDING HALAL* USAHA MIKRO
MELALUI *HALAL SELF DECLARE* DI KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
DESEMBER 2024**

**STRATEGI *POSITIONING BRANDING HALAL* USAHA MIKRO
MELALUI *HALAL SELF DECLARE* DI KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Jufan Afnani Anwar
NIM. 204105020013



Disetujui Pembimbing :
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I
NIP. 198209222009012005



**STRATEGI POSITIONING BRANDING HALAL USAHA MIKRO
MELALUI HALAL SELF DECLARE DI KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan Ekonomi Islam

Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Selasa

Tanggal : 10 Desember 2024

Tim penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M. CRMP.
NIP. 197404201998032001

Ayyu Ainin Mustafidah, M.E.
NIP. 199107152019032013

Anggota:

1. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.

2. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S. Al-Baqarah:168.)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al Qur'an, 2:168

PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikah rahmat, taufiq dan hidayah nya sehingga dalam proses pengerjaan skripsi ini saya masih dala lindungan nya dan di beri kesehatan serta semangat yang tiada henti hingga akhirnya saya bisa menyelesaikannya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak dan ibu saya, bapak Anwarudin dan ibu Jumiyati Farida serta saudara saya Zarul Azwani Anwar yang terus memberikan dukungan moral maupun materi dan selalu memanjatkan doa yang terbaik untuk saya supaya diberikan kemudahan dalam menuntut ilmu dan menjadi orang yang sukses dan bermanfaat bagi keluarga dan orang lain.
2. Semua guru dan dosen yang sudah memberikan bimbingan, didikan dan arahan dengan penuh kesabaran sehingga akhirnya saya bisa menempuh pendidikan yang lebih tinggi.
3. Kepada orang terkasih saya Tamamun Ni'mah, terimakasih atas dukungan dan waktu yang telah diberikan hingga saat ini serta terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
4. Semua sahabat saya Syamsul, Rifqi, Aldo, Ayus, Zainuri dan Robith yang selalu mendukung dan di samping saya dalam kondisi apapun. Saya bahkan kesulitan mengungkapkan rasa syukur saya atas keberadaan kalian yang menerima saya dengan tulus dan lapang hati.

5. Semua teman yang selalu ada di sisi saya terutama teman-teman *Team Selundup*, Rumah Inspirasi dan Rumah Dewa. Saya bahkan tidak tahu bagaimana bersyukur memiliki teman seperti kalian.
6. Keluarga besar KSEI FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, FoSSEI Jawa Timur, Majalah D'Economic HMPS Ekonomi Syariah Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, DEMA FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan saya pengalaman organisasi dan mengajarkan kepada saya bahwa setiap orang mempunyai jalan sukses yang berbeda dan belajarliah memahami jalan kesuksesannya dengan berusaha.
7. Kepada almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang menjadi salah satu tempat saya mengembangkan diri, menuntut ilmu, semoga ilmu yang perdatap selama pendidikan saya bisa berguna dan mermanfaat bagi orang lain.
8. Kepada teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020 terkhusus teman-teman Ekonomi Syariah 01 dan KKN posko 09 Desa Arjasa yang saling memberikan dukungan untuk berkembang dalam bangku perkuliahan.
9. Untuk semua pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur alhamdulillah, saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan taufiq, rahmat dan hidayahnya, berikutnya sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat seta pengikutnya yang telah memberikan bimbingan ke arah yang benar kepada kita semua. Semoga kita semua termasuk orang yang mendapatkan syafaatnya. Sungguh atas nikmat dan anugrahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Positioning Branding Halal* Usaha Mikro Melalui *Halal Self Declare* Di Kecamatan Kaliwates.”.

Skripsi ini dapat selesai dikarenakan ada banyak dukungan dan *support* dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. sebagai Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
3. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memberikan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi
4. Ibu Dr. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah
5. Ibu Dr. Hj Mahmudah, Sag., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dengan sepenuh hati

6. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh S.H.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mencurahkan fikirannya, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memberikan bimbingan sehingga skripsi ini selesai
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga mempermudah penyelesaian skripsi ini
8. Seluruh staf perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
9. Tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
10. Camat Kecamatan Kaliwates beserta staf Kecamatan Kaliwates yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini
11. Kepada seluruh informan dan seluruh pihak yang telah membantu pada proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti di sini menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti membutuhkan kritik dan saran dari pembaca untuk terciptanya kesempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan khususnya peneliti sendiri.

Jember, 02 Mei 2024
Penulis,

Jufan Afnani Anwar
NIM. 204105020013

ABSTRAK

Jufan Afnani Anwar, Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I. 2024: *Strategi Positioning Branding Halal Usaha Mikro Melalui Halal Self Declare di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.*

Kata Kunci: *Positioning, Branding Halal, Halal Self Declare*

Pelaku usaha khususnya usaha kuliner wajib memiliki sertifikat halal untuk bisa menjual produknya. Sertifikasi halal *self declare* menjadi solusi untuk mewujudkan tercapainya usaha mikro dalam memiliki sertifikasi halal agar dapat membranding halal usaha serta produk.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana implementasi *branding halal* Usaha Mikro melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 2) Bagaimana *benefit positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 3) Bagaimana *competitor positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 4) Bagaimana *quality or price positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk melakukan penelusuran terkait implementasi *branding halal* yang sudah dilakukan oleh Usaha Mikro melalui *self declare*, khususnya di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember 2) Untuk mengetahui *benefit positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember 3) Untuk mengetahui *competitor positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember 4) Untuk mengetahui *quality or price positioning* Usaha Mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan keabsahan data diperoleh menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang dilakukan adalah: 1) Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember telah membranding halal produk dengan memiliki sertifikasi halal secara *self declare*, label halal dan *halal brand image*. 2) Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember telah memposisikan manfaat dengan menggunakan manfaat fungsional dan simbolik. 3) Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember telah memposisikan pesaing dengan menggunakan diferensiasi produk dan keunggulan produk. 4) Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember telah memposisikan kualitas dan harga.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Definisi Istilah.....	15
F. Sistematika Pembahasan	17

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teori	36
1. Strategi Positioning	36
2. <i>Branding Halal</i>	46
3. <i>Halal Self Declare</i>	53
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Subjek Penelitian.....	61
D. Teknik Pengumpulan Data.....	64
E. Analisis Data	66
F. Keabsahan Data.....	68
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	69
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISI	71
A. Gambaran Objek Penelitian	71
1. Sejarah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember	71
2. Kondisi Geografis	72
3. Kondisi Demografis	73
4. Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates.....	74

B. Penyajian Data dan Analisis.....	75
1. Implementasi <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Self Declare</i> Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	75
2. <i>Benefit Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	134
3. <i>Competitor Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	157
4. <i>Quality Or Price Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding</i> <i>Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	164
C. Pembahasan Temuan.....	172
1. Implementasi <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Self Declare</i> Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	173
2. <i>Benefit Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	179
3. <i>Competitor Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding</i> <i>Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.....	182

4. <i>Quality Or Price Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui Halal <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember	184
BAB V	186
PENUTUP	186
DAFTAR PUSTAKA	191

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Ijin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Surat Keterangan Plagiasi
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
9. Dokumentasi
10. Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Binaan TP PKK Kec. Kaliwates.....	10
Tabel 1.2 Data UMKM <i>Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates	11
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Luas daerah keseluruhan di Kecamatan Kaliwates.....	73
Tabel 4.2 Perkembangan jumlah penduduk di Kecamatan Kaliwates 2020-2021	74
Tabel 4. 3 Jumlah usaha mikro di Kecamatan Kaliwates	74
Tabel 4.4 Hasil Temuan.....	170



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Halal.....	50
Gambar 2. 2 Alur Pengajuan <i>Self Declare</i>	58
Gambar 4. 1 Sertifikasi Halal Es Coklat Kwentell	77
Gambar 4.2 Sertifikat Halal Gado-gado.....	78
Gambar 4. 3 Sertifikasi halal Kuping Gajah	79
Gambar 4. 4 Sertifikasi Halal Widaran	80
Gambar 4. 5 Sertifikasi Halal Puding	81
Gambar 4. 6 Sertifikasi Halal Molen Nyoman.....	82
Gambar 4.7 Pencantuman Logo Halal Es Coklat Kwentell.....	108
Gambar 4.8 Pencantuman Logo Halal Gado-gado	109
Gambar 4. 9 Pencantuman Logo Halal Gudek.....	110
Gambar 4. 10 Pencantuman Logo Halal Kuping Gajah.....	111
Gambar 4. 11 Pencantuman Logo Halal Bidaran.....	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap pelaku usaha mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina pelanggan, serta menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.²

Untuk memenangkan persaingan tidak hanya sebatas menyusun bauran pemasaran sebagai taktik namun lebih dari itu juga menyusun strategi yaitu posisi (*positioning*) yang diinginkan oleh perusahaan dibenak konsumen. Inti dari setiap strategi pemasaran yang baik adalah suatu strategi pencapaian posisi secara tepat. Istilah *positioning* mengandung arti bagaimana suatu produk didefinisikan oleh konsumen melalui sifat-sifat pentingnya dibenak konsumen yang dimiliki oleh produk tersebut.³

² Mutiah Khaira Sitohang dan Ella Umayyah, "Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan," *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2022) 172 https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/AGHNIYA/article/view/7243/pdf_47

³ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2008)

Penempatan posisi (*positioning*) menjelaskan mengenai cara bagaimana perusahaan atau pelaku usaha membedakan produknya dibandingkan dengan pesaing di dalam benak konsumen. *Positioning* dilakukan untuk menciptakan citra baik yang diharapkan pelaku usaha, maksudnya adalah keterkaitan langsung dengan bagaimana konsumen yang berada pada segmen pasar tertentu atau spesifikasi dalam mempersepsikan produk. Penempatan posisi ini harus mampu dilakukan dengan baik untuk upaya mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan.⁴

Persaingan yang semakin tinggi terus terjadi pada Industri halal khususnya makanan dan minuman menyebabkan para pengusaha dituntut untuk terus melakukan inovasi dan strategi khususnya *positioning branding halal* guna lebih mengunggulkan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen melebihi pesaing lainnya. Sehingga menjadi *icon* tersendiri untuk menarik perhatian konsumen atau suatu yang menjadi respon positif terhadap konsumen dibandingkan dengan produk-produk lain.

Industri halal menjadi *trend* dunia yang terbukti dari prospek industri halal yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Indonesia merupakan negara yang berpotensi besar untuk pengembangan industri halal, hal ini merupakan implikasi dari jumlah penduduk muslim yang ada di Indonesia. Industri halal

⁴ Okaditiya Sipakkar, "Analisis Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau" (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2021), 2.

menjadi hal yang strategis untuk menyumbang dan meningkatkan perekonomian, maka sudah seharusnya industri halal harus dikembangkan.⁵

Industri halal diartikan sebagai sektor yang mengembangkan produk halal. Produk halal telah dinyatakan kehalalannya sesuai dengan syariat Islam (Pasal 1 ayat 2 UU No.33/2014). Dalam kehalalan produknya terdapat jaminan produk halal (JPH). Jaminan Produk Halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal (Pasal 1 ayat 1 PP No.39/2021). Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib mempunyai sertifikat halal.⁶

Sertifikasi halal merupakan proses sertifikasi produk atau layanan didasari pada aturan yang telah tertera di hukum syariah. Dengan hukum yang tertera dalam aturan syariah produk dapat diartikan legal atau diizinkan dan sesuai dengan aturan agama Islam. Sertifikat halal sendiri memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan umat atau masyarakat muslim sehari-hari. Hal ini dapat dilihat melalui kegiatan yang dilaksanakan dalam membantu memberikan jaminan atas kehalalan produk makanan, barang, jasa, sandang, kecantikan, dan layanan.

⁵ Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Benny Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan," *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428-434. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146/764>

⁶ Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfaid Fedro, "Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2022): 185. <https://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/10666/4688>

Gaya hidup yang halal juga merupakan kebutuhan esensial masyarakat.⁷ Potensi sertifikasi halal juga didukung oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan konsumen yang mulai menyadari pentingnya literasi halal pada produknya.

Sertifikasi halal dapat memberikan perlindungan, jaminan, menyajikan informasi kehalalan produk, dan menjadi instrument etika bisnis bagi konsumen dan produsen dapat memanfaatkannya untuk meningkatkan kepercayaan para konsumen.⁸ Gaya hidup halal (*Halal Lifestyle*) yang belakangan ini menjadi tren tidak hanya pada penduduk muslim akan tetapi di seluruh belahan dunia ikut mendukung meningkatnya tuntutan pemenuhan kebutuhan akan produk dan jasa halal.⁹ Dapat diartikan bahwa produk dan jasa halal memiliki posisi atau *positioning* tersendiri dengan di *brandingnya* produk-produk halal maka akan memunculkan citra baik yang melekat di benak konsumen. Dengan adanya diferensiasi produk yang membedakan produk dari yang lain dengan menonjolkan kehalalannya. Tentu saja dalam memposisikan *brand* halal membutuhkan literasi mengenai produk halal terhadap pelaku usaha dan konsumen.

⁷ Nurulhuda Noordin, Nor Laila Md Noor, dan Zainal Samicho, "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective," *Procedia: Social and Behavioral Sciences* 121, (2012): 79-95. https://www.researchgate.net/publication/275543619_Strategic_Approach_to_Halal_Certification_System_An_Ecosystem_Perspective

⁸ Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, (2020): 98. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>

⁹ Mirsa Astuti, "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)," *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020): 14-20. <https://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris/article/view/16>

Dengan demikian literasi produk halal sangat dibutuhkan untuk perkembangan produk halal. Karena pemahaman masyarakat tentang JPH yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dapat dikatakan minim. Maka hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Keadaan tersebut mengimplikasikan bahwa semakin meningkatnya usaha mikro harus berjalan beriringan dengan peningkatan sertifikat halal.¹⁰

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMKM memiliki kualifikasi yang dibedakan dengan 3 tingkatan, usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan

¹⁰ Hafiznur Arifin, "Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori Self Declare," *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi & Akuntansi* 1, no. 5 (2023): 1174. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/592>

jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.¹¹

UMKM juga memiliki kriteria sesuai dengan pembagian kualifikasi yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Usaha mikro memiliki aset maksimal Rp.50.000.000 dan jumlah omset maksimal Rp.300.000.000 pertahun, usaha kecil memiliki aset lebih dari Rp50.000.000 dengan maksimal Rp.500.000.000 dengan jumlah omset maksimal Rp.2.500.000.000 pertahun, usaha menengah memiliki aset lebih dari Rp500.000.000 dengan maksimal Rp10.000.000.000 dan keuntungan sebesar Rp.2.500.000.000 sampai dengan Rp.50.000.000.000 dalam satu tahun.¹²

Pada tahun 2024, semua pelaku usaha khususnya usaha kuliner wajib memiliki sertifikat halal untuk bisa menjual produknya. Hal tersebut merupakan amanah dari PP No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang No.33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan Undang-Undang No.11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Selain amanah Undang-Undang, juga menjadi harapan besar bangsa Indonesia di tahun 2024 menjadi pusat halal dunia. Perubahan Undang-Undang No.33 Tahun 2014 di dalam Undang-Undang Cipta Kerja salah satu poinnya berkaitan dengan sektor halal yang bertujuan untuk akselerasi layanan sertifikasi halal dan perluasan kegiatan tersebut.¹³ Berdasarkan hal tersebut terdapat komitmen pemerintah yang dijabarkan oleh BPJPH untuk

¹¹ Setneg RI. UU No.20 tahun 2008, pasal 1 ayat (1, 2, 3).

¹² Setneg RI, UU No.20 tahun 2008, pasal 6 ayat (1, 2, 3).

¹³ Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfaid Fedro, "Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia," 183.

memfasilitasi produk halal *non risk* menjelang tahun 2024 dengan adanya sertifikasi halal *self declare*.¹⁴

Dengan tercetusnya amanah tersebut maka terdapat sertifikasi halal mandiri secara gratis *self declare*. *Self declare* atau sertifikasi halal mandiri merupakan program pemberian sertifikasi halal tanpa dipungut biaya bagi usaha mikro yang memenuhi syarat melalui mekanisme pernyataan pribadi dari pelaku usaha *self declare* dengan melakukan verifikasi dan validasi tentang pernyataan kehalalan oleh pelaku usaha dari Pendamping Produk Halal (PPH).¹⁵ Sertifikasi halal dengan pernyataan pribadi *self declare* merupakan upaya percepatan serifikasi halal yang diberikan kepada pelaku usaha seperti usaha mikro dan konsumen yang telah menyadari pentingnya *branding halal*, mayoritas penduduk muslim Indonesia sebagai pasar, dan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) yang mendunia.¹⁶

Pemahaman para pemilik usaha juga menjadi tantangan ketika pemerintah memberlakukan sertifikasi halal *self declare* atau sertifikasi halal secara mandiri. Pemilik usaha masih memahami bahwa halal hanya sebatas proses produksi dan bahan baku yang dibolehkan syariat, belum ada pemahaman menyeluruh terkait manajemen dari sertifikasi halal. Hal ini menjadi pekerjaan bersama tentunya, bukan hanya BPJPH tetapi sistem-

¹⁴ Nasori Nasori, Retno Asih, dan Malik Anjelh Baqiya, "Pemantauan kesiapan produk UMKM Jawa Timur Dalam Sertifikasi Halal Self Declare," *Sewagati: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 2 (2023) : 240 <https://journal.its.ac.id/index.php/sewagati/article/view/475>

¹⁵ Kemenag.go.id, "Sertifikasi Halal Untuk UMKM." 11 Juni 2022. <https://www.kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>

¹⁶ Nur Kasanah, "Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis," *Jelhum: Jurnal of Economics, Law, and, Humanities* 1, no. 2 (2022): 38. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jelhum/article/view/1196>

sistem yang terkait harus saling terintegrasi, misalnya jika Perguruan Tinggi sudah mulai dilibatkan dalam hal ini, maka sudah saatnya pemerintah daerah yaitu kabupaten juga harus dilibatkan. Undang-Undang dan Peraturan harus diturunkan menjadi peraturan daerah yang bisa disampaikan kepada para pelaku usaha yang mayoritas adalah pengusaha mikro.¹⁷

KeBennyran *self declare* ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk lebih memilih produk-produk yang memiliki label halal karena sudah memiliki kepastian hukum secara Islam, jaminan kesehatan, dan kebersihan. Akan tetapi terdapat beragam tantangan yang dihadapi berdasarkan kondisi dan komitmen masing-masing khususnya usaha mikro dalam mewujudkan iklim halal. Persoalan permodalan dan biaya produksi menjadi salah satu tantangan usaha mikro dalam mewujudkan kepemilikan sertifikat halal. Sertifikasi halal *self declare* mengharuskan semua bahan baik bahan baku dan bahan tambahan maupun bahan penolong memenuhi syarat sertifikasi halal. Sedangkan, bahan yang memiliki sertifikasi halal harganya pasti berbeda.¹⁸

Provinsi Jawa Timur memiliki perusahaan pada kategori mikro dan kecil pada tahun 2021 didominasi oleh industri makanan dengan jumlah 201.255 usaha dari total industri keseluruhan sejumlah 762.015 usaha dan

¹⁷ R Tanzil Fawaiq Sayyaf dan Ashfa Afkarina, "Peningkatan Kesadaran Makanan Halal Melalui Pendampingan Fikih Halal Dan Sosialisasi Self Declare Muhammadiyah," *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS* 5, no. 1, (2022): 92-94. <https://v2.publishing-widyagama.ac.id/index.php/js/article/view/3502>

¹⁸ Nur Ravita Hanun, Rima Azara, Indah Apriliana Sari W., "Pelatihan Halal, PIRT & Keuangan Usaha Bagi Kelompok UMKM Gambir Anom Sidoarjo," *Jurnal Community Empowerment* 7, no. 8 (2022): 1410. https://www.academia.edu/100136497/Halal_PIRT_and_business_finance_training_for_Gambir_Anom_s_MSME_Group_Sidoarjo

Kabupaten Jember dalam usaha mikro dan kecil menyumbang sebanyak 37.955.¹⁹

Kabupaten Jember telah melaksanakan program sertifikasi halal *self declare*. Dengan jumlah penduduk muslim di kabupaten Jember sebanyak 2.533.018 pada tahun 2022 yang dapat disimpulkan pemeluk agama Islam terbanyak dibandingkan agama lain seperti umat Protestan di urutan ke 2 sebanyak 19.744 yang terpaut sangat jauh.²⁰ Dilihat dari data tersebut jumlah masyarakat muslim di Kabupaten Jember tergolong dalam angka yang fantastis untuk dijadikan pangsa produk halal. Ada beberapa sektor potensi industri halal yaitu: sektor pakaian muslim, sektor wisata halal, sektor keuangan syariah, dan sektor makanan halal.²¹

Kecamatan Kaliwates memiliki jumlah penduduk sebanyak 125.855 jiwa dengan jumlah umat Muslim sebanyak 116.838.²² Kecamatan Kaliwates merupakan daerah yang strategis untuk mengembangkan usaha mikro dikarenakan terdapat sektor pendidikan, pusat perbelanjaan, dan perkantoran. Dengan adanya hal tersebut menyebabkan para pelaku usaha mikro berusaha untuk memenuhi kebutuhan sumberdaya manusia di Kecamatan Kaliwates.

Di bawah ini merupakan data UMKM yang berada dalam binaan Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan (TP PKK) Kecamatan Kaliwates sebagai berikut :

¹⁹ BPS, *Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023*, 397- 402.

²⁰ BPS, *Kabupaten Jember Dalam Angka 2023*, 200.

²¹ Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Benny Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan," *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 431. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146/764>

²² BPS, *Kecamatan Kaliwates Dalam Angka 2022*, 39-141.

Tabel 1.1
Data UMKM Binaan TP PKK Kec. Kaliwates

No	Nama Anggota	Produk
1.	Bunda Ana	Minuman jahe pletok dan sambel pecel udang
2.	Bram Safeo	Batik
3.	Devi Liris	Edamame chip
4.	Dewi Retno Untari	Alat-alat dapur
5.	Diah Suket Teki	Batik
6.	Edi Nugroho	Tas dan dompet
7.	Hadriah Khadafi	Kopi
8.	Hoirulanam	Dodol waluh
9.	Indah Fitriawahyuni	Craft
10.	Jandiek	Batik
11.	Lilie Susilowati	Cincau hitam dan dawet sagu
12.	Mutiatul Khasanah	Minuman serbuk
13.	Ninuk	Suwar-suwir aroma
14.	Nurul Aini	Tas
15.	Nia Cookies	Kue Kering Gemol
16.	Purining Ratri M	Keripik kentang
17.	Ratih Kartikasari	Minuman olahan kacang ijo
18.	Rini	Tepung jagung polenta
19.	Rizki	Sosis kelinci frozen food
20.	Silva	Susu kedelai
21.	Sri Agustin	Kacang telur
22.	Suhartatik	Bawang hitam
23.	Susan	Kripik usus
24.	Titik Retno	Aksesoris bebatuan
25.	Ucik Diana Wahyu	Kripik paru
26.	Vera	Rajut
27.	Wildaningsih	Kecap jamur, kerupuk jamur, dan empal suwir
28.	Wiwin Winarsih	Keripik kacang coklat
29.	Yosie Ermawan	Sambel mbegor
30.	Nov Prima Permatasari	Susu jelly
31.	Ida Zaidatul	Sulam pita
32.	Indah	Kerajinan rajut
33.	Ratna	Sirup belimbing wuluh
34.	Nur	Pudding edamame
35.	Rima	Coklat edamame
36.	Fitria Handayani	Kacang telur

Sumber: Data Kecamatan Kaliwates

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kecamatan Kaliwates terdapat 36 UMKM yang terdaftar di bawah naungan atau binaan Kecamatan Kaliwates yang memiliki nama UMKM Aster Kaliwates. Terdapat macam-macam produk UMKM yang dijual, diantaranya kuliner dan kerajinan tangan (*handcraft*). Data di atas tidak tercantum data telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* dan terdapat UMKM di Kecamatan Kaliwates yang telah mendaftarkan sertifikasi halal produknya secara *self declare*.

Di bawah ini merupakan data UMKM yang melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates sebagai berikut :

Tabel 1.2

Data Usaha Mikro Kecil *Self Declare* di Kecamatan Kaliwates

No	Kelurahan	Usaha mikro	Usaha kecil	Usaha menengah	Jumlah
1	Mangli	23	9	7	39
2	Tegal Besar	25	8	6	39
3	Sempusari	14	8	5	27
4	Kepatihan	18	5	2	25
5	Jember Kidul	13	3	0	16
6	Kaliwates	7	2	0	9
7	Kebonagung	2	0	0	2
Jumlah		102	35	20	157

Sumber: Data LPH UIN KHAS Jember

Terdapat 7 Kelurahan di Kecamatan Kaliwates yang memiliki sertifikasi halal *self declare*. Berdasarkan data yang diperoleh dari Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terdapat 157 usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember yang terdaftar telah mengajukan sertifikasi halal secara *self declare*, diantaranya Kelurahan Mangli dan Kelurahan Tegal Besar sebanyak 39

pelaku usaha, Kelurahan Sempusari 27 pelaku usaha, Kelurahan Kepatihan 25 pelaku usaha, Kelurahan Jember Kidul 16 pelaku usaha, Kelurahan Kaliwates 9 Pelaku usaha, dan yang terakhir Kelurahan Kebonangung sebanyak 2 pelaku usaha.

Usaha mikro memiliki jumlah terbanyak yaitu 102 pelaku usaha mikro dibanding dengan usaha kecil yang berjumlah 35 pelaku usaha dan usaha menengah paling sedikit dengan jumlah 20 pelaku usaha, maka banyak usaha mikro yang mengajukan sertifikasi halal *self declare*. Usaha mikro yang *slow risk* atau beresiko rendah menyebabkan banyaknya pelaku usaha mikro yang menggunakan kemudahan sertifikasi halal *self declare* dan usaha mikro menarik untuk dibahas terutama dari usaha skala kecil juga melakukan *branding* halal untuk keberlangsungan produk dan kepatuhan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Strategi *positioning branding halal* terhadap usaha mikro dengan judul **“Strategi *Positioning Branding Halal* Usaha Mikro Melalui Halal *Self Declare* Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”**

B. Fokus Penelitian

Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dijawab melalui proses penelitian yang disusun secara singkat, jelas, tegas spesifik operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.²³

Berdasarkan uraian di atas maka fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *branding halal* melalui *self declare* oleh usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
2. Bagaimana *benefit positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
3. Bagaimana *competitor positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
4. Bagaimana *quality or price positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran mengenai tujuan dilakukannya penelitian dan harus mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.²⁴ Adapun tujuan penelitian ini adalah:

²³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 45.

²⁴ Tim Penyusun, 45

1. Untuk melakukan penelusuran terkait implementasi *branding halal* yang sudah dilakukan oleh usaha mikro melalui *self declare*, khususnya di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember
2. Untuk mengetahui *benefit positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember
3. Untuk mengetahui *competitor positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember
4. Untuk mengetahui *quality or price positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan kontribusi yang diberikan setelah melakukan penelitian yang berisi manfaat teoritis dan praktis seperti manfaat bagi peneliti, instansi dan masyarakat.²⁵ Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai *branding halal* usaha mikro melalui *halal self declare*.

²⁵ Tim Penyusun, 45

- b. Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan rujukan bagi peneliti selanjutnya mengenai *branding halal* usaha mikro melalui halal *self declare*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti mengenai *positioning branding halal* usaha mikro melalui halal *self declare* yang ditinjau melalui ilmu yang diperoleh selama di bangku kuliah serta menjadi penelitian ilmiah yang digunakan untuk memenuhi tugas akhir untuk menyelesaikan program studi.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan pelaku usaha mengenai *branding halal* dan sertifikasi halal gratis atau halal *self declare*.

c. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau *literature* untuk menunjang penelitian atau pembelajaran bagi mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian untuk menghindari

kesalahpahaman terhadap makna.²⁶ Maka terdapat beberapa istilah sebagai berikut:

1. Strategi *Positioning*

Strategi *positioning* adalah salah satu aktivitas perusahaan dalam merancang produk dan strategi *marketing* agar dapat menciptakan kesan tertentu yang diingat di benak konsumen. *Positioning* bukanlah tentang aktivitas yang dilakukan perusahaan terhadap produknya akan tetapi tentang aktivitas yang perusahaan lakukan terhadap persepsi konsumen.²⁷

Bisa disimpulkan bahwa strategi *positioning* merupakan penempatan sebuah merek dipasar yang menjadi *icon* tersendiri untuk menarik perhatian konsumen atau suatu yang menjadi respon positif terhadap konsumen dibandingkan dengan produk-produk lain.

2. *Branding Halal*

Branding halal dimaknai sebagai proses melakukan diferensiasi produk dengan brand halal bagai bentuk keunggulan yang ditawarkan. *Branding halal* menjadi sebuah proses produk dari hulu sampai di tangan konsumen dengan pertanggung jawaban halal sebagai bentuk jaminan keamanan akan produk dilihat dari segi kualitas maupun dari segi agama.

3. Halal *Self Declare*

Merupakan pernyataan status halal produk usaha mikro Secara mandiri atau pernyataan langsung dari pelaku usaha tersebut. Pelaku usaha dapat melakukan *self declare* jika telah memenuhi persyaratan dan

²⁶ Tim Penyusun, 45-46

²⁷ Musnaini et al., *Manajemen Pemasaran* (Sumatera Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021), 90.

tentu harus didampingi oleh pph yang terdaftar.²⁸ Bisa disimpulkan *self declare* merupakan sertifikasi halal yang dilakukan secara mandiri dan tidak dipungut biaya dalam mendaftarkan produk unruk mendapatkan sertifikat halal.

Sehingga *positioning branding halal* usaha kecil melalui halal *self declare* sebagai analisi yang dilakukan untuk mengetahui implementasi serta implikasi *branding halal* melalui *self declare* dan *positioning* usaha kecil pasca memiliki sertifikasi halal melalui *self declare*.

F. Sistematika Pembahasan

Penjelasan mengenai susunan pembahasan mencakup penjelasan mengenai urutan pembahasan dalam proposal, dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Susunan pembahasan ditulis dalam bentuk naratif deskriptif, bukan dalam bentuk daftar isi. Untuk lebih memudahkan pemahaman, di bawah ini diberikan gambaran umum tentang susunan pembahasan proposal ini.

BAB I : Pendahuluan, yang meliputi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian dan manfaat peneliti, definisi istilah.

BAB II : Kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu, dan kajian teori.

²⁸ Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, “ Dimanika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare,” *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 6, no 1 (2022): 639. https://www.researchgate.net/publication/366052563_Dinamika_Pendampingan_Manajemen_Halal_Bagi_Usaha_Mikro_dan_Kecil_Melalui_Program_Self_Declare

BAB III : Metode penelitian, pada bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, dan subjek penelitian.

BAB IV : Berupa penyajian data, pada bab ini berikan gambaran objek penelitian, penyajian data, dan pembahasan temuan.

BAB V : Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran. Pada bab ini berfungsi untuk menyimpulkan dari gambaran penelitian dan hasil penelitian.

Pada bab ini juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya tentang fenomena yang serupa.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelaian yang sudah diterbitkan atau belum diterbitkan. Dengan melakukan langkah ini dapat dilihat orisinilitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²⁹ Berikut pemaparan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan:

1. **Abd. Mughni Jamil dan Dery Ariswanto, “Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal melalui *Self Declare* dalam Perspektif Kesadaran dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bangkalan)”, 2024.³⁰**

Usaha mikro memegang peran yang signifikan dalam mendukung perekonomian di Indonesia. Pemilik usaha mikro juga mempengaruhi ekonomi lokal dengan menciptakan rantai pasokan, memberikan layanan, dan menyuplai kebutuhan sehari-hari. Pelaku usaha mikro juga membantu meratakan distribusi ekonomi dengan menjangkau daerah-daerah yang kurang terlayani oleh industri besar. Manfaat dari sertifikasi halal melalui self declare menumbuhkan

²⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, 40

³⁰ Abd. Mughni Jamil dan Dery Ariswanto, “Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal melalui *Self Declare* dalam Perspektif Kesadaran dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bangkalan),” *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 01 (2024)
<https://journal.staiypiqbaubau.ac.id/index.php/Maslahah/article/view/1744/2150>

kepercayaan terhadap konsumen atas kepastian halal dari produk yang dibuat oleh produsen.

Kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk halal memunculkan kebutuhan akan pengakuan resmi bahwa suatu produk memenuhi kriteria halal. Pengakuan ini diwujudkan melalui Sertifikat halal diterbitkan oleh forum yang berwenang. pada Indonesia, Badan Penyelenggara jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mengeluarkan sertifikat halal, sesuai fatwa tertulis yg diberikan sang Majelis Ulama Indonesia. Tujuan utama penerbitan sertifikat halal artinya supayamemberikan agunan perlindungan pada konsumen muslim, dengan mengklaim kehalalan produk yg dibuktikan melalui sertifikat tersebut. Selain menjadi kewajiban, produk yg sudah tersertifikasi halal jua memiliki keunggulan, yaitu daya tarik serta nilai jual yang semakin tinggi. menggunakan demikian, sertifikat halal diperlukan mampu menaikkan pendapatan produk berasal pelaku usaha lokal, yang memungkinkan mereka buat bersaing baik di pasar nasional juga internasional, mengingat tren gaya hidup halal yg terus berkembang secara dunia.

Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mengangkat optimalisasi penerapan sedangkan peneliti fokus membahas *positioning branding halal* usaha mikro. Persamaan terletak pada objek penelitian yakni usaha mikro metode penelitian yakni kualitatif dan meneliti usaha mikro.

2. Hafiznur Arifin, “Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori *Self Declare*”, 2023.³¹

Sertifikasi halal di Indonesia dikatakan belum maksimal secara pelaksanaannya hal tersebut disebabkan oleh sertifikasi halal untuk produk-produk menyulitkan dan memakan anggaran dari modal usaha yang dapat berimbas pada unit usaha yang tidak tersertifikasi halal maka dari itu terdapat kebijakan sertifikasi halal gratis atau halal *self declare*. Kategori *self declare* dinilai dapat memudahkan pelaku usaha yang ada di Indonesia dengan melihat populasi penduduk Muslim di Indonesia sebesar 87,8% sehingga permintaan masyarakat pada produk halal sangatlah tinggi.

Dalam kurun waktu 5 tahun ini BPJPH akan fokus dalam melakukan sosialisasi dan pembinaan terhadap pelaku usaha dan memberi kesempatan pada pelaku usaha yang belum memiliki sertifikasi halal hingga 17 oktober 2024. Usaha ini dilakukan untuk memajukan sertifikasi halal di Indonesia sehingga terbentuk mekanisme pasar produk halal.

Perbedaan penelitian terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu studi kepustakaan yang fokus penelitiannya pada beberapa literatur yang membahas produktifitas dalam perspektif ekonomi Islam dan persamaannya yaitu sistem sertifikasi halal melalui *self declare*.

³¹ Hafiznur Arifin, “Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori Self Declare,” 1173-1179.

3. Saipul Rohman dan Amoury Adi Sudiro, “Efektifitas dan Jaminan Hukum Serifikat Halal *Self Declare* di Indonesia”, 2023.³²

Program sertifikasi halal oleh pelaku usaha ditawarkan oleh BPJPH melalui jalur *self declare* yang diberikan secara gratis. *Self declare* adalah layanan yang memungkinkan bisnis untuk mendapatkan sertifikasi halal secara mandiri dengan bantuan pendamping proses produk halal (PPH). Proses ini memerlukan bantuan dari berbagai pihak. Layanan ini hanya berlaku untuk Pembuat produk makanan dan minuman yang menggunakan bahan baku yang aman dan bebas dari daging. Produk yang digunakan juga memiliki label kehalalannya telah dibuktikan dengan nomor sertifikasi halal yang terdaftar pada kemasan. Proses pengajuan sertifikasi *halal self declare* ini, terutama jika kita dipandu oleh fasilitator, tidak dipungut biaya alias gratis. Oleh karena itu, para pelaku usaha tidak memiliki alasan lagi untuk menunda proses sertifikasi halal. Dengan memperoleh sertifikat halal, efektifitas produk UMK meningkatkan peluangnya untuk diterima di pasar, khususnya di kalangan konsumen beragama Islam yang cenderung memilih produk halal, baik di pasar domestik maupun internasional.

Sertifikat halal memiliki peran penting dalam memastikan keamanan penggunaan produk yang dibeli dan dijual, terutama bagi konsumen beragama Islam. Proses sertifikasi ini umumnya melibatkan

³² Saipul Rohman dan Amoury Adi Sudiro, “Efektifitas dan Jaminan Hukum Serifikat Halal *Self Declare* di Indonesia,” *Unes Law Review* 6, no. 2 (2023): 5795-5800. <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/1409>

audit, pengujian, dan pemeriksaan menyeluruh terhadap barang dan jasa untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar halal. Tanpa melibatkan lembaga sertifikasi halal yang berkompeten, tidak dapat dinyatakan bahwa suatu produk masuk dalam kategori halal. Pernyataan semacam itu harus disertifikasi oleh pihak yang memiliki keahlian untuk memastikan bahwa pernyataan tersebut sesuai dengan ketentuan halal yang berlaku. Oleh karena itu, untuk memasarkan produk atau jasa yang dianggap halal, sangat penting untuk mengikuti proses sertifikasi yang berlaku dan memperoleh sertifikat halal yang sah.

Perbedaan penelitian terletak di pembahasan mengenai jaminan hukum dan pada metode penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif analitis dengan menggunakan metode hukum normatif sedangkan peneliti membahas *branding halal* dan menggunakan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi.

Persamaan terletak pada sertifikasi halal *self declare*.

4. **Aslikhah dan Mukhsinin Syu'aibi, "Fenomenologi *Self Declare* Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman Untuk Peningkatan *Awareness* Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan", 2023.³³**

Pemahaman konsep *self declare* sertifikasi halal pada pelaku UMKM produk makanan dan minuman di kabupaten Pasuruan dari hasil

³³ Aslikhah dan Mukhsinin Syu'aibi, "Fenomenologi *Self Declare* Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman Untuk Peningkatan *Awareness* Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan," *Jurnal Muallim* 5, no. 1 (2023): 79-81. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim/article/view/3424>

deep interview kepada pelaku UMKM produk makanan dan minuman didapatkan informasi bahwa pemahaman konsep *self declare* sertifikasi halal untuk memudahkan pelaku UMKM produk makanan dan minuman melakukan sertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan, diperoleh tiga jenis tipologi pada pelaku UMKM yaitu tipologi yang paham, tipologi yang tidak begitu paham dan tipologi yang sangat tidak faham pada program tersebut dengan beragam argumentasi berdasarkan pemahaman makna dan pengalaman yang dirasakan oleh informan yaitu pelaku UMKM. *Self declare* sertifikasi halal bagi pelaku UMKM produk makanan dan minuman dapat meningkatkan *awareness* sertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan.

Hasil *interview* dari konsultan pendamping produk halal di Kabupaten Pasuruan didapatkan informasi bahwa program sertifikasi halal melalui jalur *self declare* pada UMKM produk makanan dan minuman untuk meningkatkan *awareness* sertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan adalah, bahwa jalur sertifikasi halal dengan *self declare* dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM produk makanan dan minuman untuk melakukan sertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan. Seiring dengan intensitas edukasi, sosialisasi dan pendampingan pada pelaku UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan maka kesadaran untuk melakukan sertifikasi halal melalui jalur *self declare* semakin meningkat.

Perbedaan penelitian terletak pada fenomenologi peningkatan *awareness* sedangkan peneliti fokus pada strategi *positioning branding halal*. Persamaan terletak pada metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologi.

5. Nur Kasanah, “Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis”, 2022.³⁴

Dalam jurnal ini dijelaskan mekanisme sertifikasi halal gratis (Sehati) adalah salah satu kemudahan yang diberikan pemerintah pada pelaku usaha melalui *self declare*. Sebagai program pemerintah sehati melibatkan upaya kolaboratif dari berbagai pihak diantaranya pendamping proses produk halal, kampus serta organisasi masyarakat yang mendirikan lembaga pemeriksa produk halal (LPH). Sehati dirancang untuk memenuhi target 10.000.000 juta produk halal oleh kemenag dibulan maret 2022 yang hasilnya menunjukkan tidak optimal. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan belum optimalnya sehati antara lain: (1) kurangnya halal *awareness*, dan sosialisasi pada pelaku umk. Hal ini dipengaruhi banyaknya masyarakat yang berasumsi bahwa semua produk di pasar adalah produk halal, asumsi tersebut disebabkan oleh program sertifikasi halal gratis melalui jalur *self declare* belum banyak diketahui pelaku UMK.

Banyaknya pelaku UMK yang berasumsi sertifikat halal itu mahal, tidak ada transparan dari fasilitator dan penyedia layanan,

³⁴ Nur Kasanah, “Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis,” 38.

pendaftarannya sulit, hingga tidak adanya kejelasan batas waktu. (2) Pelaku usaha yang tidak responsif dengan program sehati dan layanan digital. Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya pelaku UMK yang tidak mengenal teknologi, dan beranggapan bahwa UMK hanyalah usaha kecil yang belum membutuhkan aplikasi digital secara serius. (3) Peran pendamping PPH belum maksimal. Kirangnya ketelitian pendamping dalam memverifikasi berkas yang harus diunggah pelaku UMK menyebabkan banyaknya berkas yang dikembalikan karena tidak lengkap, tidak mencantumkan alur diagram proses, sertifikat halal sudah kadaluarsa dan banyaknya pelaku usaha yang mendaftarkan sertifikasi halal bukan untuk produk melainkan tempat usaha.

Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yaitu kualitatif dan pembahasan mengenai sertifikasi halal gratis. Perbedaan penelitian ini yaitu deskriptif sedangkan peneliti menggunakan penelitian fenomenologi dan pada jurnal ini membahas problematika sertifikasi halal.

6. Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfaid Fedro, “Sehati : Peluang dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia”, 2022.³⁵

Dalam jurnal ini menjelaskan mengenai peluang dan tantangan program sertifikasi halal gratis. Peluang pertumbuhan industri halal melalui program sehati. Pengajuan sertifikasi halal melalui program sehati

³⁵ Ahmad Havid Jakiyudin, Alfarid Fedro, “Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia,” 182-193.

dalam dilakukan secara terintegrasi melalui *website*. Kemudahan mendapatkan sertifikasi halal sehati akan membentuk pembangunan berkelanjutan di Indonesia terdapat beberapa sasaran program penyelenggaraan program sehati diantaranya: (1) meningkatkan kesadaran pentingnya sertifikasi halal. (2) meningkatkan produksi produk halal. (3) *mengupgrade branding* dari produk lokal UMK. Dalam penyelenggaraan produk sehati terdapat tantangan diantaranya: (1) kemampuan anggaran negara. Pemberian layanan sehati akan memberikan anggaran besar pada negara. (2) resiko jaminan halal.

Dalam pemberian sertifikasi halal melalui program sehati pelaku UMK tidak melakukan pemeriksaan produk oleh LPH, standar produk kehalalan produk hanya didasarkan pada pernyataan halal yang ditulis oleh pelaku UMK berdasarkan kriteria yang dimuat oleh BPJPH dengan divalidasi oleh pendamping PPH. Hasil pernyataan tersebut diteruskan kepada komisi fatwa MUI untuk dikeluarkan fatwa halal. Hal dapat ini menimbulkan keraguan mengenai produk yang telah dinyatakan halal.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pemberian sertifikasi halal bagi pelaku usaha secara *self declare*, perbedaannya terletak pada jenis penelitian yaitu deskriptif dan pendekatan penelitian yaitu yuridis normatif atau pendekatan dengan perundang-undangan.

7. Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, “Dinamika Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program *Self Declare*”, 2022.³⁶

Sebagai standart, halal lebih dari sekedar mutu, segingga tidak heran jika masyarakat non muslim juga memahami bahwa produk halal memiliki jaminan mutu. Pada konsep halal tidak dibolehkan memasukkan bahan haram pada level berapapun karena pilihannya adalahg halal atau haram. Dengan bersertifikat halal pelaku usaha akan memiliki sertifikat halal sebagai bentuk pengakuan kehalalan produk yang dikeluarkan dan diverifikasi oleh MUI. Sertifikat halal merupakan bentuk pelayanan terbaik pelaku usaha kepada konsumen dengan memproduksi atau menyediakan produk yang halal.

Halal *self declare* sebagaimana diterangkan dalam undang-undang ciptaker pasal 48 terkait adanya perubahan UU JPH, yaitu adanya kewajiban pelaku usaha mengenai sertifikasi halal. Dengan kriteria: (1) Produk tidak beresiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya. (2) proses produksi dipastikan kehalalannya dan sederhana. (3) pernyataan pelaku usaha berupa akad atau ikrar yang mencangkup kehalalannya.

Perbedaan penelitian terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode hukum normatif dengan jenis pendekatan deskriptif analitis sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif

³⁶ Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, “Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare,” 636-641.

dengan jenis penelitian fenomenologi. Persamaan terletak pada pembahasan mengenai *self declare* bagi usaha mikro.

8. Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, “Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah”, 2021.³⁷

Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun model loyalitas konsumen pada produk halal khususnya kosmetik. Berdasarkan *source credibility theory*, penelitian ini menguji pengaruh langsung dan tidak langsung kredibilitas merek dalam memediasi pengaruh *celebrity endorsement* dan citra produk halal terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline*. *Purposive* sampling digunakan dalam memilih responden. Penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Secara keseluruhan, 156 responden berpartisipasi sebagai sampel dalam penelitian ini. Data diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan selebriti tidak memiliki pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan *halal brand image* tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas merek. Namun, *halal brand image* menunjukkan pengaruh yang signifikan

³⁷ Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, “Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah,” *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no 2 (2021): 288. <https://www.neliti.com/id/publications/349510/celebrity-endorsement-dan-citra-produk-halal-dalam-membangun-loyalitas-merek-stu>

melalui kredibilitas merek *halal brand image* dalam pemasaran produk, halal menjadi branding atau usaha memperkenalkan kepribadian dari merek melalui atribut-atribut mereknya. Halal menjadi aset bisnis yang dilekatkan pada produk untuk memberikan aksentuasi religiusitas dalam produk yang ditawarkan. Halal menurut ajaran agama Islam diartikan sebagai hal-hal yang diizinkan dan dianjurkan berdasarkan pada syariah atau hukum agama Islam. Oleh karenanya, *halal brand image* diartikan sebagai citra produk halal yang sesuai dengan ajaran agama Islam. *Halal brand image* diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya *halal brand association*, denotasi simbolik produk, manfaat fungsional dan afektif merek.

Persamaan penelitian terletak pada citra produk halal yang dikaitkan dengan *branding halal* yang dibahas oleh peneliti. Perbedaan penelitian terletak pada jenis penelitian yang menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.

9. Arista Fauzi Kartika Sari dan Junaidi, “Fenomena *Label Halal is it a Awareness or Branding*”, 2020.³⁸

Praktik label halal dalam kemasan produk memberikan beberapa manfaat kepada produsen antara lain : (1) Meningkatkan kepercayaan konsumen. Adanya label halal memungkinkan konsumen untuk yakin dengan apa yang dikonsumsi. (2) Keunggulan kompetitif, produsen dapat menggunakannya sebagai alat pemasaran untuk ekspansi ke toko

³⁸ Arista Fauzi Kartika dan Junaidi, “Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding,” *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no 1 (2020): 87-94. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/915>

moderen dan swalayan yang mengharuskan adanya label halal. (3) Kualitas, itu menunjukkan bahwa produksi dilakukan dengan proses yang terjamin kebersihannya. Terlepas dari manfaat yang didapatkan, ada beberapa informan dalam penelitian ini yang memiliki pemahaman dan kesadaran luas tentang label halal pada produk mereka. Bagi mereka, label halal menyiratkan keuntungan materi dan spiritual. Pelabelan pada produk mereka mengandung nilai spiritual dan representasi kesadaran ilahiah. Nilai spiritual halal dapat dirujuk pada perintah untuk mengkonsumsi produk halalan thoyiban.

Perbedaan penelitian terletak pada penelitian yang menggunakan paradigma interpretif, dalam ranah penelitian *non-positivis* sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Persamaan membahas tentang label halal atau *branding halal*.

10. Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", 2020.³⁹

Indonesia adalah negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia yang tentu saja berkepentingan dengan peredaran produk yang aman dan berstandar halal. Sebab secara otomatis kaum muslim menjadi konsumen terbesar di negeri ini di samping menjadi incaran dan target impor negara-negara lain. Maka itu sepatutnya

³⁹ Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, (2020): 98. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>

konsumen dalam negeri mendapatkan perlindungan dalam memperoleh kepastian tentang kehalalan produk pangan yang beredar.

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. (LPPOM MUI 2008). Pasca Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014, Sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Di Indonesia lembaga yang otoritatif melaksanakan sertifikasi halal sebelum berlakunya UU JPH yang dilaksanakan secara *voluntary* adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM).

Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yakni membahas implikasi sertifikasi halal, sedangkan peneliti membahas tentang *positioning branding halal* terhadap usaha mikro. Persamaan penelitian terletak pada jenis penelitian yang menggunakan kualitatif dan pembahasan mengenai sertifikasi halal.

Untuk mempermudah perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti membuat tabel perbandingan sebagai berikut :

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian

NO	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Abd. Mughni Jamil dan Dery Ariswanto, 2024: Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal melalui <i>Self Declare</i> dalam Perspektif Kesadaran dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bangkalan)	Persamaan terletak pada objek penelitian yakni usaha mikro metode penelitian yakni kualitatif dan meneliti usaha mikro	Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mengangkat optimalisasi penerapan sedangkan peneliti fokus membahas <i>positioning branding halal</i> usaha mikro
2	Hafiznur Arifin, 2023: Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori <i>Self Declare</i>	Persamaannya yaitu sistem sertifikasi halal melalui <i>self declare</i>	Perbedaan penelitian terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu studi kepustakaan yang fokus penelitiannya pada beberapa literatur yang membahas produktifitas dalam perspektif ekonomi islam
3	Saipul Rohman dan Amoury Adi Sudiro, 2023: Efektifitas dan Jaminan Hukum Serifikat Halal <i>Self Declare</i> di Indonesia.	Persamaan terletak pada sertifikasi halal <i>self declare</i>	Perbedaan penelitian terletak dipembahasan mengenai jaminan hukum dan pada metode penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif analitis dengan menggunakan metode hukum normatif sedangkan peneliti membahas <i>branding halal</i> dan menggunakan peneliti

NO	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi.
4	Aslikhah dan Mukhsinin Syu'aibi, 2023: Fenomenologi <i>Self Declare</i> Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman Untuk Peningkatan <i>Awareness</i> Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan.	Persamaan terletak pada metode penelitian kualitatif jenis pendekatan fenomenologi.	Perbedaan penelitian terletak pada fenomenologi peningkatan <i>awareness</i> sedangkan peneliti fokus pada <i>positioning branding halal</i> .
5	Nur Kasanah, 2022: Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis.	Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yaitu kualitatif dan pembahasan mengenai sertifikasi halal gratis	Perbedaan penelitian ini yaitu deskriptif sedangkan peneliti menggunakan penelitian fenomenologi dan pada jurnal ini membahas problematika sertifikasi halal.
6	Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfaid Fedro, 2022: Sehati : Peluang dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pemberian sertifikasi halal bagi pelaku secara <i>self declare</i> .	Perbedaannya terletak pada jenis penelitian yaitu deskriptif dan pendekatan penelitian yaitu yuridis normatif atau pendekatan dengan prundng-undangan.
7	Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, 2022: Dinamika Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui	Persamaan penelitian terletak pada pembahasan mengenai sertifikasi halal secara <i>self declare</i> .	Perbedaan penelitian terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode hukum normatif dengan jenis pendekatan deskriptif analitis

NO	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Program <i>Self Declare</i> .		sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi.
8	Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, 2021: <i>Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah</i> .	Persamaan penelitian terletak pada citra produk halal yang dikaitkan dengan <i>branding halal</i> yang dibahas oleh peneliti.	Perbedaan penelitian terletak pada jenis penelitian yang menggunakan kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan kualitatif.
9	Arista Fauzi Kartika Sari dan Junaidi, 2020: <i>Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding</i> .	Persamaan membahas tentang lebel halal atau <i>branding halal</i> .	Perbedaan penelitian terletak pada penelitian yang menggunakan paradigma interpretif, dalam ranah penelitian non-positivis sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi.
10	Warto dan Samsuri, 2020: <i>Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia</i> .	Persamaan penelitian terletak pada jenis penelitian yang menggunakan kualitatif dan pembahasan mengenai sertifikasi halal.	Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yakni membahas implikasi sertifikasi halal, sedangkan peneliti membahas tentang <i>positioning branding</i> halal terhadap usaha mikro.

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

Berdasarkan sejumlah penelitian yang telah dijelaskan dan dijadikan sebagai landasan penelitian disimpulkan bahwa sertifikasi halal gratis atau halal *self declare* memudahkan usaha mikro untuk mendapatkan sertifikasi halal untuk mewujudkan cita-cita di tahun 2024 agar semua pelaku usaha mikro memiliki sertifikasi halal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah Menentukan *positioning branding halal* usaha mikro yang menggunakan sertifikasi halal *self declare*.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian yang dapat memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan sesuai dengan rumusan masalah⁴⁰. Adapun kajian teori yang diterapkan diantaranya:

1. Strategi *Positioning*

a. Pengertian Strategi *Positioning*

Strategi bertujuan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan cara organisasi atau pelaku usaha akan mencapai tujuantujuannya, dengan mengevaluasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, dan sumber daya serta kemampuan internal perusahaan.⁴¹

⁴⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, 40

⁴¹ M.F. Hidayatullah et al., "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik DOT.ID." *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no. 1 (2023): 129
https://www.researchgate.net/profile/Mf-Hidayatullah/publication/377364320_STRATEGI_DIGITAL_MARKETING_DENGAN_INSTAGRAM_DAN_TIKTOK_PADA_BUTIK_DOTID/links/65a25e2faf617b0d8741b251/STRATEGI-DIGITAL-MARKETING-DENGAN-INSTAGRAM-DAN-TIKTOK-PADA-BUTIK-DOTID.pdf

Positioning adalah salah satu aktivitas perusahaan dalam merancang produk dan strategi marketing agar dapat menciptakan kesan tertentu yang diingat dibenak konsumen.⁴² Strategi *positioning* bukanlah tentang aktivitas yang dilakukan perusahaan terhadap produknya akan tetapi tentang aktivitas yang perusahaan lakukan terhadap persepsi konsumen.⁴³ Persepsi konsumen yang dimaksud adalah penempatan produk atau jasa pada benak konsumen dengan memberikan ciri-ciri yang unik dan berbeda dari pesaing lainnya. Strategi *positioning* juga merupakan sebuah cara yang digunakan dalam perusahaan untuk menanamkan citra, persepsi dan imajinasi atas produk yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen melalui proses komunikasi.⁴⁴

Positioning menyangkut bisnis mendapatkan kepercayaan dari konsumen. *Positioning* juga sebagai janji yang diberikan produk, merek, dan perusahaan kepada konsumen. *Positioning* harus memberikan makna, dan makna tersebut harus penting bagi konsumen, atau dengan kata lain perusahaan mendesain citra (*image*) dan penawaran nilai dimana konsumen dapat mengerti dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Berdasarkan hal tersebut, *positioning*

⁴² Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta, Erlangga, 2019) 247.

⁴³ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2008), 218-219.

⁴⁴ Ali Mujahidin, Ifa Khoirianingrum, "Analisis Segmentasi, Targeting, Positionig (STP) Pada Zakiyyah Housei Bojonegoro," *Prosiding Seminar Nasional Unimus 2*, (2019): 288. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/397/400>

berorientasikan pada persepsi atau pemikiran konsumen.⁴⁵ Jadi, *positioning* adalah tindakan untuk mendapatkan celah di benak konsumen agar konsumen memiliki persepsi dan citra yang khusus terhadap produk dan perusahaan.

Positioning dilakukan untuk menciptakan citra baik yang diharapkan perusahaan, maksudnya adalah keterkaitan langsung dengan bagaimana konsumen yang berada pada segmen pasar tertentu atau spesifikasi perusahaan dalam mempersepsikan produk perusahaan.

Positioning dalam konteks pemasaran adalah cara suatu produk, merek atau organisasi perusahaan dipersiapkan secara relatif terhadap produk, merek atau organisasi para pesaing oleh pelanggan saat ini ataupun calon pelanggan.⁴⁶ Sedangkan Kotler dan Armstrong berpendapat bahwa *positioning* adalah meregulasi produk untuk menempati tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan dibandingkan dengan pesaing lain dalam benak atau pikiran konsumen yang menjadi sasaran. Kotler dan Keller berpendapat bahwa *positioning* adalah merancang penawaran dan citra organisasi agar bisa mendapatkan tempat khusus dalam pemikiran pasar.⁴⁷

⁴⁵ Ali Mujahidin, Ifa Khoirianingrum, 288.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, 218-219.

⁴⁷ Anggi Rahmawati, Hanif Aulawi, "Dampak Penerapan Segmentation, Targeting, Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional.", *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 214. <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1458>

b. Pembagian *Positioning*

Dari penjelasan di atas, maka penjelasan di bawah ini merupakan pembagian *positioning*, dalam melakukan *positioning* ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam melakukan *positioning* yaitu⁴⁸ :

1. *Benefit Positioning* (memposisikan manfaat)

Produk yang diposisikan sebagai pemimpin dalam manfaat tertentu. Bisa dikatakan dalam posisi ini sebuah produk ditepatkan sebagai yang terdepan atau yang terunggul dalam hal manfaat tertentu yang ditawarkan kepada pelanggan. Perusahaan sering menggunakan *benefit positioning* sebagai strategi untuk menempatkan merek di pasar, memposisikan merek dengan mengasosiasikan nama dengan keuntungan yang diinginkan, suatu merek akan sukses ketika produk yang dipakai itu bermanfaat bagi konsumennya.⁴⁹

Benefit menggambarkan apa yang ingin diperoleh konsumen dari pembelian merek tertentu. Yaitu, apa yang dapat diperoleh konsumen dari pembelian merek tertentu yang tidak dapat diberikan oleh merek lain.

Perusahaan memposisikan merek mereka berdasarkan manfaat yang akan diperoleh konsumen dari pembelian merek.

⁴⁸ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, 230-231.

⁴⁹ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta, Erlangga, 2019)

Dalam mengidentifikasi terdapat 2 manfaat produk bagi konsumen yaitu⁵⁰:

a) Manfaat fungsional

Manfaat fungsional berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya. Manfaat fungsional dapat diukur berdasarkan:

1) Kesenangan atau kenyamanan

Kesenangan atau kenyamanan adalah kondisi atau perasaan yang dihasilkan dari pengalaman yang menyenangkan, memuaskan, atau memberikan rasa aman dan tenang. Keduanya merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam interaksi sosial, penggunaan produk, maupun dalam rutinitas hidup.

Kesenangan dan kenyamanan mengacu pada pengalaman positif yang dirasakan oleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk. Kesenangan konsumen biasanya berkaitan dengan rasa kepuasan yang diperoleh dari produk.

⁵⁰ Tatiana Vasilieva astray, "How Do Consumers Make Their Purchase Decisions Between Genuine and Counterfeit Products?" (*Thesis, The University of Guelph*, 2011). <https://atrium.lib.uoguelph.ca/server/api/core/bitstreams/8282fa23-620a-4856-b644-06602c321386/content>

2) Keamanan

Keamanan produk adalah serangkaian tindakan, praktik, dan standar yang dirancang untuk memastikan bahwa suatu produk aman digunakan oleh konsumen atau pengguna sesuai dengan tujuan penggunaannya. Keamanan produk mencakup aspek-aspek yang bertujuan untuk mencegah risiko cedera, kerusakan, atau bahaya lainnya yang mungkin timbul selama penggunaan produk tersebut.

3) Keawetan

Keawetan produk adalah kemampuan suatu produk untuk bertahan dalam jangka waktu lama tanpa mengalami kerusakan atau penurunan kualitas signifikan, meskipun digunakan sesuai dengan tujuan dan frekuensi normal produk yang awet biasanya menunjukkan daya tahan lama terhadap kerusakan sebuah produk.

4) Garansi

Garansi produk adalah janji atau jaminan yang diberikan oleh produsen atau penjual kepada konsumen bahwa produk yang dibeli akan berfungsi sesuai spesifikasinya dan jika produk mengalami kecacatan

maka produsen atau penjual bertanggung jawab untuk memperbaiki, mengganti, dan mengembalikan uang.

Manfaat fungsional diperoleh dari atribut berwujud dan tidak berwujud yang dapat dialami langsung oleh pelanggan saat menggunakan merek.⁵¹

b) Manfaat Simbolik

Manfaat simbolik adalah manfaat konsumsi produk yang lebih ekstrinsik. Konsumen biasanya sesuai dengan atribut yang tidak terkait dengan produk dan berhubungan dengan kebutuhan mendasar untuk persetujuan sosial, ekspresi pribadi, dan harga diri.

Manfaat simbolik berkaitan dengan kemampuan suatu produk dalam memberikan *image* bagi penggunaannya.

Manfaat simbolik dapat diukur berdasarkan:

1) Identifikasi sosial

Konsep diri individu yang terbentuk dari hubungannya dengan produk tertentu. Identitas sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia dan memengaruhi cara berpikir, perasaan, dan tindakan seseorang tentang produk.

⁵¹ Lawrence Amadi, "Brand Benefit Positioning Strategy And Repurchase Intention Of Consumers Of Food And Beverages Brands In Rivers State, Nigeria." *World Bulletin of Management and Law* 7 (2022): 23.
<https://www.scholarexpress.net/index.php/wbml/article/view/544>

2) Status

Status adalah kondisi atau keadaan tertentu dari suatu objek, individu, atau sistem pada suatu waktu. Status dapat merujuk pada berbagai aspek, seperti posisi, tingkat, situasi, atau keadaan saat ini yang sedang dialami oleh sesuatu. Status juga bisa bersifat sementara atau permanen, dan sering digunakan dalam berbagai konteks.

Mengingat bahwa suatu merek dapat menawarkan manfaat kepada konsumen, oleh karena itu perusahaan dapat memposisikan mereknya berdasarkan satu atau lebih manfaat.

2. *Competitor Positioning* (penentuan posisi pesaing)

Klaim produk dengan posisi persaingan terhadap pesaing utama. Bisa artikan bahwa bagaimana suatu produk diposisikan berbeda dengan produk lainnya. Klaim itu juga bisa berupa perbandingan langsung dengan produk pesaing. Penentuan posisi pesaing merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk membedakan produk dari penawaran pesaing. Strategi ini juga bertujuan untuk menentukan posisi dalam pasar dan menciptakan nilai bagi pasar.

Untuk posisi pasar yang paling efektif maka perlu diidentifikasi struktur pasar dan posisi pesaing. Berdasarkan penentuan posisi pesaing tersebut maka perencana dapat

menentukan posisi produk perusahaannya dibandingkan dengan posisi produk pesaing.⁵²

Untuk untuk memposisikan produk sebagai upaya *competitor positioning* terdapat 2 faktor yakni⁵³:

a. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk membedakan produk atau layanannya dari produk atau layanan yang serupa. Diferensiasi produk penting dalam pasar yang kompetitif untuk merebut pangsa pasar dan mendorong preferensi pelanggan.

b. Keunggulan produk

Keunggulan produk adalah pendekatan manajemen produk yang bertujuan mendapatkan produk yang tepat untuk dipasarkan dengan cepat. Keunggulan produk juga dapat diartikan sebagai perbedaan atau superioritas yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk kompetitor. Keunggulan produk dapat menjadi faktor pembentuk persepsi kepuasan konsumen. Konsumen akan menilai nilai suatu produk berdasarkan kualitas produk yang didapatkan

⁵² Ni Ketut Yulia Agustini, "Segmentasi Pasar, Penentuan Target, dan Penentuan Posisi," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 1, no.2 (2003), 105. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/169>

⁵³ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta, Erlangga, 2019) 247-249.

dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya lainnya.

Untuk menentukan *competitor positioning* pada produk secara keseluruhan menonjolkan nama mereknya secara utuh dan diposisikan lebih baik dari pesaing. Misalnya *Lion Country Safari* dapat beriklan memiliki lebih banyak macam binatang dibanding dengan *Japanese Deer Park*.⁵⁴

3. *Quality or price Positioning* (penentuan posisi kualitas atau harga)

Perusahaan berusaha untuk membangun persepsi atau citra produk mereka sebagai produk berkualitas tinggi dengan menetapkan harga premium, atau sebaliknya, mereka menekankan harga yang terjangkau sebagai penanda nilai.

Strategi posisi kualitas digunakan perusahaan untuk menunjukkan bahwa produknya memiliki kualitas terbaik dibandingkan kompetitor. Perusahaan yang menggunakan strategi ini biasanya menekankan kualitas produknya meskipun harganya lebih mahal. Strategi posisi harga digunakan perusahaan untuk menentukan harga produk atau layanannya sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan. Perusahaan yang menggunakan strategi ini biasanya berani menawarkan harga

⁵⁴ Susetyarsi, "Strategi Penetapan Posisi (Positioning)," *Journal Article: Jurnal Stie Semarang* 3, no 3 (2011) 5. <https://www.neliti.com/publications/134306/strategi-penetapan-posisi-positioning>

murah untuk bersaing dengan kompetitor. Strategi ini dinilai efektif untuk menyasar kalangan yang lebih luas.

a. Penentuan posisi kualitas

Strategi ini bertujuan untuk menyediakan produk dan layanan dengan kualitas terbaik. Produk yang memiliki kualitas berbeda akan diposisikan secara berbeda di pasar. Misalnya, mobil mahal akan diposisikan sebagai mobil mewah, sedangkan mobil murah akan diposisikan sebagai pilihan yang terjangkau.

b. Penentuan posisi harga

Strategi ini bertujuan untuk menetapkan harga produk atau layanan pada titik yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan. Penentuan posisi harga yang efektif dapat membantu bisnis meningkatkan profitabilitas, menarik pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Dalam hal ini produk diposisikan sebagai menawarkan nilai terbaik. Misalnya *Busch Gardens* dapat memposisikan diri sebagai nilai terbaik untuk harga (dibandingkan penetapan posisi seperti kualitas tinggi/harga tinggi atau harga termurah).⁵⁵

⁵⁵ Susetyarsi, "Strategi Penetapan Posisi (Positioning)," 5,

2. *Branding Halal*

a. *Pengertian Branding Halal*

Branding atau merek merupakan salah satu perilaku pasar sebagai reaksi dari struktur pasar, selain itu *branding* menjadi salah satu bentuk dalam pemasaran. Saat ini, merek menjadi salah satu penciri dari sebuah produk agar produk tersebut dikenal di masyarakat. Bukan hanya barang, jasa pun juga demikian, maka setiap produsen berlomba untuk membuat merek yang mudah diingat dan bisa melekat dalam alam bawah sadar pelanggannya.⁵⁶

Branding halal dimaknai sebagai proses melakukan diferensiasi produk dengan *brand halal* bagai bentuk keunggulan yang ditawarkan. *Branding halal* menjadi sebuah proses produk dari hulu sampai di tangan konsumen dengan pertanggung jawaban halal sebagai bentuk jaminan keamanan akan produk dilihat dari segi kualitas maupun dari segi agama.⁵⁷

b. *Faktor-faktor branding halal*

Diferensiasi produk dengan *brand halal* sebagai bentuk keunggulan ada beberapa faktor yang harus dimiliki yaitu :

⁵⁶ Nikmatul Masruroh et al., "The Halal Branding in International Trade of Edamame Soybean Agricultural Products," *In Annals of Agri-Bio Research* 26, (2021) <http://digilib.uinkhas.ac.id/12779/1/Nikmatul%20Masruroh%20Agribiop.pdf>

⁵⁷ Nikmatul Masruroh, "Dinamika Identitas dan Religiusitas pada Branding Halal di Indonesia," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 14, no. 2 (2020): 232. <https://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/view/553>

1. Sertifikasi Halal

Kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa yang tertulis dan dikeluarkan oleh MUI. Fatwa halal yang telah dihasilkan oleh MUI ditaati dan dipatuhi oleh pemerintah dan umat Islam.⁵⁸

Berkaitan dengan sertifikasi halal, Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal menjadi payung hukum yang mengatur produk halal yang ada di Indonesia. Sedangkan yang dimaksud dengan sertifikasi halal bukti kehalalan produk yang diterbitkan oleh BPJPH yang berasal dari keputusan fatwa halal tertulis dari MUI (Pasal 1 ayat 10 UU No.33/2014). Pencantuman label halal di Indonesia menjadi sebuah kewajiban “produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal” (Pasal 4 UU No.33/2014). Segala hal yang berkaitan dengan sertifikasi halal produk halal dicantumkan dalam aturan pelaksana UU No.33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal yang dimuat dalam Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.⁵⁹

Memiliki sertifikasi halal juga menjadi jaminan halal sesuai yang diharapkan oleh konsumen dengan menjamin produk

⁵⁸ Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, “Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program *Self Declare*,” 638-639.

⁵⁹ Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfaid Fedro, “Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia,” 183.

akhir yang diproduksi disertifikasi oleh MUI, menjamin seluruh bahan yang digunakan halal dan telah tersertifikasi dan menjamin produksi yang bersih dan bebas dari bahan yang tidak halal dan najis.⁶⁰

2. Label Halal

Label halal adalah pemberitan tanda halal atau bukti halal tertulis sebagai jaminan produk halal dengan tulisan Halal dalam huruf arab, huruf lain dan motor kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksa produk halal dari MUI, fatwa halal dari MUI, sertifikasi halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk halal bahwasannya produk itu halal jika dikonsumsi atau digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk.⁶¹

⁶⁰ Nikmatul Masruroh et al., "The Competitive Advantage of Halal-Certified Food in International Trade by PT. Mitartani Dua Tujuh Jember," *Proceedings of Islamic Economics, Busiess, And Philanthropy* 2, Issue 2 (2023): 305.

<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1221/484>

⁶¹ Ian Alfian dan Muslim Marpaung, "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan" *Jurnal At-Tassawuth* 2, no 1 (2017): 126. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777>

Menurut Abd Latif label makanan halal terdiri dari tiga bagian yaitu: terdapat logo halal, dan terdapat label komposisi.⁶²

a) Logo Halal

Logo halal adalah adalah suatu gambar, sketsa, atau tulisan halal sebagai tanda halal suatu produk tertentu dari suatu perusahaan, dan industri kecil yang dijamin bahwa produk tersebut sudah sesuai dengan syariat Islam.⁶³

Gambar 2. 1 Logo Halal



b) Label Komposisi

Produk halal harus mencantumkan komposisi dari produk, dalam undangan Undang Undang No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan Pasal 30 dijelaskan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai :

⁶² Muhammad Fahmul Iltiham dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Kebajikan* (Pasuruan : Fai Press 2019), 59.

⁶³ Iltiham dan Nizar, 14-15

- 1) Nama produk
- 2) Daftar bahan yang digunakan
- 3) Berat bersih atau isi bersih
- 4) Alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia
- 5) Keterangan tentang halal
- 6) Tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.

Jadi dalam pasal ini jelas sekali bahwa pelaku usaha harus mencantumkan komposisi bahan pada produk yang didaftarkan pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJBH) dan dilarang merekayasa bahkan merubah tanggal produksi produk yang dijual.⁶⁴

3. *Halal Brand Image*

Dalam pemasaran produk, halal menjadi *branding* atau usaha memperkenalkan kepribadian dari merek melalui atribut-atribut mereknya. Halal menjadi aset bisnis yang dilekatkan pada produk untuk memberikan aksesoris religiusitas dalam produk yang ditawarkan. Halal menurut ajaran agama Islam diartikan sebagai hal-hal yang diizinkan dan dianjurkan berdasarkan pada syariah atau hukum agama Islam. Oleh karenanya, *halal brand image* diartikan sebagai citra produk halal yang sesuai dengan ajaran agama Islam. *Halal brand image* diukur dengan beberapa

⁶⁴ Iltiham dan Nizar, 37-38

indikator diantaranya halal *brand association*, denotasi simbolik produk, manfaat fungsional dan afektif merek.⁶⁵

a. *Halal Brand Association*

Brand association adalah segala sesuatu yang dapat mengingatkan konsumen terhadap merek tersebut. *Brand association* dapat menjadi pembeda antara produk induk dengan produk lain sejenis, sehingga akan mencitrakan produk tersebut sesuai dengan tujuan produk tersebut dipasarkan, lebih lanjut *association* merek dapat menciptakan suatu nilai bagi suatu perusahaan dari para pelanggan, karena ia dapat membantu penyusunan informasi untuk membedakan antar merek.⁶⁶

b. Denotasi Sombolik Produk

Denotasi merupakan makna sesungguhnya atau sebuah fenomena yang tampak dengan panca indera, atau bisa juga disebut deskripsi dasar. Contohnya adalah Coca-Cola merupakan minuman soda yang diproduksi oleh PT. Coca-Cola Company, dengan warna kecoklatan dan kaleng berwarna merah.

⁶⁵ Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, "Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah," 288.

⁶⁶ Pandi Afandi, "Brand Association Pada Suatu Produk," *Among Makarti* 6, no. 12 (2013), 3 <https://dx.doi.org/10.52353/ama.v6i2.85>

c. Manfaat Fungsional

Maksudnya adalah setiap produk memiliki 2 fungsi di mata pelanggan, yaitu fungsional dan emosional. Contoh dari *functional benefit* atau manfaat fungsional adalah teknologi, kualitas dan manfaat lain dari suatu produk secara fungsi.

d. Afektif Merek

Afektif merek adalah ranah yang berkaitan dengan sikap dan nilai, yang mencakup watak perilaku seperti perasaan, minat, sikap, emosi, dan nilai.

3. Halal *Self Declare*

a. Pengertian Halal *Self Declare*

Sertifikasi halal *self declare* adalah program pemberian pemerintah yang tidak dipungut biaya atau gratis bagi usaha mikro yang telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan, yaitu melalui mekanisme pernyataan pelaku usaha dengan melakukan validasi dan verifikasi pernyataan kehalalan oleh pelaku usaha dari PPH.⁶⁷

Definisi *self declare* adalah pernyataan sendiri, artinya usaha mikro bisa menyatakan sendiri kehalalan produknya. Namun ada mekanisme yang harus diikuti oleh pelaku usaha. Beberapa persyaratan yang harus dipatuhi yaitu harus ada pendamping Proses

⁶⁷ Bpjp.go.id, “Sertifikasi Halal Untuk UMK.” 19 Desember 2023. <https://bpjph.halal.go.id/detail/fasilitas-sertifikasi-halal-untuk-umk-bpjph-keuda-rangkul-perangkat-daerah-wilayah-timur-indonesia/>

Produk Halal (PPH), produk tidak termasuk beresiko tinggi (*low risk product*), menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya (bersertifikasi halal) atau termasuk pada bahan sesuai Keputusan Menteri Agama nomor 1360 tahun 2021 tentang bahan yang dikecualikan dari kewajiban bersertifikat halal, maka tidak memerlukan sertifikat halal.⁶⁸

b. Keunggulan Halal *Self Declare*

Sertifikasi halal *self declare* dinyatakan memudahkan dikarenakan terdapat beberapa hal yakni:

1. Gratis

Self declare atau sertifikasi halal mandiri merupakan program pemberian sertifikasi halal tanpa dipungut biaya bagi usaha mikro yang memenuhi syarat melalui mekanisme pernyataan pribadi dari pelaku usaha *self declare* dengan melakukan verifikasi dan validasi tentang pernyataan kehalalan oleh pelaku usaha dari Pendamping Produk Halal (PPH).⁶⁹

2. Mudah

Sertifikasi halal gratis adalah salah satu kemudahan yang diberikan pemerintah pada pelaku usaha melalui *self declare*.⁷⁰

⁶⁸ Herdifa Pratama, "Stakeholders Synergy In Accelerating Msme (UMKM) Halal Certification Through Halal Self-Declare," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Raushan Fikr* 11, no.2 (2022), 273 <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/raushanfikr/article/view/6054>

⁶⁹ Kemenag.go.id, "Sertifikasi Halal Untuk UMKM." 11 Juni 2022. <https://www.kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>

⁷⁰ Kasanah, Nur. "Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis." *Jelhum: Jurnal of Economics, Law, and, Humanities* 1, no. 2 (2022): 38. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jelhum/article/view/1196>

Dengan adanya sertifikasi halal *self declare* yang dikhususkan untuk usaha mikro yang memiliki resiko rendah agar bisa mendaftarkan produknya secara mandiri dan didampingi PPH secara berkala mulai dari awal hingga mendapatkan sertifikasi halal hal ini semata-mata untuk memudahkan pelaku usaha atau usaha mikro dalam mendapatkan sertifikasi halal produknya.

3. Mandiri

Self declare adalah pernyataan status halal produk usaha mikro secara mandiri. Pelaku usaha dapat melakukan *self declare* jika telah memenuhi syarat tertentu, yakni harus ada pendampingan oleh pendamping proses produk halal (PPH) yang terdaftar. 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 usaha mikro didasari oleh deklarasi mandiri pelaku usaha mikro 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.⁷¹

4. Didampingi oleh Penyelia Produk Halal (PPH)

Proses produksi usaha mikro didampingi oleh pendamping PPH. Tujuan pendampingan produk halal ini untuk proses verifikasi dan validasi pernyataan halal oleh pelaku usaha. Pendamping PPH dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan Islam atau Lembaga-Lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan atau Perguruan Tinggi melalui *Halal Center* yang dimiliki.⁷²

5. Alur pendaftaran sertifikasi halal *self declare*

Bagi para pelaku usaha mikro yang akan melakukan permohonan sertifikasi halal secara *self declare* harus memiliki dan melengkapi beberapa dokumen secara mandiri *online* melalui Si-Halal,⁷³ antar lain:

- a) Melengkapi Permohonan pendaftaran sertifikasi halal
- b) Adanya Akad/ikrar yang berisi pernyataan kehalalan produk dan bahan yang digunakan dalam proses produk halal

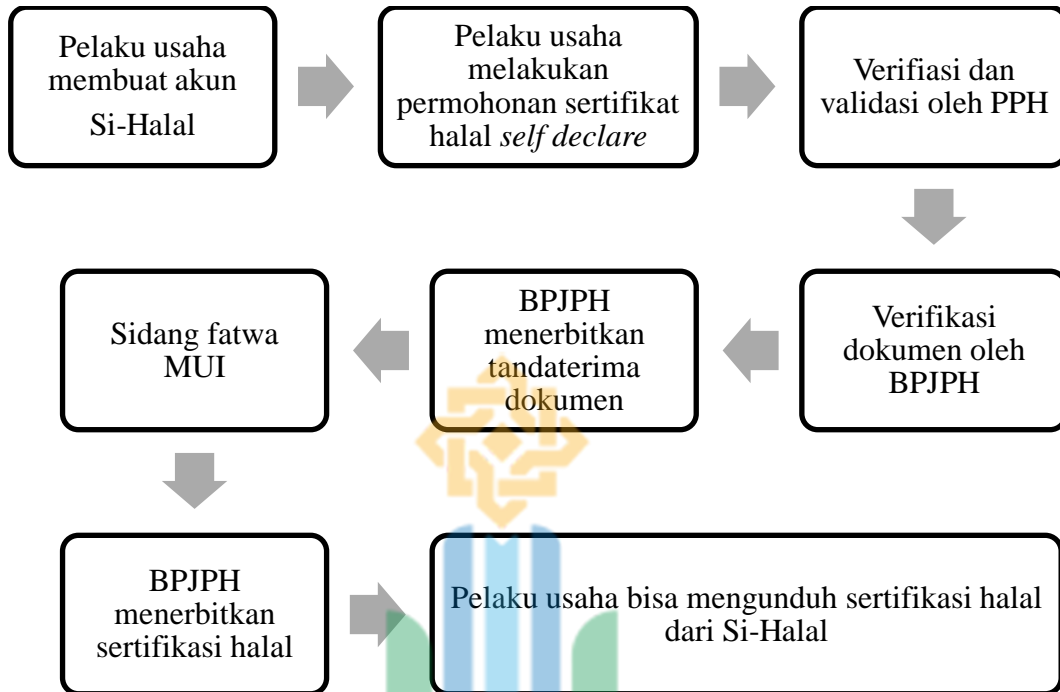
⁷¹ Istianah dan Gemala Dewi, "Analisis Masalah Pada Konsep Halal Self Declare Sebelum Dan Pasca Enactment Undnag-Undang Cipta Kerja," *Jurnal Hukum: Al 'Adl* 14, No.1 (2022), 97. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/aldli/article/view/5870/3529>

⁷² R Tanzil Fawaiq Sayyaf dan Ashfa Afkarina, "Peningkatan Kesadaran Makanan Halal Melalui Pendampingan Fikih Halal Dan Sosialisasi Self Declare Muhammadiyah," 92.

⁷³ Kemenag.go.id, "Syarat Sertifikasi *Halal Self Declare*" 11 Juni 2022. <https://www.kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>

- c) Semua Pengolahan produk yang terdiri dari dokumen pembelian, penerimaan dan penyimpanan bahan yang digunakan, alur proses produksi, pengemasan, penyimpanan produk jadi dan distribusi
- d) Pernyataan Kesiapan untuk didampingi oleh pendamping Proses Produk Halal (PPH)
- e) Salinan KTP penyalah halal, daftar riwayat hidup dan surat pengangkatan penyalah halal
- f) Melengkapi *template manual* Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang diisi dengan lengkap
- g) Adanya Foto/video terbaru saat proses produksi

Pendamping Proses Produk Halal (PPH) melakukan tugasnya setelah semua dokumen di atas terpenuhi. Kemudian akan dilanjutkan dengan verifikasi. Jika lolos verifikasi pendamping PPH maka akan dilanjutkan ke pengajuan fatwa MUI untuk mendapatkan ketetapan halal produk. Fatwa halal tersebut menjadi dasar dalam penerbitan sertifikat halal oleh BPJPH. Dalam proses penerbitan sertifikasi halal dibutuhkan waktu paling cepat 1 bulan dan paling lambat 3 bulan.

Gambar 2. 2 Alur Pengajuan *Self Declare*

Sumber : diolah peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bersifat deskriptif dengan data yang terkumpul berbentuk kata atau gambar yang dianalisis dan dideskripsikan sehingga dapat dengan mudah dipahami, metode kualitatif tidak menekan pada perolehan data angka. Pencarian data kualitatif dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi sehingga dapat dilakukan analisis data secara berulang-ulang yang mengacu pada hasil pengumpulan data sehingga menghasilkan temuan yang disusun dalam tema tertentu.⁷⁴

Pendekatan kualitatif deskriptif menjelaskan fenomena yang terjadi dan dialami pada subjek penelitian. istilah yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.⁷⁵

Jenis penelitian dalam melakukan penelusuran ini adalah dengan deskriptif, jenis penelitian deskriptif yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Jenis penelitian ini dapat menjawab pertanyaan apa, di mana,

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), 9.

⁷⁵ Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 4.

kapan dan bagaimana, tetapi tidak untuk pertanyaan mengapa. Tidak seperti dalam penelitian eksperimental, peneliti tidak mengontrol atau memanipulasi variabel apa pun, tetapi hanya mengamati dan mengukurnya.⁷⁶

Penelitian deskriptif dianggap relevan digunakan untuk mengetahui pelaksanaan *branding halal* yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro. *Branding halal* tersebut ditujukan untuk memperoleh *positioning branding halal* melalui *halal self declare*. Sehingga perlu dilakukan kerja penelitian kualitatif untuk menggali lebih jauh tentang *positioning* penggunaan sertifikasi halal dengan *self declare*. Sebab sebelumnya, usaha mikro dalam melakukan sertifikasi halal mengikuti aturan regular. Namun untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat halal dunia tahun 2024, model *self declare* ini dilakukan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan di mana penelitian tersebut hendak dilakukan biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, teks dan sebagainya).⁷⁷ Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kaliwates yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 125.855 jiwa dengan jumlah umat Muslim sebanyak 116.838.⁷⁸ Kecamatan Kaliwates merupakan daerah yang strategis untuk mengembangkan usaha usaha mikro dikarenakan terdapat sektor pendidikan, pusat perbelanjaan, dan perkantoran. Keberadaan hal

⁷⁶ Feny Rita Finantika, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi) 2022, 88.

⁷⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, 47

⁷⁸ BPS, *Kecamatan Kaliwates Dalam Angka 2022*, 39-141.

tersebut menyebabkan para pelaku usaha mikro berusaha untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia di Kecamatan Kaliwates.

Dengan penduduk muslim yang terbanyak dapat diartikan bahwa produk dan jasa halal memiliki posisi atau *posistioning* tersendiri dengan di *brandingnya* produk-produk halal maka akan memunculkan citra baik yang melekat di benak konsumen. Dengan adanya diferensiasi produk yang membedakan produk dari yang lain dengan menonjolkan kehalalannya. Tentu saja dalam memposisikan *brand halal* membutuhkan literasi mengenai produk halal terhadap pelaku usaha dan konsumen.

C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dituliskan jenis data dan sumber data dengan menentukan siapa saja yang akan dijadikan informan atau narasumber. Dalam penelitian ini peneliti memilih *purposive* sebagai teknik pemilihan narasumber. *Purposive* yaitu pengambilan informan yang di dasarkan pada penilaian peneliti mengenai siapa saja yang dapat memenuhi syarat untuk dijadikan informan.⁷⁹ Sumber data pada penelitian ini terdapat 3 informan sebagai berikut :

1. Pelaku usaha mikro
 - a. Eva (pemilik usaha mikro es kwentell, Kelurahan Kaliwates)
 - b. Sri (pemilik usaha mikro gado-gado, Kelurahan Kepatihan)
 - c. Niken (pemilik sentra usaha mikro, Kelurahan Mangli)

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 94.

- d. Asmawi (pemilik usaha mikro molen nyoman, Kelurahan Jember Kidul)
- e. Ratna (pemilik usaha mikro kuping gajah, Kelurahan Kebonagung)
- f. Lilis (pemilik usaha mikro bidaran, Kelurahan Tegal Besar)
- g. Benny (pemilik usaha mikro puding, Kelurahan Sempusari)

Penelitian ini mengambil 7 pelaku usaha mikro yang dijadikan informan untuk memperoleh informasi sesuai dengan kriteria dan ketentuan yang dibutuhkan oleh peneliti. Pengambilan usaha mikro ini dikarenakan usaha mikro memiliki jumlah paling banyak yakni 102 pelaku usaha dibanding usaha kecil yang berjumlah 35 pelaku usaha dan usaha menengah yang hanya berjumlah 20 pelaku usaha, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi usaha mikro yang skala paling kecil juga memiliki kesempatan untuk mendaftarkan produknya agar mendapatkan sertifikasi halal sehingga dapat membranding *halal* usaha dan produknya melalui *self declare*.

Usaha mikro di atas merupakan beberapa usaha yang telah mengajukan sertifikasi halal *self declare* dan sertifikasi halalnya telah terbit selama 1 tahun. Kecamatan Kaliwates terdapat 7 Kelurahan sehingga peneliti mengambil masing-masing informan usaha mikro yang terdapat pada tiap Kelurahan dan memilih produk yang berbeda dari masing-masing Kelurahan tersebut bertujuan agar mendapatkan informasi secara merata.

2. Pendamping PPH

- a. Ali Yusuf
- b. Radela
- c. Muthmainah

Penelitian ini mengambil 3 pendamping PPH dikarenakan PPH berperan dalam proses sertifikasi halal *self declare* dan memiliki tugas untuk mendampingi pelaku usaha mikro yang melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare*. PPH di atas telah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh BPJBH dan telah memiliki pengalaman mendampingi pelaku usaha mikro dalam mendaftarkan produk masing-masing lebih dari 5 pelaku usaha mikro.

3. Konsumen

- a. Ardi
- b. Rifqi
- c. Jainuri

Penelitian ini mengambil 3 informan konsumen untuk mendapatkan informasi sebagai penguat mengenai *positioning branding halal* dan terdapat kriteria dalam pemilihan informan. Konsumen di atas pernah menggunakan atau mengonsumsi produk yang bersertifikasi halal dalam jangka waktu 3 bulan terakhir dan frekuensi pembelian secara rutin atau lebih dari satu kali sehingga memiliki pengalaman yang lebih mendalam untuk mendapatkan informasi sebagai penguat usaha mikro dalam membranding halal produk.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.⁸⁰ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁸¹ Metode observasi ini merupakan suatu kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pengamatan sendiri yang sesuai dengan kenyataan, sebab pengamatan melihat, mendengar atau mendengarkan, mencium suatu objek penelitian dan nantinya peneliti menyimpulkan dari hal yang peneliti amati tersebut. Dalam hal ini, observasi dilakukan dengan melihat dan mengumpulkan data terkait strategi *positioning branding halal* usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022), 224-225

⁸¹ Sugiyono, 145.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.⁸² Wawancara yang digunakan semi-struktur karena lebih bebas. Metode wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data tentang:

1. Implementasi *branding halal* usaha mikro melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
2. *Benefit positioning branding halal* usaha mikro melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
3. *Competitor positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
4. *Quality or price positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Sehingga wawancara dilakukan dengan berdialog dengan informan-informan yang mengetahui strategi *positioning branding*

⁸² Sugiyono, 231.

halal usaha mikro melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa-peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.⁸³ Metode ini bermaksud untuk memperjelas dari metode-metode observasi dan wawancara. Adapun peneliti melakukan dokumentasi terkait usaha kecil yang melalui *halal self declare* di kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, dan wawancara dengan informan.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, catatan singkat, dan pertanyaan-pertanyaan analitis sepanjang penelitian.⁸⁴ Analisis data di sini menggunakan analisis interpretasi. Hasil dari analisis data merupakan suatu interpretasi. Hasil di sini dipahami bahwa seorang peneliti membuat suatu kesimpulan dari rumusan

⁸³ Sugiyono, 240.

⁸⁴ John W. Cresswell, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 274

masalah dan hipotesis yang sudah dianalisis.⁸⁵ Adapun dalam model analisis penelitian kualitatif yang diterapkan pada model Miles dan Huberman dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁸⁶ Adapun aktivitas dalam menganalisa data sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data-data atau fakta-fakta yang digunakan untuk bahan penelitian. contoh teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan observasi, wawancara, intisari dokumen, rekaman.

3. Penyajian Data

Penyajian data, pada tahap ini data dilakukan dengan cara mengelompokkan data yang sudah diperoleh dalam bentuk uraian. Melalui tahap ini, peneliti bisa memahami apa yang terjadi data apa yang

⁸⁵ Cresswell, 227

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 132-133

harus dilakukan lebih jauh menganalisis atau mengambil tindakan yang berdasarkan atas pemahaman yang di dapat dari penyajian tersebut.

4. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Pada tahapan ini adalah tahapan terakhir dalam menganalisis data. Dalam tahap ini, peneliti akan menyimpulkan data yang telah diperoleh selama melakukan penelitian. Kesimpulan dapat berupa temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Tidak lupa juga peneliti melakukan pemeriksaan data-data yang telah didapat yang disebut verifikasi data. Secara singkat, maknamakna yang muncul harus diuji kebenarannya, kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya.⁸⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif, dalam hal ini peneliti menggambarkan strategi *positioning branding halal* usaha mikro melalui halal *self declare*. Maka dari itu, data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi digambarkan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, bukan dalam bentuk angka-angka statistik atau presentase seperti penelitian kuantitatif.

F. Keabsahan Data

Pada bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha peneliti yang hendak dilakukan untuk memperoleh keabsahan data-data temuan dilapangan. Dalam penelitian ini peneliti menguji keabsahan data-datanya dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan penggabungan data untuk melihat kredibilitas data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data dan

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 246- 253

berbagai sumber data. Triangulasi sumber merupakan perolehan data dengan sumber yang berbeda dengan teknik yang sama sedangkan triangulasi teknik merupakan perolehan data dengan sumber yang sama dan teknik yang berbeda.⁸⁸ Dengan demikian keabsahan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan uji triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber dengan teknik yang berbeda.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap penelitian merupakan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya sampai pada penulisan laporan.⁸⁹ Adapun beberapa hal yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Merupakan hal-hal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian diantaranya :

- a. Menentukan objek penelitian.
- b. Menentukan fokus penelitian.
- c. Mencari data dan informasi terkait.
- d. Membuat matriks penelitian.
- e. Membuat surat izin penelitian.

2. Tahap Lapangan

Pada tahap ini peneliti melakukan observasi dengan beberapa informan yang sudah dipersiapkan untuk memperoleh data yang

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 125-127

⁸⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, 48

berkaitan dengan strategi *positioning branding halal* usaha mikro melalui halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

3. Tahap Penyelesaian

Pada tahap ini peneliti menggunakan penghalusan data dan didapat dari subyek, informan, maupun dokumen dengan memperbaiki segi bahasa dan sistematikanya supaya dalam pelaporan hasil penelitian tidak terjadi kesalahpahaman atau salah tafsir.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah usaha mikro yang mendaftarkan sertifikasi halal secara *self declare* yang berada di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai objek dan gambaran penelitian, maka dikemukakan secara detail objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Kaliwates adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dulunya kecamatan ini bernama Kecamatan Jember, hingga tahun 1976 Kecamatan Jember dipecah menjadi 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Patrang dan Kecamatan Sumbersari. Kaliwates bersama Patrang dan Sumbersari adalah wilayah inti dari ibukota Kabupaten Jember yaitu Kota Jember. Letak Kantor Bupati Jember berada di Kecamatan ini, sehingga Kecamatan Kaliwates bisa juga disebut sebagai ibukota Kabupaten Jember.⁹⁰

Kaliwates juga menjadi pusat Perbelanjaan/*Mall*, dan Penginapan/Hotel utama di kota Jember. Seperti *Roxy Mall and Supermarket*, Lippo Plaza, Transmart Jember, Matahari *Departemen Store* dan Pasar Tanjung (pasar tradisional utama di kota Jember) adalah segelintir dari beberapa Perbelanjaan di kota Jember. Kantor Polres

⁹⁰ Urip, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 29 April 2024

Jember, Kantor Bank Indonesia Jember, Kantor OJK, Kantor Cabang PTPN XII, dan beberapa kantor kedinasan juga terletak di kecamatan ini. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Universitas Islam Jember adalah Perguruan Tinggi yang ada di Kaliwates.

2. Kondisi Geografis

Kecamatan Kaliwates memiliki luas $\pm 24,94$ km² dan berada di ketinggian ± 110 mdpl. wilayah sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Patrang, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Sumpusari, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Ajung, dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Sukorambi. Kecamatan Kaliwates terdiri dari 7 Kelurahan yaitu Kelurahan Mangli, Kelurahan Sempusari, Kelurahan Kaliwates, Kelurahan Tegal Besar, Kelurahan Jember Kidul, Kelurahan Kepatihan, dan Kelurahan Kebon Agung. Kelurahan terluas adalah Kelurahan Tegal Besar dengan prosentase 30,55 % dari luas wilayah kecamatan Kaliwates. Kelurahan terkecil adalah Kelurahan Jember Kidul dengan Prosentase 7,98 % dari luas wilayah Kecamatan Kaliwates.

Kecamatan Kaliwates terdiri dari 7 kelurahan dengan 32 Dusun/Padukuhan, 154 Rukun Warga (RW), dan 535 Rukun Tetangga (RT). Bertambahnya jumlah RT disebabkan ada perubahan wilayah administratif di wilayah setempat yang dimana untuk mendirikan RT harus memenuhi aturan perundangan nomor 10 tahun 2002 tentang pedoman

pembentukan RT, RW. Kelurahan tegal besar mempunyai Dusun sebanyak 9, Rukun Warga 40 dan Rukun Tetangga 143.

Tabel 4.1

Luas daerah Kelurahan di Kecamatan Kaliwates

No	Kelurahan	Luas Total Area km2
1.	Mangli	2,97
2.	Sempusari	3,65
3.	Kaliwates	3,71
4.	Tegal Besar	7,62
5.	Jember Kidul	1,99
6.	Kepatihan	2,08
7.	Kebon Agung	2,92

Sumber : Data Kecamatan Kaliwates

3. Kondisi Demografis

Penduduk Kecamatan Kaliwates tersebar di tujuh kelurahan. Berdasarkan jumlah penduduk hasil Sensus Penduduk tahun 2020 sebanyak 125.855 jiwa. Jumlah penduduk yang terbesar berada di Kelurahan Tegal Besar sebanyak 41.851 jiwa, dan penduduk yang paling sedikit berada di Kelurahan Kebon Agung sebanyak 6.904 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki hasil sensus penduduk 2020 sebanyak 62.097 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 63.758 jiwa. Sedangkan data yang bersumber dari Dinas Kependudukan untuk jumlah penduduk di Kabupaten Jember Tahun 2021 sebanyak 118.062 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 58.087 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 59.975 jiwa.

Tabel 4.2**Perkembangan jumlah penduduk di kecamatan Kaliwates 2020-2021**

No	Jumlah Penduduk	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Jumlah penduduk tahun 2020	62.097 orang	63.758 orang	125.855
2.	Jumlah penduduk tahun 2021	58.087 orang	59.975 orang	118.062

Sumber : BPS Kecamatan Kaliwates 2022

4. Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates

Terdapat UMKM yang berada didalam binaan Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan (TP PKK) Kecamatan Kaliwates yang berjumlah 36 anggota yang langsung dibina dan didampingi langsung akan tetapi usaha yang masuk kedalam TP PKK belum terdaftar dalam data sertifikasi halal *self declare*.

Tabel 4.3**Data Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates**

No	Kelurahan	Usaha mikro
1	Mangli	23
2	Tegal Besar	25
3	Sempusari	14
4	Kepatihan	18
5	Jember Kidul	13
6	Kaliwates	7
7	Kebonagung	2
Jumlah		102

Sumber: Data LPH UIN KHAS Jember

Terdapat UMKM yang telah melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* di Kecamatan Kaliwates yang berjumlah 157 pelaku usaha. Dari 157 pelaku usaha terbagi 3 bagian yakni:

- a. Usaha mikro yang berjumlah 102
- b. Usaha kecil yang berjumlah 35
- c. Usaha menengah yang berjumlah 20

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah usaha mikro paling banyak diantara usaha kecil dan usaha menengah.

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Implementasi *Branding Halal* Melalui *Self Declare* Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Branding halal dimaknai sebagai proses diferensiasi produk atau produk yang memiliki keunggulan berbeda dari pada produk yang lain, dan produk tersebut menjadi unggul. *Branding halal* juga memiliki tanggung jawab dari segi kualitas produk serta kehalalannya, dikarenakan proses produk dari hulu ke hilir yang sampai ke tangan konsumen dengan kehalalannya sebagai jaminan keamanan dan kualitas produk kepada konsumen.⁹¹ Lebih detailnya *branding halal* memiliki 3 hal yaitu:

a. Sertifikasi Halal *Self Declare*

Sertifikasi halal merupakan persyaratan yang cukup penting untuk sebuah produk, semakin meningkatnya *trend* produk halal membuat semua produsen berlomba-lomba untuk memiliki sertifikat

⁹¹ Nikmatul Masruroh, "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 41
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=g1k8BFgAAAAJ&citation_for_view=g1k8BFgAAAAJ:8k81kl-MbHgC

tersebut.⁹² Sertifikasi halal *self declare* yang merupakan program dari pemerintah yang tidak dipungut biaya apapun atau gratis terhadap usaha kecil yang ingin mengajukan sertifikasi halal. Berikut adalah pembagian sertifikasi halal *self declare*.

1) Memiliki sertifikasi halal

Sertifikasi halal merupakan suatu jaminan bahwa produk yang dikonsumsi atau dihasilkan produsen telah memenuhi standar halal yang diakui oleh pihak berwenang. Hal ini penting bagi konsumen muslim yang ingin memastikan bahwa makanan atau produk yang telah mereka gunakan sesuai dengan aturan agama.

Hasil wawancara dengan Eva selaku *owner* Es Coklat Kwentell mengenai pentingnya memiliki sertifikasi halal secara *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kelurahan Kaliwates beliau menjelaskan bahwasannya: “Memiliki sertifikasi halal sangat penting mas, dikarenakan konsumen lebih yakin kalau produk yang kami jual ini halal dan pastinya sangat layak untuk dikonsumsi.”⁹³

⁹² Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Benny Syahputri, “Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan,” *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428-434. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146/764>

⁹³ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

Gambar 4. 1
Sertifikasi Halal Es Coklat Kwentell



Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal adalah penunjang sebuah produk bisa untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi

atau membeli produk tersebut. Selaras dengan apa yang disampaikan oleh Eva sertifikasi halal. Sri sebagai penjual gado-gado usaha kecil halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates

Kelurahan Kapatihan yang mengatakan bahwa:

Meskipun makanan gado-gado mas, tetapi saya juga memiliki sertifikasi halal karena memang sebagai *branding* gado-gado saya kalau halal dan bisa dikonsumsi orang muslim yang memang harus mengkonsumsi makanan halal dan akhirnya dengan sertifikasi halal gado-gado saya konsumen percaya kehalalannya.⁹⁴

⁹⁴ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

Gambar 4.2
Sertifikat Halal Gado-gado



Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

Disampaikan oleh Sri di atas menjelaskan bahwa meskipun produk makanan olahan sehari-hari tetapi juga perlu memiliki sertifikasi halal karena memang konsumen lebih percaya dan yakin terhadap makanan yang memiliki sertifikasi halal, dikarenakan orang muslim dianjurkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal. Sama seperti Sri, Niken Selaku *owner* sentra usaha mikro halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kelurahan Mangli yang mengatakan bahwa: “Sertifikasi halal ini penting mas, karena bisa menunjang usaha saya untuk bisa bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang belum memiliki sertifikasi halal.”⁹⁵

⁹⁵ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Dari penjelasan Niken dijelaskan bahwa memiliki sertifikasi halal sangat penting dikarenakan bisa untuk menunjang keberlangsungan usaha dan bisa menjadi faktor unggul dari pesaing yang masih belum memiliki sertifikasi halal. Selaras dengan Niken tentang pentingnya memiliki sertifikasi halal, Ratna selaku owner kuping gajah usaha kecil *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kelurahan Kebun Agung menyampaikan bahwa: “Pentingnya produk memiliki sertifikasi halal itu untuk keberlangsungan produk mas, jadi kalau produk memiliki sertifikasi halal maka pangsa pasarnya bisa semakin luas.”⁹⁶

Gambar 4. 3
Sertifikasi halal Kuping Gajah

REPUBLIC INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا

AMBIYAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرقفة لشهادة الحلال

Number / Sertifikat Certificate Number: ID35110008306880723 رقم الشهادة

Name / Nama Perusahaan Name of Company: RATNA SARI AGEUSTALATA اسم الشركة

Type of Product: Produk bakery نوع المنتج

Address / Alamat Pabrik Factory Address: RATNA SARI AGEUSTALATA KEBUMAHINGKALIWATES, JEMBER 68137 JAWA TIMUR عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name	
No	Nama Produk / Product Name
1	Kue kering Cheese Kitchen (Kuping Gajah)

Hal: 1 / Total Produk: 1

Diterbitkan di Jakarta pada Issued in Jakarta on: 16 September 2023 أصدرت الشهادة بجمهورية إندونيسيا

KEPALA BIDAN PENYEBLENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY رئيس وحدة ضمان المنتجات الحلال

M. Nurhasanudin Agil Irfham

Ditulis di hasil observasi langsung oleh tim pengkaji sertifikasi Halal yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Halal MUI

Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

⁹⁶ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

Kelurahan Sempusari menyampaikan bahwa: “Penting mas, kan kalau tidak salah ini menjadi peraturan baru bahwa usaha mikro harus memiliki sertifikasi halal, dan pastinya dengan memiliki sertifikasi halal dapat mengunggulkan produk dari pesaing yang belum memiliki sertifikasi halal.”⁹⁸

Gambar 4. 5
Sertifikasi Halal Puding



Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa memiliki sertifikasi halal merupakan bentuk kepatuhan dari regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah mengenai usaha mikro yang harus memiliki sertifikasi halal dan memiliki sertifikasi halal dapat mengunggulkan produk dari pesaing. Pentingnya memiliki sertifikasi halal juga disampaikan oleh Asmawi selaku *owner* Molen Nyoman usaha mikro *self declare*

⁹⁸ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

di Kecamatan Kaliwates Kelurahan Jember Kidul juga menyampaikan bahwa:

Sertifikasi halal sangat penting dikarenakan memang sebagai keunggulan dari produk kita, tidak hanya semata mendapatkan pengakuan dan kepercayaan bagi konsumen tetapi juga bentuk ikhtiar kita dalam menjual suatu produk yang benar-benar halal, apalagi sekarang sudah dimudahkan dengan sertifikasi halal gratis.⁹⁹

Gambar 4. 6
Sertifikasi Halal Molen Nyoman



Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti

Menurut Asmawi dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal dapat memunculkan diferensiasi produk atau menjadi produk pembeda dari yang lain, hal ini sama seperti arti *branding halal* yang dimaknai sebagai proses diferensiasi produk dengan *halal brand* yang ditawarkan yang sekarang sudah terdapat sertifikasi halal *self declare*. Hal ini selaras

⁹⁹ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

dengan pernyataan Ardi selaku konsumen mengatakan bahwa: “Kalau produknya memiliki sertifikat halal saya jadi yakin untuk membeli dan mengonsumsi mas, ya karena saya kan muslim ya, orang muslim kan dianjurkan untuk mengonsumsi makanan halal.”¹⁰⁰

Dari pernyataan Ardi bisa dijelaskan bahwa produk yang memiliki sertifikasi halal bisa menambah keyakinan bahwa makanan tersebut layak dan aman untuk dikonsumsi dikarenakan umat muslim dianjurkan untuk mengonsumsi makanan halal. Selaras dengan Ardi lebih memilih produk halal, Rifqi selaku konsumen juga memaparkan bahwa:

Produk yang memiliki sertifikasi halal kan berarti sudah pasti kehalalannya mas, jadi ya pasti ada point tersendiri terkait produk tersebut, ya kalau ditanya lebih memilih produk yang belum atau sudah bersertifikasi halal ya saya lebih memilih produk yang sudah bersertifikasi halal.¹⁰¹

Dari pernyataan Rifqi dapat disimpulkan bahwa produk yang memiliki sertifikasi halal memiliki daya tarik kepada konsumen dibuktikan dengan pernyataan bahwa lebih memilih makanan atau produk yang sudah tersertifikasi halal. Sama seperti Jainuri selaku konsumen memaparkan bahwa:

Pastinya produk yang memiliki sertifikasi halal sudah terjamin ya mas kehalalannya, dan pastinya saya sebagai konsumen juga lebih memilih produk yang memiliki sertifikasi halal, meskipun kadang saya juga membeli sebuah produk seperti makanan yang belum memiliki

¹⁰⁰ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

¹⁰¹ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

sertifikasi halalnya, tapi untuk lebih yakin dan percaya saya lebih memilih yang halal pastinya.¹⁰²

Dapat disimpulkan bahwasanya Jainuri sebagai konsumen lebih memilih produk yang halal karena lebih yakin kehalalannya, Jainuri juga mengatakan meskipun terkadang tidak membeli produk yang memiliki sertifikasi halal tetapi untuk lebih yakin akan keamanan dikonsumsi sebuah produk Jainuri lebih memilih dan percaya produk yang memiliki sertifikasi halal. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki daya tarik lebih terhadap produk yang memiliki sertifikasi halal dikarenakan mengkonsumsi produk halal dapat meningkatkan rasa percaya untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan tersebut dapat diidentifikasi bahwa pemilik usaha mikro merasa penting memiliki sertifikasi halal untuk memikat, meningkatkan kepercayaan konsumen serta menjamin keamanan produk, dan pernyataan tersebut paparkan oleh konsumen yang lebih memilih dan percaya untuk membeli atau mengkonsumsi produk yang telah memiliki sertifikasi halal.

2) Mandiri

Self declare adalah pernyataan status halal produk usaha mikro secara mandiri. Pelaku usaha dapat melakukan *self*

¹⁰² Jauniri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

declare jika telah memenuhi syarat tertentu, yakni harus ada pendampingan oleh pendamping proses produk halal (PPH) yang terdaftar. Dengan demikian pelaku usaha mikro mendaftarkan produk sertifikasi halal secara *self declare* atau secara mandiri.

Hasil wawancara dengan Eva telah melewati pendaftaran dan pengajuan sertifikasi halal secara mandiri atau *self declare*, Eva mengatakan bahwa: “Untuk memiliki sertifikat halal ini saya dulu pengajuan mandiri atau halal *self declare* mas, karena memang ada kemudahan dari pemerintah ya akhirnya saya mengajukan untuk keberlanjutannya Es Coklat saya ini.”¹⁰³

Dapat disimpulkan diatas bahwa Eva telah mendaftarkan produknya yakni Es Coklat Kwentell melalui halal *self declare* dan akhirnya memiliki sertifikasi halal melalui pengajuan sertifikasi halal *self declare* secara mandiri. Selaras dengan pemaparan Eva mengenai mendaftarkan produknya sertifikasi halal *self declare*, Sri penjual gado-gado juga menyatakan bahwa:

Sertifikasi halal ini kan penting mas, bisa untuk membranding produk secara berkelanjutan, makanya saya mendaftarkan diri secara *self declare* atau secara mandiri yang pasti untuk membranding gado-gado saya dan untuk memikat konsumen agar produk saya bertahan jangka panjang.¹⁰⁴

¹⁰³ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹⁰⁴ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

Dari pemaparan Sri dapat diartikan bahwa sertifikasi halal juga menunjang produknya sehingga mendaftarkan secara mandiri untuk bisa bertahan jangka panjang dengan membranding halal gado-gadonya agar konsumen memilih gado-gado Sri dari pada gado-gado yang lain karena memang sudah terjamin Kehalalannya. Sertifikasi halal secara *self declare* atau mandiri juga dilakukan oleh Niken bahwa: “Produk saya ini mendapatkan sertifikasi halal mengurus secara mandiri mas, tetapi kelengkapan berkas dibantu oleh PPH sehingga saya tinggal melengkapi berkas.”¹⁰⁵

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa telah mendaftarkan sertifikasi halal secara *self declare* atau mandiri dan terdapat berkas yang harus dipenuhi akan tetapi terdapat bantuan PPH untuk membantu melengkapi berkas apa saja yang harus disiapkan. Hal ini juga disampaikan oleh Ratna yang mengatakan bahwa: “Saya taunya sertifikasi halal secara *self declare* ini dari teman yang kebetulan PPH mas, dan akhirnya saya mengurusnya secara mandiri dengan melengkapi persyaratan.”¹⁰⁶

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa mengetahui tentang sertifikasi halal *self declare* dari PPH dan pengurusan dilakukan mandiri sesuai berkas yang telah

¹⁰⁵ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

¹⁰⁶ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

ditentukan. Hal ini juga disampaikan oleh Lilis yang mengatakan bahwa: “Mengurusnya secara mandiri mas, tetapi saya tetap meminta arahan dari PPH karena saya sendiri lumayan kerepotan kalau mengurus tanpa ada arahan.”¹⁰⁷

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa dalam mengurus sertifikasi halal *self declare* secara mandiri akan tetapi terdapat arahan dari PPH untuk memudahkan dalam proses melengkapi berkas. Hal ini selaras dengan Benny yang mengatakan bahwa: “Iya mas saya mengurusnya secara mandiri, pokoknya sesuai persyaratan yang ada dalam melengkapi sertifikasi halal secara *self declare*.”¹⁰⁸

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa dalam proses mengurus sertifikasi halal *self declare* secara mandiri sesuai dengan persyaratan dan ketentuan dalam proses pendaftaran sertifikasi halal *self declare*. Sertifikasi halal secara *self declare* juga dilakukan oleh Asmawi, beliau mengatakan bahwa: “Saya mendaftarkan produk saya ini secara *self declare* mas, karena memang saya membutuhkan sertifikasi halal untuk produk saya agar nantinya bisa digunakan untuk mempromosikan produk, sehingga harapan saya produk saya bisa tambah laris.”¹⁰⁹

¹⁰⁷ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹⁰⁸ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁰⁹ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal dibutuhkan untuk menunjang produk agar bisa menguasai pangsa pasar. Dengan sertifikasi halal penjualan produk dapat mengalami kenaikan disebabkan adanya sertifikasi halal *self declare* tersebut.

Dari hasil wawancara Informan dapat diidentifikasi bahwa pelaku usaha mikro mendaftarkan produk secara *self declare* atau mandiri meskipun mandiri terdapat arahan dari PPH untuk membantu proses pendaftaran dengan tujuan untuk memiliki sertifikasi halal guna meningkatkan penjualan dengan *membarnding* halal produk yang telah memiliki sertifikasi halal.

3) Gratis

Self declare atau sertifikasi halal mandiri merupakan program pemberian sertifikasi halal tanpa dipungut biaya bagi usaha mikro yang memenuhi syarat melalui mekanisme pernyataan pribadi dari pelaku usaha *self declare* dengan melakukan verifikasi dan validasi tentang pernyataan kehalalan oleh pelaku usaha dari Pendamping Produk Halal (PPH). Terkait pengajuan sertifikasi halal *self declare* secara gratis Eva mengatakan bahwa: “Iya mas, memang gratis tidak dipungut biaya sama sekali.”¹¹⁰

¹¹⁰ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* tidak dipungut biaya. Hal ini selaras dengan Sri yang mengatakan bahwa “Enaknya sertifikasi halal *self declare* ini saya tidak dipungut biaya mas, sudah gratis didampingi lagi,”¹¹¹

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* tidak dipungut biaya dalam artian gratis dan terdapat pendampingan oleh PPH. Selaras dengan pernyataan Sri, Niken juga mengatakan bahwa: “Dalam mengurus sertifikasi ini saya tidak mengeluarkan biaya mas, soalnya memang dari awal saya sudah dikasih tahu bahwa dalam pengurusan sertifikasi halal secara *self declare* ini gratis.”¹¹²

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dalam mengurus sertifikasi halal secara *self declare* tidak mengeluarkan biaya dan telah mengetahui sejak awal bahwasannya dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* itu gratis. Selaras dengan Niken, Ratna mengatakan bahwa: “Ini merupakan kesempatan bagi saya mas, karena mumpung ada sertifikasi halal gratis jadi saya langsung ngajuin. Karena saya

¹¹¹ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹¹² Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

juga masih pikir-pikir kalau sertifikasi halal yang reguler yang berbayar.”¹¹³

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal *self declare* gratis dan merupakan sebuah kesempatan untuk usaha mikro yang ingin melakukan pengajuan sertifikasi halal karena gratis dan berbeda dengan sertifikasi halal reguler yang berbayar. Hal ini selaras dengan Lilis yang mengatakan bahwa: “Iya gratis mas, saya semangat kemaren ngurusnya karena menang gratis.”¹¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa dalam mengurus sertifikasi halal gratis tidak dipungut biaya dan menimbulkan semangat pelaku usaha mikro dalam mengurusnya. Sesuai dengan Benny Yang mengatakan bahwa: “Saya tidak mengeluarkan biaya mas, dalam pengurusannya gratis kok jadi tidak membebani usaha mikro.”¹¹⁵

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa dalam membuat sertifikasi halal secara *self declare* tidak dipungut biaya dan karena gratis usaha mikro tidak merasa dibebani. Asmawi juga mengatakan bahwa: “Gratis mas, saya Cuma nyiapin berkas saja dan terima beres.”¹¹⁶

¹¹³ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹¹⁴ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹¹⁵ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹¹⁶ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pengajuan sertifikasi halal gratis tidak ada biaya yang dibebankan dan proses yang dibantu oleh PPH sehingga merasa dimudahkan.

Hasil wawancara dari informan dapat diidentifikasi bahwa dalam melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* tidak dipungut biaya sepeserpun atau gratis sehingga tidak membebani usaha mikro dalam proses pengajuan sertifikasi halal.

4) Mudah

Sertifikasi halal *self declare* adalah salah satu kemudahan yang diberikan pemerintah pada pelaku usaha melalui *self declare*. Sertifikasi halal *self declare* yang dikhususkan untuk usaha mikro yang memiliki resiko rendah agar bisa mendaftarkan produknya secara mandiri dan didampingi PPH secara berkala mulai dari awal hingga mendapatkan sertifikasi halal hal ini semata-mata untuk memudahkan pelaku usaha atau usaha mikro dalam mendapatkan sertifikasi halal produknya. Kemudahan dalam mendaftarkan sertifikasi halal *self declare* juga disampaikan Eva, yang menyatakan bahwa:

Untung ada sertifikasi halal *self declare*, karena produk Es Kwentell saya tidak memakai bahan hewani maka saya mendaftarkan sertifikasi halal produk saya dengan

menggunakan *self declare*, karena memang mudah dan ada Penyelia Produk Halal (PPH) yang nantinya untuk mengaudit produk saya ini dan tinggal menunggu proses verifikasi selanjutnya.¹¹⁷

Disimpulkan dari pernyataan Eva di atas bahwa produk Es Kwentell tidak menggunakan bahan hewani sesuai dengan kriteria pelaku usaha yang dapat mengikuti *self declare*, dan juga terdapat PPH yang nantinya akan memverifikasi dan memvalidasi untuk proses mendapatkan sertifikasi halal dari siding fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang nantinya sertifikat halal diterbitkan oleh BPJPH. Kemudahan ini juga disampaikan oleh Sri bahwa: “Iya mas memang mudah kalau menurut saya, karena saya tinggal menyiapkan berkas saja dan selanjutnya ada PPH yang membantu untuk mengarahkan sehingga saya bisa mendapatkan sertifikat halal ini,”¹¹⁸

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa proses untuk mendaftarkan sertifikasi halal *self declare* terdapat kemudahan yang dibantu PPH dan juga ada proses audit yang dilakukan oleh PPH sehingga membantu mempermudah proses pengajuan sampai mendapatkan sertifikasi halal. Selaras dengan Sri terkait kemudahan. Niken juga mengatakan bahwa: “Menurut saya mudah ya mas, karena saya tidak merasa diribetkan dalam mengurus sertifikasi halal ini.”¹¹⁹

¹¹⁷ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹¹⁸ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹¹⁹ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* terdapat kemudahan dikarenakan proses yang tidak rumit sehingga kemudahan dapat dirasakan oleh pelaku usaha mikro. Ratna juga mengatakan bahwa: “Kemudahan memang saya rasakan mas, yang pastinya selain gratis juga mudah tidak terlalu ribet yang bisa sendiri di urusi oleh usaha mikro.”¹²⁰

Dapat disimpulkan bahwa dalam mengurus sertifikasi halal *self declare* terdapat kemudahan yang bisa diurus sendiri oleh usaha mikro. Lilis juga mengatakan bahwa: “Kemudahan yang saya rasakan itu karena memang dibantu oleh PPH mas, jadi saya merasa mudah dalam mengurus sertifikasi halal *self declare* ini.”¹²¹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mengurus sertifikasi halal *self declare* terdapat kemudahan salah satunya dengan bantuan PPH yang membantu proses mulai dari awal hingga terbitnya sertifikasi halal. Tentang kemudahan juga disampaikan oleh Benny yang mengatakan bahwa: “Yang saya rasakan sih mudah ya mas, menurut saya memang tidak repot dalam mengurusnya mas.”¹²²

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam mengajukan sertifikasi halal secara *self declare* mudah dan tidak

¹²⁰ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹²¹ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹²² Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

rumit sehingga usaha mikro dapat untuk mengurusnya dengan mudah. Asmawi juga menyampaikan hal tersebut yang mengatakan bahwa: “Saya juga merasakan jika mengurus sertifikasi halal *self declare* ini mudah, ya karena memang dibantu mas, saya tinggal menyiapkan berkas yang sudah ditentukan untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare*.”¹²³

Dari pernyataan Asmawi disimpulkan bahwa merasakan kemudahan melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare* dengan adanya bantuan yang dilakukan oleh PPH sehingga mempermudah usaha mikro dalam melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* sehingga bisa membuat usaha mikro atau pelaku usaha dapat mendapatkan sertifikasi halal.

Hasil wawancara dengan informan dapat diidentifikasi bahwa untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* mendapat kemudahan dikarenakan proses yang mudah dengan hanya menyiapkan berkas yang diperlukan sesuai dengan persyaratan dan nantinya akan didampingi oleh PPH untuk proses demi proses sehingga mendapatkan sertifikasi halal.

¹²³ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

5) Didampingi PPH

Tujuan pendampingan produk halal ini untuk proses verifikasi dan validasi pernyataan halal oleh pelaku usaha. Pendamping PPH dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan Islam atau Lembaga-Lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan atau Perguruan Tinggi melalui *Halal Center* yang dimiliki. Muthmainah selaku Pendamping Produk Halal (PPH) yang mengatakan bahwa:

Dengan adanya sertifikasi halal *self declare* sangat membantu usaha mikro yang memenuhi kriteria, *self declare* sendiri memang dikhususkan untuk usaha mikro yang *low risk* atau yang memiliki resiko rendah, yang nantinya melewati proses yang sudah ditetapkan dan kami sebagai PPH bertugas untuk membantu dan mengaudit apakah produk yang didaftarkan benar-benar dari hulu ke hilir dipastikan kehalalannya.¹²⁴

Dari pernyataan Muthmainah dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *self declare* ini yang dikhususkan untuk usaha mikro yang memenuhi kriteria atau beresiko rendah sehingga dapat mengajukan sertifikasi halal secara *self declare* dan nantinya ada proses lebih lanjut dengan pendampingan PPH untuk mengecek produk yang didaftarkan sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal. Selaras dengan pertanyaan Muthmainah mengenai pendampingan pengajuan sertifikasi halal *self declare*. Radela selaku PPH juga menyatakan bahwa:

Tentunya kebijakan pemerintah dengan adanya sertifikasi halal secara *self declare* ini merupakan

¹²⁴ Muthmainah, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

kesempatan untuk usaha mikro mas, karena memang dengan adanya *self declare* ini bisa membuat produk sekelas usaha mikro bisa bersertifikat halal, dan tugasnya kami sebagai PPH untuk mendampingi nantinya.¹²⁵

Dari pernyataan Radela di atas dapat disimpulkan bahwasannya dengan munculnya kebijakan baru dari pemerintah mengenai pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* merupakan kesempatan untuk usaha mikro mengajukan sertifikasi halal secara gratis dan didampingi oleh PPH. Pernyataan ini juga disampaikan oleh Ali Yusuf selaku PPH mengenai pendampingan sertifikasi halal *self declare* bahwa:

Usaha mikro harus memiliki sertifikasi halal karena memang ada beberapa manfaat mas, diantaranya untuk meningkatkan daya jual, meningkatkan kepercayaan konsumen, kepatuhan regulasi, proses yang mudah, peningkatan daya saing lokal bahkan internasional, dan juga dukungan pemerintah. Dengan hal ini kami sebagai PPH juga membantu prosesnya¹²⁶

Pernyataan Ali Yusuf dapat disimpulkan bahwa memiliki sertifikasi halal dengan adanya *self declare* memiliki beberapa manfaat yang pastinya untuk usaha mikro atau pelaku usaha yakni meningkatkan daya jual karena dengan adanya sertifikasi halal konsumen semakin yakin dengan kehalalan produk, meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut karena sudah memiliki sertifikasi halal,

¹²⁵ Radela, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹²⁶ Ali Yusuf, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

kepatuhan regulasi yang telah diatur oleh pemerintah yang mewajibkan UMKM memiliki sertifikasi halal, proses yang mudah dengan adanya sertifikasi halal *self declare* dengan mengisi berkas persyaratan secara mandiri dan nantinya terdapat PPH yang akan mengaudit apakah produk tersebut layak atau tidak untuk memiliki sertifikasi halal, meningkatnya daya saing lokal bahkan Internasional dengan usaha mikro lainnya dikarenakan terdapat diferensiasi produk dengan adanya branding halal yang dimiliki usaha mikro, dan dukungan terhadap pemerintah yang bercita-cita bahwasannya tahun 2024 semua pelaku usaha atau UMKM wajib memiliki sertifikat halal. Terkait pendampingan PPH untuk membantu proses sertifikasi halal *self declare*, Eva menegaskan bahwa: “Adanya *self declare* ini saya merasa sangat terbantu mas, apalagi dalam mengurus dibantu sama PPH dan Alhamdulillah sertifikasi halal saya bisa keluar.”¹²⁷

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa sebagai pelaku usaha mikro merasa terbantu dan dimudahkan dengan adanya sertifikasi halal *self declare* ini, karena memang prosesnya dibantu oleh pendampingan PPH. Selaras dengan Eva, Sri juga menyampaikan bahwa:

Saya merasa terbantu mas atas adanya sertifikasi halal *self declare* ini, karena setahu saya mengurus sertifikasi

¹²⁷ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember 14 Agustus, 2024

halal secara regular itu harus bayar, saya sebagai penjual gado-gado keberatan, tapi dengan adanya *self declare* ini saya merasa puas dan terbantu, karena saya bangga bahwa hanya sekelas gado-gado bisa memiliki sertifikasi halal.¹²⁸

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwasannya merasa terbantu dalam mengurus sertifikasi halal secara *self declare* dan akhirnya produk memiliki sertifikasi halal, perbedaan sertifikasi halal regular yang terdapat biaya untuk mengurusnya dan sertifikasi halal *self declare* dengan pengurusan sertifikasi halal yang tidak dipungut biaya sepeserpun yang tidak memberatkan pelaku usaha mikro. Pendampingan PPH juga dirasakan oleh Niken yang mengatakan bahwa: “Pendampingan dari petugas memang saya rasakan dalam proses pengajuan sertifikasi halal saya ini mas dan juga saya merasa dibantu juga.”¹²⁹

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa terdapat pendampingan PPH dalam proses pengajuan sertifikasi halal sampai selesai, pendampingan PPH juga dinilai memudahkan usaha mikro dalam mengurus proses sertifikasi halal secara *self declare*. Mengenai pendampingan PPH Rtna menyampaikan bahwa: “Saya merasa terbantu dengan adanya PPH ini mas, karena dengan adanya pendampingan saya merasa dimudahkan dan gampang mengurusnya berkat pendampingan sehingga saya

¹²⁸ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹²⁹ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

memiliki sertifikasi halal dan persyaratan semua saya tau dari PPH.”¹³⁰

Dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa merasa terbantu dengan adanya pendampingan PPH yang mendampingi proses pengajuan hingga terbitnya sertifikasi halal *self declare* dan merasa gampang dalam pengajuan *self declare* dikarenakan pendampingan tersebut. Lilis juga menyampaikan bahwa: “PPH ini menurut saya membantu mas, karena saya dalam pengurusanya benar-benar didampingi mulai dari berkas apa saja yang disiapkan dan bagaimana alurnya dan akhirnya produk saya memiliki sertifikasi halal.”¹³¹

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa merasa terbantu terhadap pendampingan yang dilakukan oleh PPH sehingga produknya dapat memiliki sertifikasi halal. Benny juga mengatakan bahwa: “Kemarin waktu pengurusan *self declare* memang ada pendampingan dari petugas halalnya, dan menurut saya memang usaha mikro seperti saya ini merasa terbantu mas sehingga dapat memiliki sertifikasi halal.”¹³²

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare* terdapat pendampingan oleh PPH sehingga dapat membantu usaha mikro dalam mendapatkan sertifikasi halal. Hal ini selaras dengan

¹³⁰ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹³¹ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹³² Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

Asmawi juga merasakan terbantunya dengan adanya sertifikasi halal *self declare* bahwa:

Pastinya dengan adanya sertifikasi halal *self declare* ini saya merasa terbantu mas, terbantunya ya mudah dalam mengurusnya karena ada pendampingan dan terbantunya lagi berkat keluarnya sertifikasi halal saya juga bisa *membranding* halal produk molen saya ini agar bisa menimbulkan kepercayaan konsumen terkait produk saya.¹³³

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa merasa mendapat kemudahan dalam mengurus sertifikasi halal dengan bantuan PPH dan terbantu dikarenakan usahanya bisa memiliki sertifikasi halal berkat adanya sertifikasi halal *self declare*. Sehingga bisa *membranding* halal usahanya sebagai upaya peningkatan dalam penjualan produknya.

Hasil wawancara dari informan dapat diidentifikasi bahwa dalam pengurusan sertifikasi halal *self declare* terdapat pendampingan yang dilakukan oleh PPH yang bertujuan untuk memudahkan usaha mikro dalam melakukan proses mulai dari pemberkasan hingga mendapatkan sertifikasi halal. Pelaku usaha mikro juga menyatakan bahwasannya dalam proses pengajuan terdapat pendampingan oleh PPH.

6) Alur pengajuan sertifikasi halal *self declare*

Terdapat alur pengajuan sertifikasi halal yang harus dipenuhi oleh usaha mikro yang ingin mendaftarkan produknya memiliki sertifikasi halal secara *self declare*.

¹³³ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Berkaitan dengan pengajuan sertifikasi halal *self declare* Muthmainah juga mengampaikan bahwasannya: “Untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare* pastinya ada alur yang harus dipatuhi dan dilengkapi oleh pelaku usaha mikro mas, semua bisa dilihat dan diakses pada laman ptsp.halal.go.id.”¹³⁴

Dari pernyataan Muthmainah menjelaskan bahwa terdapat peraturan dan alur yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum mendaftarkan produk secara *self declare* dan kelengkapan berkas sudah disediakan di laman internet ptsp.halal.go.id. berkaitan dengan alur pengajuan sertifikasi halal *self declare* Radela menyatakan bahwasannya:

Untuk pengajuan sertifikasi halal usaha mikro melakukan pembuatan akun di laman ptsp.halal.go.id lalu membuat surat permohonan pengajuan *self declare* dan nantinya proses verifikasi dan validasi akan kami bantu, termasuk untuk berkas kelengkapan seperti KTP, daftar riwayat hidup, nama produk hingga melihat proses pengolahan produk sampai akhirnya keluar sertifikasi halalnya.¹³⁵

Dari pernyataan Radela bahwasanya untuk pengajuan sertifikasi halal *self declare* pelaku usaha mikro harus melengkapi persyaratan yang sudah ditetapkan dalam proses pengajuan sertifikasi halal *self declare* dan untuk memudahkan usaha mikro maka terdapat pendampingan dari PPH dari awal verifikasi dan validasi berkas hingga tatap pengolahan yang

¹³⁴ Muthmainah, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹³⁵ Radela, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 18 Oktober 2024

nantinya sampai ke tahap keluarnya sertifikasi halal terhadap produk yang telah diajukan. Selaras dengan persyaratan dan pendampingan yang disampaikan Radela. Ali Yusuf juga menegaskan bahwa:

Dengan persyaratan yang sudah ditetapkan mas, yang terpenting adalah usaha mikro harus sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), jadi usaha mikro tersebut sudah legal dan terdaftar sehingga bisa nantinya melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare*, Kami juga membantu untuk melakukan pendampingan sebagai PPH untuk memudahkan usaha mikro dalam mengurus sertifikasi halal *self declare*.¹³⁶

Dari pernyataan Ali Yusuf di atas disimpulkan bahwa usaha mikro juga harus mempunyai persyaratan penting yang harus ada yakni memiliki NIB, dikarenakan jika suatu usaha mikro sudah memiliki NIB maka suatu usaha tersebut sudah legal dan terdata. Karena NIB menjadi titik awal untuk mengurus surat-surat izin termasuk sertifikasi halal. Maka dengan adanya kebijakan sertifikasi halal *self declare* dapat memudahkan dan membantu usaha mikro dalam mengembangkan produk usahanya. Mengenai alur pendaftaran sertifikasi halal *self declare* Eva mengatakan bahwa:

Untuk alurnya kemarin saya ditawari teman saya PPH untuk mendaftarkan produk saya dan akhirnya saya disuruh untuk melengkapi persyaratan seperti KTP, bahan apa saja yang saya gunakan dan foto bahan dan produk dan saya menunggu 1 bulan untuk bisa mendapat sertifikasi halal tersebut.”¹³⁷

¹³⁶ Ali Yusuf, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

¹³⁷ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa mendapatkan informasi dari PPH untuk mendaftarkan produknya agar dapat memiliki sertifikasi halal dan menyiapkan persyaratan seperti KTP, bahan yang digunakan untuk produksi dan foto produk dan untuk proses verifikasi diserahkan kepada PPH untuk proses selanjutnya sehingga mendapat sertifikat halal dalam waktu 1 bulan. Sri juga menyampaikan bahwa:

Saya kemarin ada kumpulan pelaku usaha mikro di Kelurahan Kepatihan dan disitu ada sosialisasi produk yang harus memiliki sertifikasi halal dengan *self declare*, pengajuannya gratis dan pengajuannya didampingi oleh PPH dengan syarat usahanya *slow risk*, akhirnya saya mengajukan produk saya ini, untuk pengajuannya saya cukup memberi KTP, bahan apa saja yang saya gunakan dan foto-foto produk bahwa bahan saya diolah dengan bahan-bahan yang halal setelah saya kasih semua ke PPH saya menunggu dan sekitar 2 bulan saya dikabari PPH kalau sertifikast halal saya sudah terbit dan produk saya telah resmi halal.¹³⁸

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mengetahui adanya *self declare* dari sosialisasi mengenai pendaftaran produk halal dengan melalui *self declare*, dengan adanya sosialisasi tersebut pelaku usaha tertarik dengan mengajukan sertifikasi halal pada produknya dan untuk persyaratan yang diminta ialah dengan KTP, bahan yang digunakan untuk pengolahan produk serta foto produk. Setelah menyerahkan kepada PPH dalam proses pengajuan yang

¹³⁸ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

membutuhkan waktu 2 bulan sertifikat halal resmi didapatkan.

Seraras dengan Sri, Niken juga mengatakan bahwa:

Kemarin saya dapat info dari temen saya yang kebetulan beliau adalah PPH dan saya ditawarkan kalau produk saya dapat memiliki sertifikasi halal dengan cara *self declare* dan tanpa ada biaya pengajuan, akhirnya saya tertarik dan mendaftarkan dengan persyaratan yang menurut saya mudah tinggal menyerahkan ke PPH seperti KTP, foto produk, bahan dan deskripsi tentang usaha mikro saya lalu saya menyerahkan ke PPH, jadi saya benar-benar mengandalkan PPH dalam mengajukan sertifikasi halal *self declare* ini, dan dalam waktu 3 minggu sertifikat halal saya sudah jadi.¹³⁹

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dalam mengajukan sertifikasi halal mendapatkan informasi dari PPH bahwa terdapat sertifikasi halal secara *self declare*, persyaratannya dengan menggunakan KTP, foto produk, bahan dan deskripsi produk dan dengan jangka waktu 3 minggu sertifikasi halal telah terbit. Mengenai alur pendaftaran

sertifikasi halal *self declare* Ratna menyampaikan bahwa:

Saya kemarin dikasih tahu sama teman saya sesama usaha mikro yang ada di Surabaya bahwa sekarang terdapat pengajuan sertifikasi halal gratis jadi usaha mikro bisa memiliki sertifikasi halal juga, dan akhirnya saya dihubungkan dengan PPH yang ada di Jember sehingga bisa melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare*, waktu itu dengan PPH saya dimintai KTP, ditanya bahan yang digunakan untuk produk saya yang juga harus menggunakan bahan halal juga, dan foto produknya.¹⁴⁰

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa mendapatkan informasi dari sesama pelaku usaha mikro yang

¹³⁹ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

¹⁴⁰ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

telah melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* dan terdapat PPH yang melakukan pendampingan dengan meminta KTP, bahan baku pembuatan produk yang harus halal dan foto produk. Selaras dengan Ratna, Lilis juga mengatakan bahwa:

Saya tahunya sertifikasi halal ini dari sosialisasi pelaku usaha mikro agar produknya memiliki sertifikasi halal dengan sertifikasi halal *self declare*, sehingga saya ikut mengajukan dan cukup mudah mas, Cuma dengan KTP, bahan yang digunakan dan foto-produk saya. Awalnya saya menggunakan minyak goreng curah tapi karena bahan yang digunakan untuk memproses produk juga harus halal akhirnya saya beralih menggunakan minyak yang terdapat sertifikat halalnya dan bahan yang saya gunakan untuk memproses produk semuanya halal. Sehingga produk saya telah memiliki sertifikasi halal yang terbitnya 3 bulan setelah saya melakukan pengajuan.¹⁴¹

Dari hasil wawancara Lilis dapat disimpulkan bahwa terdapat sosialisasi yang diperuntukkan pelaku usaha mikro agar memiliki sertifikasi halal dengan cara *self declare*, sehingga tertarik untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal tersebut, dalam pengajuan terdapat persyaratan yang diminta oleh PPH yaitu KTP, bahan dan foto produk. Dalam memproses produk yang awalnya memakai minyak yang belum memiliki sertifikast halal dalam melakukan pengajuan *self declare* ini bahan produk dari awal harus memiliki sertifikasi halal sehingga mengganti dengan minyak yang telah bersertifikasi halal sehingga bisa melakukan pengajuan sertifikasi halal *self declare* dan dalam

¹⁴¹ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

jangka waktu 3 bulan sertifikat halal tersebut terbit. Alur *self declare* juga disampaikan oleh Benny yang mengatakan bahwa: “Kemarin itu cukup *simple* kok mas, karena memang disuruh nyiapin KTP, foto produk dan bahan produksi yang harus halal juga.”¹⁴²

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa dalam mengajukan sertifikasi halal *self declare* cukup gampang dengan menggunakan KTP, foto produk dan daftar bahan yang digunakan untuk proses produksi yang harus halal. selaras dengan Asmawi yang mengatakan bahwa: “Untuk alur secara lengkapnya saya kurang tahu mas, karena ada PPH yang mendampingi, yang penting saya menyiapkan KTP pemilik usaha mikro, foto produk saya dan bahan yang saya gunakan.”¹⁴³

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pengajuan sertifikasi halal terdapat PPH yang mendampingi dan dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare* dengan menyiapkan KTP, foto produk dan bahan yang digunakan.

Hasil wawancara dengan informan dapat diidentifikasi bahwa dalam mendaftarkan sertifikasi halal produk secara *self declare* terdapat peraturan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh usaha mikro, peraturan dan persyaratan harus dipatuhi dan

¹⁴² Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁴³ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

diterapkan dalam pengajuan sertifikasi halal *self declare*. Pelaku usaha mikro mendaftarkan produknya dengan bantuan PPH untuk melengkapi persyaratan seperti KTP, bahan-bahan yang digunakan dalam produk harus memiliki sertifikasi halal dan foto produksi dan terbitnya sertifikasi halal tidak lebih sampai 3 bulan.

b. Label Halal

Label halal adalah pemberian tanda halal pada produk atau kemasan produk, sebagai bukti bahwasannya produk tersebut telah memiliki sertifikasi halal dengan adanya logo tanda halal tersebut. Label halal juga sebagai bukti bahwa produk telah sah halal dan dapat dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen sesuai dengan ketentuan syariah. Label makanan halal terdiri menjadi 3 bagian yakni:

1. Logo Halal

Logo halal adalah suatu gambar, sketsa, atau tulisan halal sebagai tanda bahwa produk tersebut halal sesuai syariat Islam.

Hasil wawancara dengan Eva mengenai label halal, beliau mengatakan bahwa:

Setelah saya mendapatkan sertifikasi halal pastinya saya mencantumkan logo halal di produk saya mas, karena kan tujuannya saya mengajukan sertifikasi halal biar produk saya semakin dipercaya konsumen bahwa layak dan aman dikonsumsi.¹⁴⁴

¹⁴⁴ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

Gambar 4.7
Pencantuman Logo Halal Es Coklat Kwentell



Sumber: Hasil dokumentasi peneliti

Pernyataan dari Eva dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan logo halal pasca mendapatkan serifikasi halal secara *self declare*, karena tujuan mengajukan sertifikasi halal agar dapat *membranding* halal produknya sehingga bisa mendapatkan kepercayaan konsumen. Selaras dengan pernyataan Eva, Sri mengatakan bahwa: “Label halal ya saya cantumkan mas, tapi bukan di gado-gado saya, karena kan bungkusnya kertas minyak mas, untuk logonya saya cantumkan di *banner* jualan saya”¹⁴⁵

¹⁴⁵ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

Gambar 4.8
Pencantuman Logo Halal Gado-gado



Sumber: Hasil dokumentasi peneliti

Pernyataan dari Sri bisa dijelaskan bahwa juga mencantumkan logo halal nya, akan tetapi pencantuman logo halal ditaruh banner jualan dikarenakan produknya adalah gado-gado yang mana bungkusnya adalah kertas minyak. Selaras dengan Sri, Niken juga menyampaikan bahwa: “Saya sudah mencantumkan label halal pada banner saya di depan, supaya konsumen tau bahwa produk yang saya jual sudah memiliki sertifikasi halal.”¹⁴⁶

¹⁴⁶ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Gambar 4. 9
Pencantuman Logo Halal Gudek



Sumber: Hasil dokumentasi peneliti

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan logo halal pada banner yang menandakan bahwa produknya telah memiliki sertifikasi halal. Ratna juga menyampaikan mengenai logo halal yang mengatakan bahwa: “Pada produk saya telah mencantumkan logo halal mas, kan supaya konsumen tau bahwa produk saya telah memiliki sertifikasi halal.”¹⁴⁷

¹⁴⁷ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

Gambar 4. 10
Pencantuman Logo Halal Kuping Gajah



Sumber: Hasil dokumentasi peneliti

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan logo halal pada produknya agar konsumen tau mengenai produk yang telah memiliki sertifikasi halal. Lilis juga menyampaikan bahwa: “Saya telah mencantumkan logo halal pada produk saya mas, sudah saya kasih setelah saya mendapatkan sertifikast halal yang secara *self declare* itu.”¹⁴⁸

¹⁴⁸ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

Gambar 4. 11
Pencantuman Logo Halal Bidaran



Sumber: Hasil dokumentasi peneliti

Pernyataan Lilis di atas dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan logo halal pada produk setelah memiliki sertifikasi halal dengan menggunakan pengajuan sertifikasi secara *self declare*. Selaras dengan Lilis, Benny mengatakan bahwa: “Setelah mendapatkan sertifikasi halal saya memang belum mencantumkan logo halal pada produk, akan tetapi dalam mempromosikan produk pasti saya kasih keterangan halalnya.”¹⁴⁹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produknya telah menggunakan keterangan halal meskipun belum mencantumkan secara logo dalam produk. Asmawi juga menyampaikan terkait logo halal pada produknya bahwa: “Pastinya diproduksi molen saya setelah mendapat sertifikasi halal

¹⁴⁹ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

akan tetapi saya belum mencantumkan logo halal, saya hanya membawa sertifikasi halal yang tertempel pada rombongan saya.”¹⁵⁰

Dapat disimpulkan pernyataan dari Asmawi bahwa juga telah mencantumkan logo halal dengan menempel sertifikasi halal pada rombongnya dikarenakan merupakan sebuah usaha dalam memajukan usaha dan produknya agar lebih diminati oleh konsumen. Terkait label halal Ardi juga menyampaikan bahwa: “Ya kalau sudah memiliki sertifikasi halal harus dicantumkan mas, ka kalau sebuah produk sudah memiliki sertifikasi halal tapi tidak dicantumkan pada produk atau atributnya kita sebagai konsumen akan tau dari mana.”¹⁵¹

Pernyataan Ardi dapat disimpulkan bahwa harus ada pencantuman label halal pada produk atau atribut yang dijual kepada konsumen, dikarenakan jika terdapat label halal pada produk atau atribut konsumen jadi lebih mengetahui bahwa produk tersebut sudah memiliki sertifikasi halal. Sama seperti Ardi terkait pencantuman label halal, Rifqi juga mengatakan bahwa:

Label halal pada produk menurut saya penting ya untuk dicantumkan, karena saya sebagai konsumen pertama kali melihat makanan ya dari kemasan atau atributnya mas, jadi kalo ada label halal dikemasannya jadi saya tau kalau produk itu sudah memiliki sertifikasi halal dengan mencantumkan logo halalnya.¹⁵²

¹⁵⁰ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

¹⁵¹ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

¹⁵² Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

Dari pernyataan Rifqi dapat disimpulkan bahwa produk yang memiliki logo halal itu sangat penting dikarenakan pertama kali melihat sebuah produk dari kemasannya, maka jika di kemasan atau atributnya memiliki logo halal konsumen jadi tahu bahwa produk tersebut sudah memiliki sertifikasi halal. Selaras dengan Rifqi tentang label halal, Jainuri juga menjelaskan bahwa:

Label halal itu penting mas bagi saya, kan saya tau makanan atau produk itu halal atau tidaknya ya dari logo halal itu, bukan berarti yang tidak memiliki logo halal pasti tidak halal ya, akan tetapi kan kalau sudah mencantumkan logo halal pasti produk itu sudah terjamin kehalalannya, karna juga saya lebih yakin mengkonsumsi produk yang halal, jadi kalau sudah memiliki sertifikasi halal harus dicantumkan pada produknya agar konsumen juga tau.¹⁵³

Dari pernyataan Jainuri dapat disimpulkan bahwa pencantuman label halal pada produk itu penting karena bisa menunjang konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut, dan pencantuman label halal dapat membranding halal produk dengan adanya pembeda yang bisa menyebabkan konsumen atau pembeli memilih produk dengan adanya label halal pada kemasan atau atribut sebuah produk.

Hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa usaha mikro telah mencantumkan logo halal pada produk atau atribut yang bertujuan untuk memikat konsumen dan konsumen lebih tertarik kepada produk yang telah mencantumkan logo halal.

2. Label Komposisi

¹⁵³ Jainuri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Produk halal harus mencantumkan komposisi dari produk yang sekurang-kurangnya memuat nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, alamat, keterangan halal dan tanggal kadaluarsa, Eva menyatakan bahwa:

Untuk label komposisi saya cuma nama produk dan keterangan halal saja mas, produk saya belum mencantumkan label komposisi seperti daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, alamat dan tanggal kadaluarsa dikarenakan saya masih memfokuskan nama produk dan keterangan halal saja dan menurut saya untuk sekarang sudah cukup, tetapi untuk kedepannya kalau usaha saya semakin besar pasti akan saya cantumkan.¹⁵⁴

Dari pemaparan Eva diatas menyatakan bahwa produknya masih mencantumkan nama produk dan keterangan halal pada produknya karena masih fokus dan merasa cukup dengan nama produk dan keterangan halal, akan tetapi akan mencantumkan semua. Selaras dengan Eva, Sri memaparkan bahwa:

Komposisi dalam gado-gado itu berbeda mas, kadang sesuai dengan permintaan pelanggan dan untuk mencantumkan keterangan halal sudah saya cantumkan di banner untuk bahan, berat bersih, alamat dan tanggal kadaluarsa soalnya dengan mencantumkan label halal pasti komposisi dan daftar bahan yang digunakan pasti sudah terjamin aman dan untuk tanggal kadaluarsa kan produk saya ini makanan siap saji makanya saya tidak mencantumkan karena memang harus dimakan saat itu juga.¹⁵⁵

Dari pernyataan Sri bisa disimpulkan bahwasannya produknya sudah mencantumkan label komposisi tetapi hanya nama produk dikarenakan gado-gado memiliki komposisi yang

¹⁵⁴ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹⁵⁵ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

berbeda dikarenakan menyesuaikan permintaan atau selera dari konsumen dan telah mencantumkan label halal di banner, dan untuk saat ini masih belum melengkapi label komposisi secara keseluruhan dikarenakan dengan mencantumkan logo halal sudah terjamin komposisi dan bahan yang digunakan sudah aman dan mengenai tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dikarenakan makanan gado-gado adalah makanan siap saju sehingga harus dimakan saat itu juga. Terkait label komposisi Niken mengatakan bahwa:

Nama produk dan juga label halal sudah ada mas, sudah saya cantumkan di banner saya, untuk label komposisi yang lainnya belum saya cantumkan karena dengan usaha saya yang masih mikro dan saya rasa makanan saya tidak perlu mencantumkan tanggal kadaluarsa karena saya menjual makanan siap saji yang harus dimakan langsung.¹⁵⁶

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan label komposisi yang meliputi nama produk dan label halal pada atribut produknya, untuk label komposisi seperti bahan, alamat dan tanggal kadaluarsa belum dicantumkan dikarenakan usaha yang masih skala mikro belum mampu untuk mencantumkan semuanya. Seralas dengan Niken, Ratna juga menyampaikan bahwa:

Saya cuma mencantumkan nama produk dan keterangan halal saja mas, untuk bahan, tanggal kadaluarsa dan komposisi masih belum saya cantumkan dikarenakan pangsa pasar saya masih lokal dan saya rasa dengan mencantumkan nama dan keterangan halal pada produk

¹⁵⁶ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

sudah cukup untuk saat ini, tapi rencana saya kedepan pasti saya cantumkan.¹⁵⁷

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan label komposisi yakni nama produk tetapi dan keterangan halal untuk yang lainnya masih belum dikarenakan pangsa pasar masih lokal atau pembeli sekitar dan akan dicantumkan nantinya. Mengenai label komposisi Lilis mengatakan bahwa: “Produk saya telah mencantumkan semua mas, mulai dari nama produk, label halal, tanggal kadaluarsa, berat bersih dan daftar bahan. Saya mengetahuinya melalui sosialisasi untuk usaha mikro sehingga saya menerapkan untuk memasuki pangsa pasar yang luas.”¹⁵⁸

Pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa telah mencantumkan semua ketentuan dari label komposisi dengan mencantumkan nama produk, label halal, tanggal kadaluarsa, berat bersih dan daftar bahan yang diketahui dikarenakan telah mengikuti sosialisasi yang diikuti untuk produk usaha mikro agar dapat memasuki pangsa pasar yang lebih luas. Mengenai label komposisi Benny mengatakan bahwa:

Untuk label komposisi cuma nama sama keterangan halal saya mas, untuk yang lain belum karena saya juga belum terlalu fokus untuk mengembangkan produk saya secara luas dengan pangsa pasar disekitar perumahan Sempusari saya rasa dengan keterangan halal saja sudah cukup.¹⁵⁹

¹⁵⁷ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹⁵⁸ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹⁵⁹ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

Dari pernyataan Benny di atas dapat disimpulkan bahwa produknya telah mencantumkan nama dan keterangan halal saja dikarenakan dengan pangsa pasar yang lokal sehingga dengan nama produk dan keterangan halal pada produk sudah dirasa cukup. Terkait label komposisi Asmawi juga menyampaikan bahwa:

Ada mas kalo nama produk dan label halal, tapi kalau label komposisi yang lainnya belum di produk saya, karena menurut saya produk saya ini masih skala kecil jadi belum terfikirkan secara luas untuk mengembangkan atribut produk seperti label komposisi dan juga pastinya terdapat kemasan khusus untuk bisa memenuhi semua poin dari label komposisi, menurut saya produk dan saya masih belum siap untuk melengkapi label komposisi.¹⁶⁰

Dari pernyataan Asmawi bahwasanya masih belum mencantumkan label komposisi yang terdapat di produknya karena masih belum terfikirkan dan menurut Asmawi produknya masih skala kecil yang belum memfokuskan lebih lanjut terkait pencantuman label komposisi dikarenakan masih belum siap baik dari produk bahkan dari Asmawi selaku pelaku usaha mikro..

Hasil dari wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa dalam mencantumkan label komposisi yang meliputi nama produk, daftar bahan yang digunakan berat bersih atau isi bersih, alamat, keterangan halal dan tanggal kadaluarsa. Pelaku usaha usaha mikro hanya mencantumkan nama produk dan keterangan halal pada atribut dan produknya dan masih belum terfikirkan

¹⁶⁰ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

untuk mencantumkan poin-poin label halal yang lainnya dan sudah merasa cukup untuk saat ini, akan tetapi kesiapan pelaku usaha dan produk untuk memenuhi semua poin label komposisi masih belum siap atau mampu dikarenakan masih penjualan skala lokal dan terdapat tambahan biaya lain untuk kemasan khusus. Tetapi berbeda dengan Lilis yang telah mencantumkan semua ketentuan dari label komposisi akibat telah mengikuti sosialisasi usaha mikro untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

c. *Halal Brand Image*

Brand image adalah gambaran yang dibentuk di dalam pikiran konsumen ketika melakukan interaksi dengan *brand*. *Brand image* merupakan perspektif secara subjektif mengenai merek yang terbentuk melalui beberapa hal seperti logo, desain, dan pengalaman konsumen secara pribadi. *Halal brand image* adalah sesuatu yang dipikirkan oleh konsumen ketika mendengar atau melihat suatu merek. Terdapat 3 poin tentang *halal brand image* yakni:

1) *Halal Brand Association*

Memiliki arti segala sesuatu yang dapat mengingatkan konsumen terhadap merek atau produk tersebut. Hasil wawancara Eva mengenai *halal brand association* mengatakan bahwa:

Keunggulan produk es coklat kwentell saya ini pastinya sesuai sama namanya ya mas, es dengan coklat yang kentel dan banyak, jadi jika ada yang suka dengan coklat

dan manis akan terpikirkan dengan coklat kental produknya saya dan pastinya produk saya sudah halal.¹⁶¹

Dari pernyataan Eva di atas dapat disimpulkan bahwa produk es coklat kwentell memiliki ciri khas untuk memikat konsumen dengan coklat yang banyak dan manis menjadikan sebuah ciri khas produk dan konsumen akan teringat dengan ciri khas tersebut. Selaras dengan Eva terkait memikat konsumen dengan keunggulan produk, Terkait dengan keunggulan produk juga disampaikan oleh Sri mengatakan bahwa: “Keunggulan produk saya ini ya memiliki sertifikai halal mas, karena produk saya gado-gado, jarang mas yang hanya sekelas gado-gado memiliki sertifikasi halal, inilah yang menjadi keunggulan dan pembeda dengan gado-gado yang lainnya.”¹⁶²

Dari pernyataan Sri di atas dapat disimpulkan bahwa produknya memiliki sertifikasi halal yang menjadi keunggulan dikarenakan produk makanan gado-gado yang sering dijumpai yang dijual oleh pedagang kaki lima juga bisa memiliki sertifikasi halal yang menjadi pembeda dari gado-gado lainnya.

Hal ini juga disampaikan oleh Niken yang mengatakan bahwa:

Setiap produk memiliki keunggulan masing-masing mas, akan tetapi saya juga berusaha menciptakan keunggulan dari produk saya, keunggulannya ya dengan adanya sertifikasi halal ini mas, memang saya unggul karena dengan sertifikasi halal ini produk saya menjadi beda dengan produk yang belum memiliki sertifikasi halal.¹⁶³

¹⁶¹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹⁶² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹⁶³ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa berusaha untuk menciptakan produk yang unggul dan pembeda dari produk yang lain dan dengan memiliki sertifikasi halal dapat membedakan produk yang belum memiliki sertifikasi halal sehingga menjadi unggul. Ratna juga menyampaikan terkait *halal brand association* yang mengatakan bahwa: “Keunggulan produk saya ini karena *home made* mas, dengan buatan sendiri pastinya rasa pasti sama dan bisa diatur juga kurang pas, dengan *home made* ini saya bisa mengunggulkan cita rasanya.”¹⁶⁴

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa terdapat keunggulan pada produk dikarenakan *home made* yang terjaga kualitasnya. Mengenai keunggulan produk Lilis mengatakan bahwa: “Produk saya ini saya buat sendiri tanpa ada bantuan orang lain mas, jadi tanpa mesin dan buatan tangan saya sendiri. Dengan rasa yang konsisten saya berani jamin rasa Bidaran saya paling enak dan pastinya produk saya sudah halal karena memiliki sertifikat halal dibanding usaha mikro Bidaran yang lain di Kelurahan Tegal Besar”¹⁶⁵

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa produknya memiliki rasa yang konsisten dibanding produk lain dikarenakan buatan tangan sendiri tanpa bantuan siapapun

¹⁶⁴ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹⁶⁵ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

sehingga memiliki rasa yang konsisten dan telah memiliki sertifikasi halal menjadi keunggulan produk. Mengenai keunggulan pada produk Benny megatakan bahwa:

Puding saya ini dari segi rasa dan kualitas dapat diadu dengan pudung lokal lainnya, puding saya ini dengan rasa yang kuat dan tekstur yang kuat, apalagi saya sudah memiliki sertifikasi halal kan jadi konsumen tambah percaya dan yakin sama produk saya.¹⁶⁶

Dari pernyataan Benny di atas dapat disimpulkan bahwa pudding memiliki rasa yang kuat dan memiliki tekstur yang kuat atau tidak mudah hancur dan telah memiliki sertifikasi halal yang dikhususkan untuk konsumen yang menikmati.

Asmawi juga menyampaikan bahwa:

Molen saya ini sama saja seperti molen dengan lainnya tetapi saya berusaha untuk mengunggulkan produk saya ini dengan memiliki sertifikat halal yang akan menjadikan molen saya beda dari yang lain karena sudah memiliki sertifikasi halal.¹⁶⁷

Dari pernyataan Asmawi di atas dapat disimpulkan bahwa produk molen tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan molen yang lain akan tetapi sebagai penunjang pembeda dari yang lain molen memiliki sertifikasi halal yang nantinya bisa untuk membranding halal produk dan memikat konsumen agar memilih molen yang sudah memiliki sertifikat halal dari pada yang belum memiliki sertifikasi halal.

¹⁶⁶ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁶⁷ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Hasil wawancara dengan informan dapat diidentifikasi bahwa sebuah produk harus memiliki hal yang diunggulkan agar bisa membranding produk tersebut, salah satunya yakni dengan adanya sertifikasi halal yang dimiliki produk merupakan suatu hal yang bisa diunggulkan dan pembeda dengan produk yang lain.

2) Denotasi Simbolik Produk

Denotasi merupakan makna sesungguhnya, atau sebuah fenomena yang tampak dengan panca indera, atau bisa juga disebut deskripsi dasar. Denotasi simbolik produk merupakan ciri khas yang bisa diingat oleh konsumen. Eva menyampaikan terkait ciri khas produk bahwasannya: “Es kwentel saya ini ciri khasnya ya dengan coklat yang kentel mas, minuman es yang menyegarkan dengan coklat yang kuat, hal ini yang menjadi ciri khas.”¹⁶⁸

Dapat disimpulkan dari pernyataan Eva bahwasanya produk Es Coklat Kwentell memiliki ciri khas sebagai minuman es coklat yang menyegarkan dan kuat akan rasa coklatnya.

Berkaitan dengan ciri khas produk, Sri memaparkan bahwa:

Sebenarnya gado-gado saya tidak memiliki ciri khas khusus mas, semua tergantung selera konsumen yang memiliki selernya masing-masing, akan tetapi saya berusaha untuk membuat gado-gado saya agar enak dan layak aman untuk dikonsumsi.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹⁶⁹ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

Dari pernyataan Sri dapat dijelaskan bahwa produknya tidak memiliki ciri khas yang khusus, dikarenakan juga menyesuaikan selera konsumen. Terkait ciri khas juga disampaikan oleh Niken bahwa: “Pastinya produk gudek saya ini sama memiliki ciri khas yang sama dengan tempat asalnya yakni Yogyakarta.”¹⁷⁰

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa gudeknya tidak memiliki ciri khas khusus akan tetapi terdapat upaya agar memunculkan ciri khas untuk menyamakan gudek dengan gudek yang ada di tempat asalnya yakni Yogyakarta. Ratna juga menyampaikan bahwa: “Sebenarnya untuk ciri khas secara signifikan tidak ada ya mas, tapi dengan buatan sendiri menurut saya lebih enak dari pada buatan pabrik.”¹⁷¹

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa untuk ciri khas secara signifikan tidak ada tetapi dengan mengandalkan buatan sendiri maka lebih unggul cita rasa dari pada buatan pabrik. Mengenai ciri khas Lilis mengatakan bahwa: “Produk saya ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk lain, yakni dengan menggunakan tepung ketan, kalau produk lain menggunakan tepung tapioka, dengan inilah produk saya memiliki ciri khas.”¹⁷²

¹⁷⁰ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

¹⁷¹ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹⁷² Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa memiliki ciri khas untuk pembeda dengan produk lain yakni dengan menggunakan tepung ketan dibanding produk lain yang menggunakan tepung tapioka sehingga memunculkan ciri khas pada produk. Benny juga mengatakan bahwa: “Untuk ciri khas khusus tidak ada, tapi dengan mengunggulkan kualitas saya rasa ciri khas pasti akan timbul dari benak konsumen.”¹⁷³

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk tidak memiliki khusus akan tetapi dengan menjaga kualitas sehingga menciptakan ciri khas tersendiri di benak konsumen.

Terkait ciri khas juga disampaikan oleh Asmawi bahwa: “Molen saya memiliki ciri khas rasa yakni pisang, coklat dan keju dan pastinya krispi dan gurih, jadi saya mempertahankan rasa dan kualitas molen saya.”¹⁷⁴

Dari pernyataan Asmawi dapat dijelaskan bahwasanya produknya memiliki ciri khas rasa molen yaitu pisang, coklat dan keju selain itu juga menjaga kualitas produk krispi dan gurih dan berusaha mempertahankan kualitas agar nantinya bisa terus mempertahankan kualitas di benak konsumen.

Hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa terdapat ciri khas produk yang berbeda-beda yang dapat *membranding* produk tersebut dengan ditonjolkannya

¹⁷³ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁷⁴ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

keunggulan produk akan tetapi juga terdapat produk yang tidak memiliki ciri khas khusus tetapi untuk menjaga agar konsumen tidak berpindah yakni dengan menjaga cita rasa dan kualitas sehingga tampak bahwa produk yang dikonsumsi memiliki kualitas yang bagus.

3) Manfaat Fungsional

Manfaat fungsional memiliki arti setiap produk memiliki 2 fungsi di mata pelanggan, yaitu fungsional dan emosional. Contoh dari *functional benefit* atau manfaat fungsional adalah teknologi, kualitas, kemudahan, dan manfaat lain dari suatu produk secara fungsi. Terkait dengan kualitas Eva juga mengatakan bahwa: “Sebagai pedagang yang menjaga *image* produk, pastinya saya menjaga benar-benar kualitas produk saya karena dengan menjaga kualitas produk menurut saya pelanggan tidak akan pindah ke yang lain.”¹⁷⁵

Pernyataan Eva di atas bisa dijabarkan bahwa sangat menjaga kualitas produk, dengan menjaga kualitas produk sehingga bisa terus membuat percaya konsumen dan konsumen tidak berpindah ke pedagang yang lain. Selaras dengan Eva Sri juga memaparkan bahwa: “Kualitas produk saya memang saya

¹⁷⁵ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

usahakan untuk sempurna mas, dengan bahan-bahan yang *fresh*, ya tujuannya untuk konsumen biar tetap beli disaya.”¹⁷⁶

Dari pemaparan Sri bahwasanya menjaga kualitas produknya untuk keberlangsungan produk demi kepercayaan konsumen terkait kualitas produk. Niken juga mengatakan bahwa: “Pastinya saya sangat menjaga kualitas saya ya mas, dengan menjaga kualitas kan konsumen semakin percaya terhadap produk kita.”¹⁷⁷

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa menjaga kualitas produk sangatlah penting dikarenakan dengan menjaga kualitas produk dapat mempertahankan konsumen sehingga konsumen akan tetap bertahan untuk mengkonsumsi produknya. Mengenai kualitas produk juga dijelaskan Ratna yang mengatakan bahwa: “Kualitas produk sangat penting mas, karena yang saya tawarkan kepada konsumen adalah produk maka saya sangat menjaga kualitas produk saya.”¹⁷⁸

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa sangat penting dalam menjaga kualitas suatu produk, dengan menjaga kualitas produk maka konsumen akan tetap memilih produk tersebut. Lilis mengenai kualitas produk yang mengatakan bahwa: “Kualitas produk saya sangat saya jaga mas, karena konsumen juga pasti melihat produk dari kualitasnya jadi hal

¹⁷⁶ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹⁷⁷ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

¹⁷⁸ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

kecil seperti minyak saya konsisten memakai minyak Filma karena juga berpengaruh ke produk.”¹⁷⁹

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa sangat menjaga kualitas dalam produknya karena dengan kualitas yang bagus maka konsumen akan memilih produk tersebut dan selalu konsisten menggunakan bahan karena merubah bahan maka akan merubah rasa pada produk. Selaras dengan Lilis, Benny juga mengatakan bahwa: “Untuk kualitas pastinya saya jaga mas, apalagi saya sekarang telah memiliki sertifikasi halal jadi kualitas juga terjamin.”¹⁸⁰

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk pudding sangat dijaga kualitasnya dan produk telah memiliki sertifikasi halal maka produk telah terjamin kualitasnya. Asmawi juga mengatakan bahwasanya:

Menjaga kualitas produk menurut saya penting ya mas, karena kan kita berjualan itu dituntut sempurna oleh konsumen, karena ya memang kita menjual sesuatu yang dikondumsi, jika tidak menjaga kualitas maka konsumen akan pindah ke pelaku usaha atau usaha mikro lain.¹⁸¹

Dari pemaparan Asmawi dapat disimpulkan bahwa menjaga kualitas produk penting dikarenakan konsumen menuntut kesempurnaan tentang produk yang mereka konsumsi atau mereka beli, maka dari itu memnaja atau mempertahankan kualitas sangat penting untuk konsumen tidak berpindah ke

¹⁷⁹ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹⁸⁰ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁸¹ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

pelaku usaha lainnya. Terkait kualitas produk, Ardi mengatakan bahwa: “Saya sebagai konsumen tentunya menginginkan kualitas yang terbagus pada suatu produk mas.”¹⁸²

Dari pemaparan Ardi dapat disimpulkan bahwasanya sebagai konsumen menginginkan sebuah produk yang menjaga akan kualitasnya. Selaras dengan Ardi, Rifqi juga menyampaikan bahwa:

Kualitas produk itu menurut saya suatu upaya untuk mempertahankan dan menjaga konsumen, karena dengan menjaga kualitas sebagai konsumen diibaratkan akan tetap setia dan konsisten untuk membeli produk tersebut dan tidak memilih produk lainnya.¹⁸³

Dari pernyataan Rifqi dapat disimpulkan bahwasanya dalam menjaga kualitas produk merupakan suatu upaya untuk mempertahankan dan menjaga konsumen agar tidak pindah untuk membeli produknya di tempat lain, dan bisa menyebabkan pelanggan akan setia dan tetap konsisten untuk membeli produk ditempat tersebut. Selaras dengan Rifqi, Jainuri juga menyampaikan mengenai menjaga kualitas produk yang menegaskan bahwa:

Secara gampangnya begini mas, kita sebagai konsumen pastinya memilih produk yang berkualitas karena produk tersebut kita beli dan kita konsumsi, dan nantinya konsumen pun sudah merasa dekat dengan sebuah produk tersebut akhirnya tidak berpindah ke penjual lain.¹⁸⁴

¹⁸² Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

¹⁸³ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

¹⁸⁴ Jainuri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Dari pernyataan Jainuri dapat disimpulkan bahwasannya lebih memilih produk yang menjaga kualitasnya dikarenakan produk tersebut akan dibeli yang nantinya akan dinikmati ataupun dikonsumsi dan dapat menimbulkan kedekatan suatu produk dengan konsumen.

Hasil wawancara informan dapat disimpulkan bahwasannya menjaga kualitas suatu produk juga penting menurut pelaku usaha hingga konsumen dan produk telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* sehingga kualitas terjaga, dikarenakan dengan menjaga kualitas suatu produk tersebut akan memiliki nilai tersendiri dimata konsumen dan bisa menyebabkan konsumen tetap untuk membeli dan mengkonsumsi ditempat tersebut.

4) Afektif Merek

Afektif merek adalah ranah yang berkaitan dengan sikap dan nilai, yang mencangup watak perilaku seperti perasaan, minat, sikap, emosi, dan nilai. Mengenai kedekatan konsumen dengan produk Eva mengatakan bahwa: “Saya rasa produk saya ini sudah memiliki kedekatan pada pelanggan mas, dibuktikan dengan ciri khas yang produk saya tonjolkan ini.”¹⁸⁵

Dari pemaparan Eva dapat dijelaskan bahwasannya produknya telah memiliki kedekatan dengan pelanggan

¹⁸⁵ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

disebabkan oleh ciri khas yang ditonjolkan oleh produk Es Coklat Kwentell tersebut. Mengenai kedekatan produk, Sri juga menyampaikan bahwa: “Dengan menjaga kualitas itu tadi mas, akhirnya bisa menimbulkan kedekatan produk saya kepada pelanggan, kan dengan menjaga kualitas produk pelanggan pasti sudah yakin dengan produk saya ini.”¹⁸⁶

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwasanya untuk memiliki kedekatan produk dengan konsumen salah satunya adalah dengan menjaga kualitas yang produk miliki, dengan upaya agar konsumen menjadi lebih percaya dan yakin akan produk tersebut sehingga nantinya akan memiliki kedekatan dengan produk. Terkait kedekatan produk Niken mengatakan: “Untuk kedekatan produk kepada konsumen produk saya ini saya rasa sudah mas, dengan sangat menonjolkan kualitas dan juga sertifikasi halal yang saya miliki.”¹⁸⁷

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa kedekatan produk dapat didapatkan dengan cara menjaga kualitas dan juga *membranding halal* produknya dengan menggunakan sertifikasi halal yang didapatkan dengan *self declare*. Mengenai kedekatan dengan konsumen Lilis mengatakan bahwa: “Karena usaha saya ini sudah lama

¹⁸⁶ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

¹⁸⁷ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

sebenarnya sudah memiliki kedekatan dengan monsumen, apalagi dengan penunjang sertifikasi halal ini yang saya rasakan semakin memiliki kedekatan dengan konsumen.”¹⁸⁸

Dari penjelasan Lilis dapat disimpulkan bahwa produknya telah memiliki kedekatan dengan konsumen karena usahanya sudah lama berdiri dan sebagai penunjang agar memiliki kedekatan lebih dengan menggunakan sertifikasi halal yang diajukan secara *self declare*. Benny juga mengatakan bahwa: “Untuk saat ini pelanggan saya masih belum luas akan tetapi kalau sudah pesan pasti akan pesan lagi berarti dengan mengkonsumsi produk saya sudah memiliki kedekatan tersendiri.”¹⁸⁹

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa produknya telah memiliki kedekatan dengan konsumen dikarenakan konsumen yang telah merasakan produk akan membeli lagi sehingga kedekatan dari konsumen akan muncul sendiri. Hal ini juga disampaikan oleh Asmawi bahwasanya:

Untuk kedekatan produk dengan konsumen saya terus mengusahakan mas, kan dengan memiliki sertifikasi halal dan juga menjaga kualitas produk saya ini sebagai upaya untuk mempertahankan konsumen dan nantinya konsumen akan dekat dengan produk saya ini.¹⁹⁰

Dari pernyataan Asmawi dapat dijelaskan bahwasanya dengan memiliki sertifikasi halal dan menjaga kualitas suatu

¹⁸⁸ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

¹⁸⁹ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁹⁰ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

produk maka akan menimbulkan kedekatan produk dengan konsumen yang nantinya konsumen akan terus berlangganan untuk terus membeli ditempat tersebut.

Hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa dengan adanya keunggulan, ciri khas dan kualitas suatu produk dinyatakan dapat menciptakan kedekatan suatu produk di benak konsumen sehingga konsumen akan terus berlangganan, apalagi dengan adanya *branding halal* produk yang telah memiliki sertifikasi halal akan menambah keyakinan dan kepercayaan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwasanya implementasi *branding halal* telah dilakukan dibuktikan dengan pelaku usaha mikro telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* dikarenakan mandiri, gratis, mudah dan terdapat pendampingan PPH. Pelaku usaha mikro telah mencantumkan label halal akan tetapi masih belum mencantumkan label komposisi belum lengkap, yang hanya mencantumkan nama produk dan keterangan halal dikarenakan pangsa pasar masih lokal sehingga merasa cukup dengan hanya mencantumkan nama dan keterangan halal pada produk. Produk dari usaha mikro juga memiliki keunggulan dan ciri khas masing-masing untuk memunculkan keunggulan produk di benak konsumen

2. *Benefit Positioning* Usaha Mikro yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Benefit positioning adalah memposisikan manfaat dalam sebuah produk yang telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare*, dapat dikatakan bahwa posisi ini memiliki posisi terdepan atau yang paling unggul yang ditawarkan kepada konsumen. Terdapat 2 faktor dalam menentukan *benefit positioning* yakni manfaat fungsional dan manfaat simbolik.

a. Manfaat fungsional

Manfaat fungsional dalam bisnis yang memiliki berhubungan dengan fungsi spesifik suatu bisnis, seperti pemasaran, dan manfaat fungsional pada produk yaitu manfaat yang didapatkan oleh konsumen dari atribut produk. Dalam menentukan manfaat fungsional terdapat 4 faktor yakni:

1. Kesenangan dan kenyamanan

Kesenangan dan kenyamanan adalah kondisi atau perasaan positif yang dihasilkan dari pengalaman menyenangkan, memuaskan, atau memberikan rasa aman. Keduanya penting dalam kehidupan sehari-hari dan berperan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen saat berinteraksi dengan suatu produk.

Berdasarkan hasil wawancara Eva pelaku usaha: “Iya mas tentunya, soalnya kan dengan sertifikasi halal itu pastinya sudah diperiksa secara keseluruhan jadi saya merasa senang karena produk saya telah halal dan memiliki kenyamanan sehingga tenang untuk menjual produk saya.”¹⁹¹

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa dalam memiliki sertifikasi memiliki sertifikasi halal untuk *membranding* produk dan telah memiliki kesenangan dan kenyamanan disebabkan oleh sertifikasi halal sebagai jaminan produk.

Hal ini juga dijelaskan oleh Sri bahwa: “Dengan melakukan *branding halal* secara *self declare* saya merasa aman dan nyaman pastinya iya, karena dengan sertifikasi halal konsumen bisa merasa nyaman dan pastinya saya juga senang dan nyaman untuk menjual produk saya.”¹⁹²

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan *branding halal* pelaku usaha mikro mempunyai kesenangan dan nyaman dikarenakan dengan menggunakan sertifikasi halal terdapat rasa senang dan nyaman untuk pelaku usaha sendiri dan konsumen. Dijelaskan kembali oleh Niken: “Rasa kesenangan dan kenyamanan itu akan muncul

¹⁹¹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

¹⁹² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

bagi saya pribadi dan tentunya bagi konsumen karena produk yang sudah memiliki sertifikasi halal telah terjamin.”¹⁹³

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki sertifikasi halal menggunakan halal *self declare* dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman kepada konsumen yang membeli atau mengonsumsi produk. Hal ini juga disampaikan oleh Ratna yang mengatakan bahwa: “Rasa senang timbul ketika produk saya telah memiliki sertifikasi halal mas, dikarenakan dengan memiliki sertifikasi halal saya memanfaatkan kehalalan produk agar berdampak kepada konsumen dan supaya konsumen senang dan nyaman.”¹⁹⁴

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa memiliki sertifikasi halal dapat memunculkan rasa senang kepada pelaku usaha dan dengan melakukan *branding* halal dapat memunculkan rasa senang bukan hanya kepada pelaku usaha mikro akan tetapi juga kepada konsumen agar konsumen juga merasakan kesenangan dan juga kenyamanan. Lilis juga mengatakan bahwa: “Pastinya ada kesenangan ya mas dengan produk saya yang memiliki sertifikasi halal ini dan saya sebagai penjual juga merasa nyaman pastinya dengan produk saya yang telah memiliki jaminan halalnya.”¹⁹⁵

¹⁹³ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

¹⁹⁴ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

¹⁹⁵ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro memiliki rasa senang karena produknya telah mempunyai sertifikasi halal *self declare* sehingga menyebabkan muncul rasa nyaman dalam menjual produk. Selaras dengan Benny yang mengatakan bahwa: “Ya pasti senang mas, karena produk saya yang hanya pudding lokal skala kecil dapat memiliki sertifikasi halal.”¹⁹⁶

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa merasa senang bahwa produk yang skala kecil telah memiliki sertifikasi halal yang dimiliki secara *self declare*. Selaras mengenai kesenangan dan kenyamanan Asmawi juga mengatakan bahwa: “Tentu saja saya merasa senang dan merasakan bahwa produk saya ini aman untuk dijual dikarenakan telah memiliki sertifikasi halal *self declare*, dengan demikian saya merasa puas dan senang.”¹⁹⁷

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan *branding halal* dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman kepada pelaku usaha mikro dikarenakan produk yang dijual telah memiliki sertifikasi halal sehingga pelaku usaha merasa senang dan puas atas produknya.

Berdasarkan hasil wawancara dari konsumen terkait manfaat fungsional mengenai kesenangan dan kenyamanan yang

¹⁹⁶ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

¹⁹⁷ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

dirasakan, Ardi mengatakan bahwa: “Saya merasa ada kesenangan dan kenyamanan tersendiri dalam mengkonsumsi makanan yang memiliki sertifikasi halal mas, ya memang karena makanan kalau sudah memiliki sertifikasi halal mempunyai jaminan kehalalan produk.”¹⁹⁸

Dari pernyataan Ardi dapat disimpulkan bahwasanya terdapat rasa kesenangan dan kenyamanan dalam mengkonsumsi makanan yang telah memiliki sertifikasi halal, dikarenakan produk yang telah memiliki sertifikasi halal memiliki jaminan yang membuat konsumen dapat memiliki rasa senang dan nyaman terhadap produk tersebut. Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan Rifqi tentang kesenangan dan nyaman produk yang mengatakan bahwa: “Tentu saja saya produk yang telah memiliki sertifikasi halal bisa memunculkan rasa kesenangan dan kenyamanan mas, dibuktikan dengan bangga terhadap diri sendiri karena telah mengkonsumsi makanan halal karena dianjurkan dalam islam.”¹⁹⁹

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa produk yang telah memiliki sertifikasi halal dapat memunculkan rasa senang dan nyaman dalam mengkonsumsi produk tersebut dan dengan adanya sertifikasi halal terhadap makanan dapat

¹⁹⁸ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

¹⁹⁹ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

memunculkan rasa bangga karena telah mengonsumsi makanan halal sesuai dengan anjuran dalam agama Islam. Selaras dengan Rifqi, Jainuri juga mengatakan bahwa: “Dalam mengonsumsi makanan yang memiliki sertifikasi halal saya merasa aman mas, dengan rasa aman ini pastinya saya juga terdapat rasa senang dan nyaman untuk mengkonsumsinya.”²⁰⁰

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam mengonsumsi makanan yang telah memiliki sertifikasi halal dapat membuat rasa senang dan nyaman muncul dikarenakan dengan adanya sertifikasi halal maka terdapat keamanan suatu produk untuk dikonsumsi.

Hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa pelaku usaha merasakan kesenangan dan memiliki kenyamanan karena bisa *membranding halal* produknya dan konsumen merasa aman dan nyaman untuk mengonsumsi produk yang memiliki sertifikasi halal secara *self declare* dikarenakan produk halal telah memiliki jaminan halal dengan keamanan produk untuk dikonsumsi.

2. Keamanan

Keamanan produk adalah suatu kondisi di mana produk yang diproduksi, dipasarkan, dan digunakan oleh konsumen

²⁰⁰ Jainuri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

tidak menimbulkan resiko bahaya bagi kesehatan dan keselamatan.

Berdasarkan hasil wawancara terkait manfaat fungsional mengenai keamanan Eva mengatakan bahwa: “Saya menjamin produk saya aman untuk dikonsumsi, dengan memiliki sertifikasi halal saya merasa aman untuk menjual produk saya tidak perlu khawatir karena produk saya pasti terjamin keamanannya.”²⁰¹

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa produk telah dijamin keamanannya yang bertujuan untuk konsumen agar tetap memilih produknya dan merasa aman telah memiliki sertifikasi halal sehingga produk pasti terjamin keamanannya. Selaras dengan Eva, Sri mengatakan bahwa:

Dengan memilih bahan-bahan yang berkualitas saya berani menjamin keamanan produk saya ini, apalagi dengan sertifikasi halal yang saya miliki pasti konsumen merasa aman dalam mengonsumsi dan saya sebagai penjual juga merasa aman bahwa produk saya bisa untuk dijual dan dikonsumsi benar-benar halal.²⁰²

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan bahan yang berkualitas maka dapat menghasilkan produk yang berkualitas, diperkuat dengan memiliki sertifikasi halal self declare yang dapat membranding produk sehingga konsumen menjadi semakin yakin dan menjamin produk yang

²⁰¹Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²⁰² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

dijual benar-benar terjamin kehalalannya. Hal ini juga disampaikan oleh Niken yang mengatakan:

Keamanan produk ini sangat saya jaga mas, makanya saya mengajukan sertifikasi halal *self declare* agar konsumen lebih yakin dengan produk saya bahwa produk saya aman untuk dikonsumsi, dikarenakan dengan keamanan produk otomatis konsumen percaya dengan produk saya bahwa layak untuk dikonsumsi.²⁰³

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dengan mengajukan sertifikasi halal secara *self declare* agar konsumen lebih yakin dan percaya bahwa produk yang dikonsumsi oleh konsumen dijamin keamanannya, dengan demikian keamanan produk dari Niken sangatlah dijaga. Terkait keamanan pada produk Ratna juga menyampaikan bahwa: “Saya menjaga kualitas dan keamanan produk saya mas, maka dari itu saya mengajukan sertifikasi halal secara *self declare*, karena dengan sertifikasi halal kan berarti makanan saya aman untuk dikonsumsi.”²⁰⁴

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa bukan hanya menjaga kualitas dari produk akan tetapi juga menjaga keamanan pada produknya, dengan memiliki sertifikasi halal maka akan menunjang keamanan sebuah produk. Lilis juga mengatakan bahwa: “Untuk keamanan produk juga pasti dijaga mas, kualitas saja saya jaga apalagi keamanan produk. Dengan

²⁰³ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

²⁰⁴ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

memiliki sertifikasi halal kan produk saya pasti aman untuk dijual dan dikonsumsi.²⁰⁵

Dari pernyataan Lilis dapat disimpulkan bahwa dalam keamanan produk dijaga dikarenakan kualitas produk juga dijaga dan dengan memiliki sertifikasi halal maka produk memiliki keamanan untuk dikonsumsi maupun untuk diperjual belikan. Selaras dengan Benny yang mengatakan bahwa: “Produk saya pasti aman mas, karena dengan keamanan produk usaha saya bisa berjangka panjang, karena itu saya mengurus sertifikasi halal *self declare* supaya keamanan produk saya terjamin.”²⁰⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa keamanan produk ditunjang dengan adanya sertifikasi halal yang dimiliki secara *self declare*, keamanan tersebut bertujuan agar usaha dan produk dapat berjangka panjang. Mengenai keamanan produk Asmawi juga mengatakan bahwa:

Jelas untuk kemanan produk molen saya ini sangat saya jaga mas, dari segi bahan baku saja seperti minyak goreng ataupun pisang untuk molen saya memilih yang benar-benar berkualitas, semua ya saya lakukan untuk menjamin kemanan produk saya ini bukan hanya konsumen tetapi produk saya dengan memiliki sertifikasi halal *self declare* juga aman untuk saya jadi saya semakin tenang dan aman untuk menjual molen ini.²⁰⁷

²⁰⁵ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

²⁰⁶ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

²⁰⁷ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa dari segi bahan baku untuk pengolahan molen diberikan bahan yang berkualitas untuk molen yang nantinya aman, sehingga dapat dikonsumsi oleh konsumen dengan aman dan memiliki rasa aman sebagai pelaku usaha dikarenakan produk yang dijual pasti aman karena telah memiliki sertifikasi halal secara self declare. Terkait keamanan produk Ardi mengatakan bahwa: “Saya sebagai konsumen juga memilih makanan yang saya makan aman mas, kalau tidak aman ngapain saya beli.”²⁰⁸

Dari pernyataan Ardi dapat disimpulkan bahwa sebagai konsumen juga memilih produk seperti makanan yang aman untuk dikonsumsi dikarenakan lebih memilih makanan atau produk yang aman. Selaras dengan Ardi, Rifqi juga mengatakan bahwa:

Konsumen bukan cuma melihat produk dari tampilannya saja mas, tetapi juga melihat produk apalagi makanan itu aman atau tidaknya untuk dikonsumsi karena makanan itu sangat sensitif yang berhubungan dengan kesehatan, jadi saya memang mementingkan keamanan produk yang saya konsumsi.²⁰⁹

Dari pernyataan Rifqi dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak hanya melihat produk dari tampilan luarnya saja akan tetapi dari segi keamanan juga menjadi pertimbangan untuk dikonsumsi, dikarenakan makanan merupakan hal yang menjadi kebutuhan yang dikonsumsi sehingga jika terdapat makanan

²⁰⁸ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

²⁰⁹ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

yang tidak aman untuk dikonsumsi akan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Mengenai keamanan pada produk Jainuri juga mengatakan bahwa: “Saya memilih makanan yang aman tentu saja untuk kesehatan saya mas, makanya saya sangat memilih makanan itu aman atau tidak untuk dikonsumsi.”²¹⁰

Dari pernyataan Jainuri dapat disimpulkan bahwa makanan yang aman juga berdampak pada kesehatan konsumen, dengan memilih makanan yang aman untuk dikonsumsi maka dapat mencegah terjadinya hal yang merugikan terkait kesehatan.

Hasil wawancara kepada informan dapat diidentifikasi bahwa keamanan produk telah dijaga oleh pelaku usaha mikro dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas maka akan memunculkan produk yang juga berkualitas dan dengan melakukan branding halal secara *self declare* pelaku usaha mikro merasa aman dalam menjual produk karena telah benar-benar aman untuk dijualnya dan untuk dikonsumsi konsumen dikarenakan telah memiliki sertifikasi halal. Konsumen juga melihat dari segi keamanan sebuah produk dikarenakan makanan yang dikonsumsi juga berpengaruh terhadap kesehatan konsumen.

²¹⁰ Jainuri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

3. Keawetan

Keamanan produk adalah upaya untuk memastikan produk aman digunakan, dengan mencegah risiko cedera, kerusakan, atau bahaya bagi pengguna.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai keawetan Eva mengatakan bahwa: “Kan produk saya es ya mas, jadi bisa langsung dikonsumsi tanpa harus nunggu kalau nunggu malah merubah cita rasa minumannya, jadi memang tidak bisa bertahan lama biar rasanya tidak berubah.”²¹¹

Dari pernyataan di atas dijelaskan bahwa produk yang dijual oleh Eva adalah es coklat yang harus dikonsumsi secara langsung agar tidak merubah cita rasanya. Hal ini dijelaskan kembali oleh Sri: “Untuk keawetannya bisa bertahan 1 hari mas, tapi lebih baik langsung dimakan aja biar rasanya tidak berubah.”²¹²

Hasil wawancara di atas menjelaskan produk gado-gado dapat bertahan selama 1 hari. Dijelaskan kembali oleh Niken: “Makanan yang saya jual kan gudeg ya mas jadi kalau ketahanannya itu tidak sampai sehari, Cuma bisa bertahan 4-6 jam biar rasanya tetap sama.”²¹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas makanan gudeng yang di jual Niken hanya dapat bertahan selama 4 hingga 6 jam

²¹¹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²¹² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²¹³ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

dalam sehari. Mengenai keawetan produk Ratna mengatakan bahwa: “Untuk kuping gajah ini tidak pakai pengawet sama sekali mas, tetapi untuk keawetan dapat bertahan selama 1 bulan.”²¹⁴

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa untuk keawetan produk bisa bertahan hingga 1 bulan meskipun tidak pakai pengawet. Lilis juga menyampaikan bahwa: “Kalau Bidaran saya ini bisa bertahan 3 bulan mas, tapi tidak sampai 3 bulan pasti sudah habis dan memproduksi lagi yang baru.”²¹⁵

Dari pernyataan Lilis dapat dijelaskan bahwa produknya memiliki keawetan hingga 3 bulan, akan tetapi produk selalu habis dan terus memproduksi yang baru. Benny juga mengatakan bahwa: “Puding saya kalau disuhu ruangan bisa bertahan 2 hari akan tetapi kalau di kulkas bisa bertahan selama 2 minggu.”²¹⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk memiliki keawetan hingga 2 minggu jika diletakan ke lemari pendingin namun jika berada disuhu ruang cuma bertahan selama 2 hari. Keawetan juga dijelaskan oleh Asmawi: “Kalau molen itu bisa bertahan sampai 1 hari mas, tapi kalau didiamkan sampai seharian itu tidak hangat dan teksturnya berubah”²¹⁷

²¹⁴ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

²¹⁵ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

²¹⁶ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

²¹⁷ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Dari penjelasan di atas molen yang di jual Asmawi dapat bertahan selama 1 hari, akan tetapi jika sudah tidak hangat maka tekstur molen akan berubah.

Hasil wawancara informan dapat disimpulkan keawetan produk tergantung pada komposisi produk yang dijual dikarenakan setiap produk memiliki ketahanan yang berbeda-beda.

4. Garansi

Garansi produk adalah jaminan dari produsen atau penjual untuk memperbaiki, mengganti, atau mengembalikan uang jika produk tidak berfungsi sesuai spesifikasi atau mengalami cacat.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai garansi Eva megatakan bahwa: “Untuk masalah garansi pastinya ada mas, tetapi sampai saat ini belum ada barang yang dikembalikan atau tidak sesuai dengan pesanan konsumen.”²¹⁸

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa terdapat garansi pada produknya akan tetapi sampai saat ini belum ada yang mengembalikan atau meminta garansi karena produk tidak sesuai. Hal ini juga disampaikan oleh Sri yang mengatakan bahwa: “Saya tidak menerapkan garansi mas, karena menang

²¹⁸ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

gado-gado saya ini kan makanan yang tidak bertahan lama dan harus segera di konsumsi.”²¹⁹

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa produknya belum menerapkan sistem garansi kepada konsumen dikarenakan produknya yang merupakan makanan yang harus dikonsumsi dan tidak bertahan lama. Hal ini berbeda dengan Niken yang mengatakan bahwa:

Saya rasa ada garansi pada produk saya mas, kan produk saya ini makanan yang dikonsumsi jadi semisal ada kecacatan makanan seperti basi pasti kita ganti. Tapi kita usahakan tidak sampai terjadi hal itu.²²⁰

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dalam usahanya telah menerapkan sistem garansi, dikarenakan makanan yang ditakutkan ada kecacatan sehingga bisa diganti untuk keberlangsungan usaha dan konsumen. Akan tetapi hal tersebut diminimalisir agar tidak terjadi. Terkait garansi Ratna mengatakan bahwa: “Pastinya ada garansi mas, tetapi dilihat dulu kalau semisal dalam kecacatan produk dari saya seperti remuk maka akan saya ganti, tapi jika produk remuk kesalahan konsumen maka tidak akan saya ganti.”²²¹

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa ada garansi terhadap produknya akan tetapi garansi tersebut terdapat peraturan seperti produk yang rusak dari awal akan diganti tetapi

²¹⁹ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²²⁰ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

²²¹ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

produk yang rusak dikarenakan kesalahan konsumen tidak akan diganti. Mengenai garansi Asmawi mengatakan bahwa: “Kalau garansi pastinya saya menerapkan mas, akan tetapi sampai saat ini belum ada produk yang dikembalikan dan meminta ganti ataupun garansi.”²²²

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa sudah menerapkan garansi untuk produknya akan tetapi molen sampai saat ini tidak pernah dikembalikan ataupun konsumen meminta garansi kepada pelaku usaha.

Dari hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa penerapan garansi produk telah diterapkan sebagai jaminan untuk kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk dan terdapat usaha mikro yang masih belum menerapkan garansi dikarenakan belum adanya konsumen yang meminta garansi sehingga tidak terfikirkan untuk menerapkan garansi tersebut.

b. Manfaat simbolik

Manfaat simbolik adalah manfaat produk yang terkait dengan kebutuhan sosial, ekspresi diri, dan harga diri, serta kemampuan produk dalam membangun citra bagi penggunanya.

Terdapat 2 dalam mengidentifikasi manfaat simbolik

²²² Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

1) Identifikasi sosial

Identifikasi sosial adalah konsep diri individu dipengaruhi oleh hubungannya dengan produk, di mana identitas sosial berperan penting dalam cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak terhadap produk tersebut.

Mengenai identifikasi sosial Eva mengatakan bahwa: “Dengan menggunakan sertifikasi halal secara *self declare* saya merasa mendapatkan posisi secara manfaat mas, karena dengan adanya sertifikasi halal konsumen semakin yakin dengan produk saya.”²²³

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa telah memposisikan manfaat kepada konsumen dengan menggunakan sertifikasi halal secara *self declare* dikarenakan sertifikasi halal juga merupakan jaminan keamanan kepada produk untuk dikonsumsi oleh konsumen. Selaras dengan pernyataan Eva, Sri mengatakan bahwa: “Saya tentunya juga memposisikan manfaat setelah mendapatkan sertifikasi halal secara *self declare* mas, karena kalau produk sudah halal maka dapat menimbulkan rasa aman terhadap konsumen.”²²⁴

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa telah memposisikan manfaat kepada konsumen dengan menggunakan sertifikasi halal secara *self declare* sehingga produk yang

²²³ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²²⁴ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

dikonsumsi menjadi aman. Hal ini juga disampaikan oleh Niken yang mengatakan bahwa: “Dengan memiliki sertifikasi halal ini saya merasa ada peningkatan penjualan mas, karena kehalalan produk benar-benar saya gunakan.”²²⁵

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa menggunakan sertifikasi halal dapat mendapatkan posisi kepada konsumen dengan *membranding* halal produknya yang mengakibatkan penjualan naik. Lilis juga mengatakan bahwa: “Dengan memiliki sertifikasi halal ini saya rasa memang berpengaruh sama produk saya mas, untuk produk saya yang terjamin kehalalannya dan konsumen yang semakin percaya kepada produk saya.”²²⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk yang memiliki sertifikasi halal dapat berpengaruh terhadap penjualan karena telah terjamin kehalalannya sehingga konsumen semakin yakin dan percaya akan kehalalan produk. Selaras dengan Lilis, Benny juga mengatakan bahwa: “Manfaatnya pasti terasa mas, produk yang telah memiliki sertifikasi halal pasti dapat bersaing dengan produk yang belum memiliki sertifikasi halal, sehingga untuk saat ini sertifikasi halal dapat memunculkan manfaat kepada usaha mikro saya.”²²⁷

²²⁵ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

²²⁶ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

²²⁷ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki sertifikasi halal dapat memiliki manfaat bagi pelaku usaha mikro dikarenakan dapat bersaing kompetitif dengan usaha mikro yang belum memiliki sertifikasi halal. Selaras dengan Ratna yang mengatakan bahwa: “Sertifikasi halal *self declare* ini bermanfaat mas untuk produk saya, karena ya dengan ini konsumen semakin yakin dan bertambah untuk mengkonsumsi produk saya.”²²⁸

Dari pernyataan Ratna dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan sertifikat halal produk semakin banyak peminat dan semakin bertambahnya konsumen. Hal ini selaras dengan Ardi yang mengatakan bahwa:

Produk yang telah memiliki sertifikasi halal saya memiliki penilaian tersendiri mas, kan kalau sudah memiliki sertifikasi halal berarti produk tersebut pasti sudah terjamin kalau halal, saya juga lebih memilih produk yang halal dari pada produk yang belum halal.²²⁹

Dari pernyataan Ardi dapat disimpulkan bahwa produk yang telah memiliki sertifikasi halal dipandang telah terjamin kehalalannya dan selaku konsumen lebih memilih produk yang halal dibanding produk yang belum memiliki sertifikasi halal. Rifqi juga menyampaikan bahwa: “Dengan membeli atau mengkonsumsi produk halal saya memang memfikirkan terlebih

²²⁸ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

²²⁹ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

dahulu, jadi saya akan mempertimbangkan apa yang saya beli termasuk mempertimbangkan kehalalan suatu produk.”²³⁰

Dari pernyataan Rifqi dapat disimpulkan bahwa dalam membeli suatu produk mempertimbangkan produk tersebut, apalagi dari aspek kehalalan suatu produk yang nantinya dipakai atau dikonsumsi.

Hari hasil wawancara Informan dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro melakukan identifikasi sosial dengan menggunakan sertifikasi halal *self declare* sehingga membuat konsumen semakin yakin untuk mengkonsumsi atau membeli produk yang telah terjamin kehalalannya dan konsumen juga menilai produk halal sesuatu yang dapat memberikan jaminan kehalalan dan mempertimbangkan jika ingin membeli atau mengkonsumsi makanan yang halal dan belum memiliki sertifikasi halal.

2) Status

Status adalah kondisi atau keadaan tertentu dari suatu objek, individu, atau sistem pada suatu waktu, yang bisa bersifat sementara atau permanen dan digunakan dalam berbagai konteks. Hasil wawancara mengenai status dalam memosisikan kedudukan produk dengan Eva menjelaskan: “Jadi selain keunggulan prodak yang saya miliki, saya juga menggunakan

²³⁰ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

sertifikasi halal dalam mengunggulkan produk pada konsumen, sehingga dengan sertifikasi halal itu produk saya juga bisa lebih unggul dibanding lainnya.”²³¹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan keunggulan produk bukan hanya dalam komposisi melainkan adanya sertifikasi halal juga menjadi keunggulan pada produk yang dipasarkan. Hal ini dijelaskan kembali oleh Sri: “Saya juga menggunakan sertifikasi halal yang saya punya ini mas sebagai keunggulan produk jadi selain saya menjaga cita rasa saya juga menjaga keunggulan produk melalui sertifikasi halal”

Pernyataan di atas menyimpulkan keunggulan produk yang dilakukan oleh Sri sebagai penjual gado-gado selain cita rasa adalah sertifikasi halal. Pernyataan di atas dikuatkan kembali oleh Niken:

Keunggulan jualan saya itu yang pertama pasti rasanya ya mas, tapi selain itu sertifikasi halal pada usaha saya ini juga jadi keunggulan soalnya konsumen kan bakal tau kalo produk yang saya jual itu dapat dipastikan keamanan halalnya.²³²

Disimpulkan sertifikasi halal menjadi keunggulan produk dikarenakan dapat menjamin kepercayaan konsumen. Selaras dengan Ratna yang menyampaikan bahwa: “dengan

²³¹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²³² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

memposisikan produk yang memiliki sertifikasi halal pastinya terdapat keunggulan dari produk saya.”²³³

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal dapat menunjang sebuah produk dalam meraih posisi unggul kepada konsumen yang akan mengkonsumsi produk. Hal ini dijelaskan kembali oleh Asmawi: “Saya selalu menjaga keunggulan produk saya mas pastinya salah satunya ya pake sertifikasi halal ini soalnya kan biar orang-orang itu percaya kalo yang saya jual ini pasti halal dan bisa dibuktikan gitu mas”²³⁴

Hal tersebut dapat disimpulkan sertifikasi halal menjadi hal yang diunggulkan dan karena dapat menjaga kepercayaan konsumen pada produk.

Dari beberapa pertanyaan kepada informan di atas dapat disimpulkan sertifikasi halal yang dimiliki pelaku usaha dapat menjadi status yang bersifat permanen yakni keunggulan produk dengan membranding halal produk yang telah memiliki sertifikasi halal sehingga menciptakan status dari sebuah objek yaitu produk yang dijual sehingga produk dapat memiliki posisi yang unggul untuk dinikmati oleh konsumen.

Mengenai *benefit positioning* dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro telah memposisikan manfaat *branding halal*

²³³ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

²³⁴ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

secara *self declare* dengan merasa senang dan nyaman bahwa produk telah memiliki sertifikasi halal sehingga menimbulkan keamanan kepada produk yang dijual. Untuk keawetan produk memiliki ketahanan yang berbeda-beda sesuai dengan produk yang diproduksi dan telah melakukan sistem garansi sehingga bukan hanya memberikan jaminan kehalalan kepada konsumen tetapi juga memberikan jaminan atas produk yang dibeli atau dikonsumsi.

Dengan melakukan identifikasi sosial pelaku usaha mikro telah memposisikan manfaat *branding halal* secara *self declare* dengan mengunggulkan kehalalan produk yang nantinya akan dinikmati oleh konsumen sehingga merasakan adanya peningkatan pembelian dikarenakan produk telah terjamin kehalalannya dan konsumen memiliki penilaian tersendiri mengenai produk yang halal dan mempertimbangkan untuk membeli atau mengonsumsi produk yang belum memiliki sertifikasi halal.

Dari wawancara di atas dapat diidentifikasi bahwa dalam dalam memposisikan *benefit positioning* usaha mikro yang melakukan branding halal melalui halal *self declare* dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro mendapatkan kesenangan dan kenyamanan bahwa produknya telah memiliki sertifikasi halal sehingga bisa nyaman dan aman untuk menjual

produknya, dan terdapat peningkatan dalam penjualan setelah mendapatkan sertifikasi halal *self declare*. Produk yang beragam menyebabkan keawetan produk yang berbeda-beda dan pelaku usaha telah menerapkan garansi untuk menjamin kenyamanan dan sebuah bentuk tanggung jawab kepada konsumen.

Pelaku usaha juga telah memosisikan manfaat produk yang telah memiliki sertifikasi halal kepada konsumen dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan setelah memiliki sertifikasi halal secara *self declare*. Konsumen memiliki ketertarikan dengan mengkonsumsi produk yang telah memiliki sertifikasi halal.

3. Competitor Positioning Usaha Mikro yang Melakukan Branding Halal Melalui Halal Self Declare di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Competitor Positioning adalah penentuan posisi pesaing yang merupakan pengakuan dari sebuah produk dengan memosisikan dengan pesaing lainnya dengan melakukan branding halal melalui halal *self declare*. Pengakuan tersebut bisa berupa perbandingan langsung dengan produk pesaing lainnya. Dalam menentukan *competitor positioning* terdapat 2 faktor:

a. Diferensiasi produk

Diferensiasi produk adalah strategi untuk membuat suatu produk tampak unik atau memiliki nilai tambah dibandingkan produk

pesaing. Tujuan diferensiasi ini adalah untuk menarik konsumen dengan menawarkan fitur, kualitas, atau manfaat yang tidak ditemukan pada produk lain, sehingga produk tersebut lebih menonjol di pasar dan dapat membangun loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil wawancara Eva mengatakan bahwa: “Untuk pembeda sama produk yang lain itu mungkin tidak ada tapi kita mengunggulkan kualitas dan sertifikasi halal yang saya miliki mas.”²³⁵

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan produk dengan produk lain secara signifikan akan tetapi dengan menjaga kualitas produk dan memiliki sertifikasi halal dapat menjadi keunggulan produk dari produk lain. Hal ini selaras dengan pernyataan Sri yang mengatakan bahwa: “Kalau saya ya pasti yang pertama dari cita rasa ya mas, soalnya kan gado-gado itu makanan berat dan selain cita rasa sertifikasi halal juga jadi keunggulan”²³⁶

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal dan cita rasa menjadi keunggulan produk gado-gado. Hal ini juga dijelaskan oleh Niken:

Semua makanan pasti yang diunggulkan paling pertama ya cita rasa mas, selain itu disini yang bikin beda kita tidak cuma jual gudeg aja tapi ada makanan-makanan tradisional lainnya, nah jadi konsumen itu bukan cuma bisa menikmati gudegnya aja mas tapi ada makanan lainnya, kita juga udah punya sertifikasi halal yang bisa jadi keunggulan lainnya.²³⁷

²³⁵ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²³⁶ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²³⁷ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan cita rasa menjadi keunggulan semua produk makanan selain menjual gudeg Niken juga menjual makanan tradisional lainnya, selain itu sertifikasi halal yang dimiliki menjadi keunggulan dalam penjualan produknya. Dijelaskan juga oleh Benny yang mengatakan bahwa: “Untuk pembeda sama puding lain ya kualitas yang saya miliki menggunakan bahan-bahan premium mas, jadi itu menjadi pembeda dengan produk yang lain karena kualitas terjamin, apalagi dengan memiliki sertifikasi halal pastinya akan saya tonjolan.”²³⁸

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan bahan premium maka produk menjadi pembeda dengan produk yang lain dan dengan menggunakan sertifikasi halal maka menjadi keunggulan sehingga dapat memposisikan produk lebih unggul dari pesaing. Hal ini selaras dengan Lilis yang mengatakan bahwa: “Bidaran saya ini menggunakan tepung ketan berbeda dengan Bidaran lain yang menggunakan tepung tapioka sehingga produk saya lebih pulen teksturnya, dan produk saya memiliki sertifikasi halal pastinya dapat bersaing dengan *competitor* yang lainnya.”²³⁹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa produk berbeda dikarenakan menggunakan bahan yang berbeda dari produk lain sehingga memiliki tekstur yang pulen dan sertifikasi halal sebagai bentuk persaingan sehingga bisa menciptakan persaingan yang

²³⁸ Ratna, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 26 Oktober 2024

²³⁹ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

kompetitif. Kembali dijelaskan oleh Asmawi: “Untuk keunggulan saya punya banyak rasa, jadi molen yang saya jual itu ada rasa coklat, pisang dan keju itu jadi keunggulan tersendiri si mas terus ada sertifikasi halal di produk saya juga jadi keunggulan meskipun hanya usaha kecil tapi bisa dipercaya konsumen.”²⁴⁰

Dari pernyataan di atas disimpulkan banyaknya varian rasa pada molen yang dijual Asnawi menjadi keunggulan produknya. Selain itu, sertifikasi halal pada usahanya juga menjadi keunggulan yang dapat menjaga konsumen.

Kesimpulan dari beberapa narasumber di atas keunggulan produk yang dapat dilihat melalui cita rasa, varian rasa dan sertifikasi halal yang dimiliki oleh pelaku usaha.

b. Keunggulan produk

Keunggulan produk adalah kelebihan atau nilai tambah yang dimiliki suatu produk dibandingkan produk lain. Keunggulan ini bisa berupa kualitas, harga, fitur unik, desain, atau manfaat yang memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan terkait menentukan posisi pesaing terkait *branding halal* yaitu dengan Eva yang mengatakan bahwa:

Makanya saya melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* mas, karena saya membaca peluang bahwasannya Es

²⁴⁰ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

Coklat saya ini biar beda dengan Es yang lain dengan melakukan *branding halal*, jadi posisi Es saya lebih unggul dari pada Es yang lain.²⁴¹

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwasanya untuk memasuki pasar juga harus memiliki strategi untuk membaca peluang yang ada, yaitu dengan adanya produk pembeda dengan produk yang lain. Produk Es Coklat Kwentell yang didaftarkan sertifikasi halal secara *self declare* menjadi pembeda dan unggul dibandingkan Es Coklat yang lainnya. Hal ini selaras dengan Sri yang mengatakan bahwa: “Gampangnya gini mas, gado-gado saya telah memiliki sertifikasi halal, berbeda dengan gado-gado yang lain, ini yang menyebabkan produk saya unggul dan bisa bersaing dari produk yang lainnya.”²⁴²

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwasannya untuk memposisikan pesaing dari produk lain harus memiliki keunggulan dari produk lain, dan yang dimiliki adalah sertifikasi halal menjadikan unggul dan bisa bersaing dengan gado-gado yang lainnya. Selaras dengan Sri mengenai penentuan posisi pesaing, Niken juga mengatakan bahwa: “Setelah memiliki sertifikasi halal pastinya ada pengaruh terhadap penjualan saya, meskipun tidak secara signifikan tapi yang saya rasakan penjualan bertambah setelah mendapatkan sertifikasi halal.”²⁴³

²⁴¹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²⁴² Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²⁴³ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki sertifikasi halal berdampak kepada penjualan naik meskipun tidak secara signifikan. Hal ini juga disampaikan oleh Lilis yang mengatakan bahwa: “Dengan memiliki sertifikasi halal membuat produk saya unggul dari usaha lain yang belum memiliki sertifikasi halal mas, sehingga bisa bersaing dengan usaha lain.”²⁴⁴

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal *self declare* memiliki dampak bagi usaha mikro sehingga dapat bersaing dengan usaha lainnya yang belum memiliki sertifikasi halal. Benny juga mengatakan bahwa: “Sertifikasi merupakan jaminan halal produk yang dapat membuat produk bisa bersaing dan unggul dari produk yang belum punya sertifikasi halal karena telah terjamin kehalalan dan keamanannya, jadi dalam jangka panjang pasti berpengaruh pada produk saya.”²⁴⁵

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki jaminan akan keamanan dan kehalalan, sehingga dapat menjadi pengaruh terhadap usaha maupun produk dibanding usaha yang belum memiliki sertifikasi halal. Asmawi juga mengatakan bahwa: “Sebenarnya banyak mas pesaing Molen yang ada di sini, tetapi ya saya menentukan pesaing saya dengan membaca

²⁴⁴ Lilis, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 November 2024

²⁴⁵ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

kelemahannya, produk saya unggul dikarenakan sudah memiliki sertifikasi halal dan Molen yang lain belum memiliki.”²⁴⁶

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa pesaing Molen juga memiliki persaingan yang ketat akan tetapi dengan membaca kelemahan pesaing maka akan membuat celah untuk melihat kesempatan, salah satunya adalah mendaftarkan produk Molen Asmawi secara halal menjadikan produk tersebut menjadi unggul dan bisa bersaing. Hal ini juga disampaikan oleh Ardi yang mengatakan bahwa: “Pastinya dengan produk yang sudah ada sertifikasi halal saya memilih produk itu dibanding produk yang belum memiliki, karena dengan itu saya juga mengikuti syariat agama.”²⁴⁷

Dari pernyataan Ardi di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih memilih produk yang telah bersertifikasi halal karena dengan mengkonsumsi makanan yang telah halal merupakan keputusan yang mengikuti syariat agama Islam. Selaras dengan Jainuri yang mengatakan bahwa: “Saya memilih makanan yang bersertifikasi halal karena terdapat jaminan keamanan dan kehalalan sehingga membuat saya yakin untuk mengkonsumsi makanan tersebut.”²⁴⁸

Dari pernyataan Jainuri dapat disimpulkan bahwa produk yang telah memiliki sertifikasi halal terdapat jaminan keamanan dan

²⁴⁶ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

²⁴⁷ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

²⁴⁸ Jainuri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

hehalalan, maka konsumen timbul rasa yakin untuk mengkonsumsi produk yang telah tersertifikasi halal.

Dari wawancara informan tentang *competitor positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* menjelaskan bahwa untuk bisa bersaing dengan produk yang lain harus bisa membaca kelemahan dari produk pesaing sehingga menimbulkan suatu produk bisa lebih unggul, dan dari usaha mikro tersebut telah unggul dengan cara menggunggulkan dengan pesaing yang belum memiliki sertifikasi halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* sehingga bisa unggul dari produk yang lain.

4. *Quality or Price Positioning* Usaha Mikro yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Perusahaan membangun citra produk melalui dua strategi utama: strategi posisi kualitas dan strategi posisi harga. Strategi kualitas menekankan produk berkualitas tinggi meskipun dengan harga premium, sementara strategi harga menonjolkan nilai terjangkau untuk menarik konsumen luas dan bersaing dengan harga lebih murah dari pesaing. Dalam menentukan *quality or price positioning* terdapat 2 faktor:

a. Penentuan posisi kualitas

Strategi ini bertujuan menyediakan produk berkualitas sesuai segmentasi pasar, di mana produk berkualitas tinggi diposisikan sebagai produk mewah, sementara produk dengan harga terjangkau

diposisikan sebagai pilihan ekonomis. Berdasarkan hasil wawancara dari Eva mengatakan bahwa: “Kualitas itu sangat penting mas dan pastinya untuk kualitas produk saya sangat saya jaga, karena kualitas dapat menjaga konsumen untuk tetap memilih produk kita.”²⁴⁹

Dari wawancara Eva dapat disimpulkan bahwa telah menyadari bahwa kualitas terhadap produk sangat penting untuk keberlangsungan produk agar konsumen tidak beralih ke produk lain. Hal ini selaras dengan Sri yang mengatakan bahwa: “Kualitas produk itu pastinya penting, karena itu gado-gado saya sangat saya jaga terkait kualitasnya dengan memilih bahan-bahan yang masih segar.”²⁵⁰

Dari pernyataan Sri dapat disimpulkan bahwa kualitas dalam sebuah produk itu memiliki posisi yang penting, dengan demikian produk Sri menjaga kualitas produk dengan memilih bahan-bahan yang terbaik untuk produknya. Hal ini juga disampaikan oleh Niken bahwa:

Kualitas itu segalanya mas, karena kita kan menjual makanan yang sangat mementingkan kualitas untuk dinikmati konsumen jadi saya pasti pilih bahan baku yang premium jadi nantinya tidak memberi pengaruh buruk atau merubah rasa dari produk yang saya jual.²⁵¹

Berdasarkan penjelasan di atas pemilihan bahan untuk komposisi produk menjadi hal penting yang dilakukan oleh pemilik usaha untuk menjaga kualitas produknya. Hal ini dijelaskan kembali oleh Asmawi: “Jadi saya itu kalau pakai bahan baku tidak pernah saya

²⁴⁹ Eva, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

²⁵⁰ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²⁵¹ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

ganti mas, kayak contoh minyaknya terus bahan utama dari molennya juga mas kayak pisang itu saya benar-benar memilih kualitas pisang yang bagus.”²⁵²

Dari pernyataan di atas konsistensi dalam pemilihan bahan baku yang premium menjadi langkah utama yang dilakukan untuk menjaga kualitas produk. Mengenai kualitas Ardi mengatakan bahwa: “Iyalah pastinya, kita kan beli melihat dari kualitas produk mas, jadi kalau produk berkualitas saya pasti mempertimbangkan buat beli.”²⁵³

Dari pernyataan Ardi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang baik menjadi pertimbangan konsumen. Hal ini juga selaras dengan Rifqi yang mengatakan bahwa: “Ya pasti lihat kualitas dulu ya sebelum beli karena kan sebagai konsumen saya yang merasakan kelebihan dari produk tersebut jadi meskipun mahal asal kualitasnya terjamin tidak menjadi masalah bagi saya.”²⁵⁴

Dapat disimpulkan bahwa konsumen mementingkan kualitas untuk mengkonsumsi sebuah produk dikarenakan produk yang berkualitas memiliki kelebihan tersendiri dan harga tidak menjadi masalah untuk kualitasnya yang terjamin. Hal ini juga disampaikan oleh Jainuri yang mengatakan bahwa: “Kualitas untuk produk yang saya konsumsi sangat saya perhatikan mas, itu penting bagi saya

²⁵² Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

²⁵³ Ardi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Oktober 2024

²⁵⁴ Rifqi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 13 Agustus 2024

karena sebuah produk apalagi makanan benar-benar saya perhatikan kualitasnya demi kesehatan saya”²⁵⁵

Dari pernyataan Jainuri dapat disimpulkan bahwa kualitas dalam sebuah produk sangat diperhatikan, dikarenakan produk seperti makanan yang dikonsumsi juga berdampak bagi kesehatan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan pemilihan bahan baku sebagai komposisi dari sebuah produk menjadi hal penting yang harus dilakukan oleh pemilik usaha agar produk yang dihasilkan tetap memiliki kualitas yang baik. Hal ini dapat memberi pengaruh pada keputusan pembelian produk oleh konsumen dikarenakan setiap konsumen akan memilih kualitas produk yang baik untuk dirinya.

b. Penentuan posisi harga

Strategi ini menetapkan harga sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan, membantu bisnis meningkatkan profitabilitas, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan lama.

Berdasarkan hasil wawancara dari Eva mengatakan bahwa:

Untuk harga saya menentukan bahan baku yang saya butuhkan untuk menentukan sebuah harga produk dan saya rasa harganya sesuai dengan pasaran sehingga sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen karena meskipun memiliki sertifikasi halal saya tidak menaikkan harga produk saya.²⁵⁶

Dari pernyataan Eva dapat disimpulkan bahwa harga ditentukan dengan bahan baku yang dibutuhkan untuk proses produksi

²⁵⁵ Jainuri, diwawancarai oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

²⁵⁶ Eva, diwawancarai oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 31 Mei 2024

sehingga mendapatkan harga yang sesuai dan untuk penentuan harga juga sesuai dengan harga pasar untuk memikat konsumen, harga juga tetap meskipun telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare*. Hal ini selaras dengan Sri yang mengatakan bahwa:

Saya nentukan harganya pasti di lihat dari pengeluaran untuk membeli bahan baku yang pasti itu akan jadi pengeluaran tetap bagi saya, makanya harga yang saya tentukan memang saya sesuaikan sehiangga saya juga mendapat keuntungan tapi saya tidak pernah mematok harga produk yang mahal mas jadi memang terjangkau, nah kalau sertifikasi halalnya itu tidak berpengaruh ke harga si mas.²⁵⁷

Disimpulkan penentuan harga dilakukan dengan melihat banyaknya pengeluaran tetap pada produksi yang dilakukan sehingga pelaku usaha dapat menentukan harga yang terjangkau dan keuntungan. Akan tetapi sertifikasi halal tidak berpengaruh pada penentuan harga. Hal ini dijelaskan kembali oleh Niken:

Supaya gak rugi saya nentuin harga produk harus sesuai dengan pengeluaran saya dalam memproduksi produk mas karena saya juga memikirkan konsumen saya juga menyesuaikan harga agar tidak memberatkan konsumen dan menurut saya meskipun telah memiliki sertifikasi halal harganya tidak saya naikan soalnya kan sertifikasi halal itu sebagai penunjang bahwa produk saya ini aman untuk dikonsumsi.²⁵⁸

Dari pernyataan Niken dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga juga melihat pengeluaran kebutuhan yang dibutuhkan untuk memproduksi sebuah produk akan tetapi juga memikirkan konsumen agar harga sesuai dengan keinginan konsumen, meskipun memiliki sertifikasi halal tidak menaikkan harga

²⁵⁷ Sri, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 14 Agustus 2024

²⁵⁸ Niken, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 Oktober 2024

dikarenakan sertifikasi halal merupakan penunjang produk agar aman dan memiliki jaminan untuk konsumen. Selaras dengan Benny yang mengatakan bahwa:

Produk saya termasuk mahal mas, dikarenakan menggunakan bahan yang premium jadi saya sesuaikan dengan harga bahan dan menurut saya memang sudah sesuai dengan apa yang dinikmati oleh konsumen, meskipun telah memiliki sertifikasi halal tapi saya tidak menaikkan harga karena semua tergantung bahan dan sertifikasi halal sebagai penunjang untuk produk saya.”²⁵⁹

Dari pernyataan Benny dapat disimpulkan bahwa produknya menggunakan bahan premium sehingga harga produk mahal karena sesuai dengan apa yang diterima atau sebanding yang dirasakan oleh konsumen dan meskipun telah memiliki sertifikasi halal tetap tidak menaikkan harga pada produk. Hal ini selaras dengan Asmawi yang mengatakan bahwa: “Kalau harga sesuai pasar mas, karena saya juga menyamakan harga molen saya dengan molen-molen yang lain meskipun saya sangat menjaga kualitas dan memiliki sertifikasi halal, supaya konsumen dapat memilih produk saya.”²⁶⁰

Dari pernyataan Asmawi dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga tidak memiliki kriteria tertentu akan tetapi menyesuaikan dengan harga pasar, meski telah memiliki sertifikasi

²⁵⁹ Benny, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 17 November 2024

²⁶⁰ Asmawi, diwawancara oleh Jufan Afnani Anwar, Jember, 16 Oktober 2024

halal harganya tetap supaya konsumen lebih memilih produknya dari pada produk yang lain.

Dari hasil wawancara informan dapat diidentifikasi bahwa dalam menentukan harga terdapat penyesuaian antara pengeluaran produksi produk sehingga terdapat laba yang didapat dan menyesuaikan harga pasar agar dapat menarik konsumen sesuai dengan keinginannya. Meskipun telah memiliki sertifikasi halal pelaku usaha tidak menaikkan harganya dikarenakan sertifikasi halal sebagai penunjang sebuah produk agar dapat bersaing dan memiliki jaminan dan keamanan untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Tabel 4.4

Tabel Hasil Temuan

No	Fokus Penelitian	Temuan Lapangan
1.	Implementasi <i>branding halal</i> melalui <i>self declare</i> oleh usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.	1. Sertifikasi Halal <i>Self Declare</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Memiliki sertifikasi halal: Usaha mikro merasa penting memiliki sertifikasi halal dan konsumen lebih percaya dan yakin jika produk telah memiliki sertifikasi halal b. Mandiri: Pengajuan sertifikasi halal <i>self declare</i> mandiri dilakukan oleh usaha mikro c. Gratis: pengajuan sertifikasi halal secara <i>self declare</i> tidak dipungut biaya d. Mudah: pengajuan sertifikasi halal mudah dikarenakan terdapat pendamping PPH e. Didampingi PPH: Terdapat pendampingan PPH mulai dari awal penhajuan hingga sertifikasi halal terbit atau keluar 2. Label halal

No	Fokus Penelitian	Temuan Lapangan
		<ul style="list-style-type: none"> a. Logo halal: usaha mikro telah mencantumkan logo halal b. Label komposisi: terdapat label komposisi di produk yang memuat nama dan label halal 3. <i>Halal brand image</i> <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Halal brand association</i>: memiliki keunggulan sertifikasi halal untuk <i>membranding</i> produk b. Denotasi simbolik produk: memiliki ciri khas untuk memikat konsumen c. Manfaat fungsional: menjaga kualitas untuk menjaga keberlanjutan produk dan konsumen d. Afektif merek: memiliki kedekatan dengan konsumen dengan menonjolkan sertifikasi halal
2.	<p>Bagaimana <i>benefit positioning</i> usaha mikro yang melakukan <i>branding halal</i> melalui <i>halal self declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Manfaat Fungsional <ul style="list-style-type: none"> a. Kesenangan dan kenyamanan: Pelaku usaha dan konsumen merasa senang dan nyaman terhadap produk yang dijual dan dikonsumsi memiliki sertifikasi halal b. Keamanan: Pelaku usaha mikro menjamin produk telah aman untuk dikonsumsi dan dinikmati oleh konsumen dan merasa aman bahwa produknya sudah ada jaminan halal ditunjang dengan memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i> c. Keawetan: keawetan produk berbeda-beda dikarenakan keawetan produk menyesuaikan dengan jenis produk yang dijual d. Garansi: garansi telah diterapkan untuk sebuah bentuk tanggung jawab atas produk

No	Fokus Penelitian	Temuan Lapangan
		<p>kepada konsumen</p> <p>2. Manfaat simbolik</p> <p>a. Identifikasi sosial: dengan menggunakan sertifikasi halal dapat memberi manfaat kepada pelaku usaha dan keyakinan konsumen dalam mengkonsumsi makanan yang telah tersertifikasi halal</p> <p>b. Status: menjadi kedudukan sebuah produk yang unggul dengan memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i>.</p>
3.	<p>Bagaimana <i>competitor positioning</i> usaha mikro yang melakukan <i>branding halal</i> melalui <i>halal self declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?</p>	<p>1. Diferensiasi produk : memiliki sertifikasi halal merupakan sebuah pembeda dan unggul sehingga dapat ditonjolkan dari pada produk yang belum memiliki sertifikasi halal.</p> <p>2. Keunggulan produk: produk memiliki keunggulan yang berbeda-beda akan tetapi sertifikasi halal <i>self declare</i> memiliki pengaruh terhadap produk</p>
4.	<p>Bagaimana <i>quality or price positioning</i> usaha mikro yang melakukan <i>branding halal</i> melalui <i>halal self declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?</p>	<p>1. Penentuan posisi kualitas: kualitas sangat dijaga dengan menggunakan bahan yang halal untuk keberlangsungan produk dan konsumen lebih memilih produk yang berkualitas</p> <p>2. Penentuan posisi harga: harga ditentukan sesuai kebutuhan proses produksi dan meskipun memiliki sertifikasi halal tidak menaikkan harga</p>

Sumber : diolah peneliti

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sudah dilakukan dengan menyamakan kajian teori dengan fenomena yang ada pada lapangan, maka

dapat dijelaskan lebih dalam sesuai dengan sistematika uraian pada pembahasannya. Berdasarkan rumusan masalah dan kesesuaian kondisi objek yang ada di lapangan. Maka dari itu, rumusan masalah tersebut terfokus pada 3 objek yaitu *Positioning*, *Branding Halal* dan *Halal Self Declare* pada usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Berikut adalah hasil pembahasan yang dikaitkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian.

1. Implementasi *Branding Halal* Melalui *Self Declare* Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Branding atau merek diartikan sebagai salah satu perilaku pasar sebagai reaksi dan struktur pasar dan *branding* menjadi salah satu bentuk dalam pemasaran. Merek menjadi salah satu ciri dari sebuah produk agar dikenal oleh masyarakat atau konsumen. Maka produsen berlomba untuk membuat merek yang diingat dan melekat dalam konsumen.²⁶¹ *Branding halal* dimaknai sebagai proses melakukan diferensiasi produk dengan *brand* halal sebagai bentuk keunggulan yang ditawarkan. *Branding halal* merupakan proses dari hulu ke hilir dengan pertanggung jawaban halal sebagai bentuk jaminan keamanan produk mulai dari kualitas bahkan dari segi agama.²⁶²

²⁶¹ Nikmatul Masruroh et al., "The Halal Branding in International Trade of Edamame Soybean Agricultural Products," *In Annals of Agri-Bio Research* 26, (2021) <http://digilib.uinkhas.ac.id/12779/1/Nikmatul%20Masruroh%20Agribiop.pdf>

²⁶² Nikmatul Masruroh, "Dinamika Identitas dan Religiusitas pada Branding Halal di Indonesia," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 14, no. 2 (2020): 232. <https://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/view/553>

Implementasi *branding halal* melalui *halal self declare* merupakan tindakan yang bertujuan untuk menerapkan *branding halal* suatu produk demi terciptanya keunggulan yang ditawarkan sehingga konsumen percaya dengan adanya tanggung jawab halal sebagai jaminan keamanan suatu produk. Jika dikaitkan dengan data temuan pada lapangan menunjukkan bahwasannya dalam melakukan *branding halal* melalui *halal self declare* oleh usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember sehingga dapat diimplementasikan ada yang harus dilakukan oleh usaha mikro dalam mengimplementasikan *branding halal* sebagai berikut:

a. Memiliki sertifikasi halal

Usaha mikro telah memiliki sertifikasi halal pada produknya. Pelaku usaha usaha mikro memiliki tujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap jaminan halal yang telah didapatkan oleh produknya sehingga konsumen lebih percaya dan yakin untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang telah bersertifikasi halal.

Selain itu usaha mikro mendapatkan sertifikasi halal melalui pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* atau secara mandiri, hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro memiliki kesadaran untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* untuk membranding produknya dengan mengunggulkan sertifikasi halal yang dilakukan secara *self declare*.

Selain mandiri pengajuan sertifikasi halal *self declare* gratis tidak dipungut biaya yang dibebankan kepada usaha mikro, dalam hal

ini proses pengajuan mulai dari awal hingga terbitnya sertifikasi halal usaha mikro tidak mengeluarkan uang sepeserpun. Pengajuan *self declare* yang dinilai mudah sehingga memudahkan usaha mikro dalam memiliki sertifikasi halal, terdapat beberapa berkas persyaratan yang harus dilengkapi oleh usaha mikro akan tetapi dapat dilengkapi sehingga dapat mempermudah proses pengajuan sertifikasi halal secara *self declare*, yang terpenting adalah usaha mikro yang memiliki resiko rendah atau *low risk*.

Dalam pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* terdapat pendampingan PPH yang mendampingi langsung proses pengajuan sertifikasi halal secara *self declare* yang bertujuan untuk membantu dan mendampingi usaha mikro sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal. PPH juga memiliki tugas untuk melakukan audit yang digunakan untuk menentukan layak atau tidak produk tersebut dapat memiliki sertifikasi halal.

Sejalan dengan temuan tersebut Nikmatul Masruroh pada penelitiannya menyatakan bahwa sertifikasi halal menjadi jaminan yang diharapkan oleh konsumen dengan menjamin produk yang telah memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI. Produk yang memiliki sertifikasi halal menjamin seluruh bahan yang digunakan

pasti halal yang telah tersertifikasi dan menjamin produksi yang bersih dan bebas dari bahan yang tidak halal dan najis.²⁶³

b. Label halal

Terdapat label halal sebagai upaya implementasi *branding halal* usaha mikro melalui halal *self declare* yang bertujuan untuk *membranding* produk sehingga dapat memikat konsumen dengan kepercayaan dan keyakinan. Pelaku usaha usaha mikro telah mencantumkan logo halal atau keterangan halal pada atribut atau produknya, bukan hanya sebagai hiasan akan tetapi sebagai *branding* bahwa produk yang akan dibeli atau dikonsumsi sudah memiliki sertifikasi halal sehingga aman dan terjamin dengan kehalalan produknya.

Tidak hanya itu *membranding* produk pelaku usaha mikro juga mencantumkan sebagian dari label komposisi seperti nama produk dan keterangan halal, Pelaku usaha telah mencantumkan nama pada produk atau atributnya agar konsumen mengerti tentang seperti apa produk tersebut dan telah mencantumkan keterangan halal sebagai *branding* halal produk yang telah memiliki sertifikasi halal. Hanya 1 pelaku usaha mikro yang mencantumkan secara lengkap daftar bahan, berat bersih dan tanggal kadaluarsa pada produknya, dikarenakan menerapkan hasil sosialisasi yang pernah diikuti sehingga bisa masuk dalam pangsa pasar yang lebih luas dan untuk pelaku usaha yang

²⁶³ Nikmatul Masruroh et al., "The Competitive Advantage of Halal-Certified Food in International Trade by PT. Mitartani Dua Tujuh Jember," 305.

belum mencantumkan secara lengkap beranggapan dengan memiliki sertifikasi halal daftar bahan yang digunakan pasti sudah terjamin kehalalannya dan tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa dikarenakan ketahanan produk siap saji yang harus dimakan langsung.

Sejalan dengan temuan yang diteliti oleh Ian Alfian dan Muslim Marpaung bahwa pencantuman label halal merupakan sebuah jaminan yang sah bahwa produk telah memiliki sertifikasi halal dan layak untuk dikonsumsi. Dengan mencantumkan label halal pada kemasan atau atribut produk maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi produk.²⁶⁴

c. *Halal brand image*

Pelaku usaha mikro telah memiliki keunggulan produk yang bisa diunggulkan untuk memunculkan perspektif kepada konsumen, disamping keunggulan produk yang dimiliki sertifikasi halal merupakan keunggulan pada produk yang bisa diunggulkan untuk kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen, hal ini merupakan upaya membranding produk dengan menggunakan sertifikasi halal melalui *self declare* yang telah dilakukan oleh usaha mikro.

Selain itu pelaku usaha mikro juga memiliki ciri khas pada produknya, ciri khas produk merupakan hal yang dapat diingat oleh konsumen agar konsumen tidak berpindah untuk membeli ditempat

²⁶⁴ Ian Alfian dan Muslim Marpaung, “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan,” 126.

lain, meskipun terdapat usaha mikro yang tidak memiliki ciri khas khusus dikarenakan produknya menyesuaikan selera konsumen akan tetapi untuk memunculkan ciri khas tersebut usaha mikro menggunakan cara dengan menjaga kesegaran bahan baku untuk membuat ciri khas yang bisa diingat dan dirasakan oleh konsumen.

Pelaku usaha mikro menyadari bahwa faktor kualitas sangat penting untuk mempertahankan nilai produk dan konsumen. Pelaku usaha mikro telah menjaga dan mementingkan kualitas pada produknya, dengan menjaga kualitas produk maka konsumen akan memiliki penilaian terhadap produk tersebut sehingga memunculkan manfaat yang mereka rasakan. Dengan adanya keunggulan, ciri khas dan kualitas pelaku usaha mikro dapat memiliki dan menciptakan kedekatan dengan konsumen sehingga konsumen akan tetap percaya bahkan yakin dengan produk tersebut.

Sejalan dengan penelitian Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana yang mengartikan *halal brand image* sebagai citra produk halal yang sesuai dengan ajaran agama Islam. *Halal brand image* diukur dengan beberapa indikator diantaranya *halal brand association* yang dapat menjadi pembeda dengan produk lain, denotasi simbolik produk yang tampak dengan panca indra, manfaat

fungsional yang dirasakan dari suatu produk secara fungsi dan afektif merek yang berkaitan dengan sikap serta nilai.²⁶⁵

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang pernah diteliti oleh Aslikhah dan Mukhsinin yakni fenomenologi *self declare* sertifikasi halal bagi pelaku mikro produk makanan dan minuman untuk peningkatan *awareness* sertifikasi halal di Kabupaten Pasuruan sedangkan penenilaian ini memfokuskan tentang strategi *positioning branding halal* mikro melalui *halal self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.²⁶⁶

2. Benefit Positioning Usaha Mikro yang Melakukan Branding Halal Melalui Halal Self Declare di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Dengan adanya sertifikasi halal *self declare* usaha mikro telah memiliki sertifikasi halal untuk membranding halal produknya. Pelaku usaha mikro telah memposisikan manfaat *branding halal* dengan menggunakan sertifikasi halal *self declare*, dengan memiliki sertifikasi halal usaha mikro dapat menonjolkan produk untuk menjadikan produk tersebut unggul. Jika dikaitkan dengan data temuan pada lapangan menunjukkan bahwasanya dalam melakukan *benefit positioning branding halal* melalui *halal self declare* oleh usaha mikro di Kecamatan Kaliwates

²⁶⁵ Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, “Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah,” 288.

²⁶⁶ Aslikhah dan Mukhsinin Syu’aibi, “Fenomenologi Self Declare Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman Untuk Peningkatan Awareness Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan,” *Jurnal Muallim* 5, no. 1 (2023): 79-81. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim/article/view/3424>

Kabupaten Jember sehingga dapat diimplementasikan apa yang harus dilakukan oleh usaha mikro.

Dengan memposisikan manfaat secara fungsional pelaku usaha merasa senang dan nyaman dalam menjual produk yang telah memiliki sertifikasi halal *self declare* konsumen merasa senang dan nyaman dalam mengkonsumsi dan memilih produk yang telah bersertifikasi halal, dengan demikian produk yang sudah memiliki sertifikasi halal meningkatkan minat beli konsumen.

Selain itu keamanan produk juga merupakan faktor penting yang dapat menjamin keamanan sebuah produk. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal berarti produk tersebut telah aman dan layak untuk dikonsumsi dan konsumen juga memandang produk dari segi keamanan dikarenakan produk yang aman juga berdampak bagi kesehatan konsumen. Dengan memiliki sertifikasi halal pelaku usaha juga merasakan keamanan terhadap penjualan dikarenakan produk yang dijual telah terdapat jaminan kehalalan dan menjadikan produk tersebut aman untuk dijual dan dikonsumsi.

Selain keamanan terdapat keawetan produk yang memiliki arti produk bisa bertahan sampai berapa lama. Jenis produk yang berbeda-beda maka keawetan produk juga berbeda sesuai dengan jenis produk.

Mengenai manfaat fungsional yang terakhir adalah garansi, dalam temuan dilapangan mengenai garansi terdapat usaha mikro yang telah menerapkan garansi untuk produknya. Hal ini dibuktikan bahwasannya

pelaku usaha mikro juga sadar jika dengan adanya garansi maka konsumen tidak takut untuk membeli produk tersebut

Selain manfaat fungsional terdapat juga manfaat simbolik dengan mengidentifikasi sosial dengan memposisikan manfaat sertifikasi halal *self declare* kepada konsumen. Pelaku usaha mikro telah memposisikan manfaat kehalalan sebuah produk untuk dinikmati oleh konsumen dan konsumen juga dalam menilai produk yang halal memiliki jaminan keamanan dan sesuai syariat Islam terkait makanan halal.

Status produk juga merupakan hal penting bahwa memiliki sertifikasi halal juga menjadi keunggulan tersendiri disamping dari keunggulan produk. Dengan mengunggulkan sertifikasi halal *self declare* maka terdapat peningkatan dalam pembelian karena memang konsumen memilih makanan yang halal dari pada makanan yang belum bersertifikasi halal.

Sejalan dengan temuan Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip Pemasaran, Perusahaan menggunakan *benefit positioning* sebagai strategi untuk menempatkan merek di pasar, suatu merek akan sukses ketika produk yang dipakai itu bermanfaat bagi konsumennya.²⁶⁷ Dalam memposisikan manfaat dengan *branding* halal yakni dengan mengunggulkan kehalalan suatu produk sehingga menjadikan produk tersebut unggul dari produk lain yang belum memiliki sesuatu yang diunggulkan dengan *branding halal* dan manfaat

²⁶⁷ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 252.

fungsiional dan manfaat simbolik dapat memiliki *benefit positioning* usaha mikro dalam melakukan *branding halal*.

Benefit positioning ini berbeda dengan *positioning* yang diteliti oleh Abd. Mughni Jamil, Dery Ariswanto meneliti terkait optimalisasi penerapan sertifikasi halal sedangkan dalam penenilaian ini menggunakan *positioning branding halal* dengan *benefit positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.²⁶⁸

3. Competitor Positioning Usaha Mikro yang Melakukan Branding Halal Melalui Halal Self Declare di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Pelaku usaha mikro telah melakukan diferensiasi produk sebagai upaya agar produk menjadi berbeda dengan produk yang lain, dengan perbedan seperti ciri khas yang ditonjolkan dan dengan sertifikasi halal sebagai pendukung dan penunjang sebuah produk berbeda dengan yang lain.

Selain diferensiasi keunggulan produk merupakan bagian dari *competitor positioning* semakin produk diunggulkan dengan menggunakan *branding halal* dengan sertifikasi halal *self declare* maka itu menjadi unggul dengan kompetitor yang belum memiliki sertifikasi halal.

²⁶⁸ Abd. Mughni Jamil dan Dery Ariswanto, "Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal melalui *Self Declare* dalam Perspektif Kesadaran dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bangkalan)," *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 01 (2024) <https://journal.staiyiqbaubau.ac.id/index.php/Maslahah/article/view/1744/2150>

Selanjut dengan Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Pemasaran Strategik*, mengatakan bahwa *competitor positioning* atau penentuan posisi pesaing, diartikan bahwa bagaimana suatu produk diposisikan berbeda dengan produk yang lainnya. Penentuan posisi pesaing merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk membedakan produk dari penawaran pesaing. Strategi tersebut bertujuan untuk menentukan posisi dalam pasar dan menciptakan nilai bagi pasar. Dengan demikian dalam penentuan posisi pesaing dengan *branding halal* melalui *halal self declare* yang usaha mikro gunakan menjadikan produk tersebut unggul dari pesaing yang belum memiliki sertifikasi halal.²⁶⁹

Sejalan dengan penemuan data tersebut Warito dan Samsuri dalam penelitiannya yang berjudul *sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia*, mengatakan bahwa dengan adanya sertifikasi halal sebagai upaya *branding halal* memberi keunggulan yang komparatif, dengan menggunakan atribut seperti label halal menjadikan produk menjadi unggul dan membuat konsumen memilih produk tanpa keraguan. sertifikasi halal memberikan implikasi yang besar terhadap bisnis produk halal. Bisnis halal secara khusus menjadi obyek yang sangat menarik karena Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Keadaan inilah yang menjadikan potensi yang sangat besar dalam

²⁶⁹ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, 218-219.

industri pengembangan produk halal. Karena jumlah penduduk Muslim terbesar dunia, maka pasar utama Indonesia adalah negeri sendiri.²⁷⁰

4. *Quality Or Price Positioning* Usaha Mikro yang Malakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Diterapkannya *quality or price positioning* menggunakan *branding halal* melalui *halal self declare*, usaha mikro dapat bersaing menggunakan kualitas dan harga yang telah mereka tetapkan. Usaha mikro mengambil pendekatan yang bijaksana, mereka menyadari pentingnya menjaga kualitas produk agar tetap menjadi produk unggulan di mata konsumen sehingga konsumen tidak akan berpindah ke pelaku usaha lainya. Dalam memilih suatu produk konsumen lebih mementingkan kualitasnya, kualitas produk yang menggunakan *branding halal* menjadi sangat penting untuk menunjang kepercayaan konsumen terhadap produk.

Usaha mikro juga menyesuaikan harga secara sebanding menyesuaikan dengan harga produk sesuai dengan pasar sehingga tetap kompetitif di pasar tanpa mengorbankan kualitas produk, dengan demikian konsumen dapat merasakan produk dengan harga yang sesuai. Dalam menentukan harga yang efektif dapat membuat usaha mikro meningkat profitabilitasnya. Meskipun telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* akan tetapi usaha mikro tidak menaikkan harga dikarenakan

²⁷⁰ Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, (2020): 98. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>

sertifikasi halal sebagai penunjang akan kepatuhan regulasi dan keamanan sebuah produk.

Selaras dengan Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Pemasaran Strategik*, mengatakan bahwa *quality or price positioning* atau penentuan posisi kualitas atau harga yang diartikan bahwa perusahaan berusaha untuk membangun persepsi atau citra produk mereka sebagai produk berkualitas tinggi dengan menetapkan harga premium, atau sebaliknya, mereka menekankan harga yang terjangkau sebagai penanda nilai. Strategi posisi kualitas untuk menunjukkan bahwa produk memiliki kualitas terbaik dibandingkan kompetitor dan strategi posisi harga untuk menentukan harga produk sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen.²⁷¹

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang pernah diteliti oleh Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida yang berjudul “*Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah*”, dijelaskan bahwa loyalitas merek merupakan aset perusahaan dalam menciptakan keberlanjutan konsumen dalam membeli produk/jasa perusahaan. Sedangkan penelitian ini menjelaskan bahwa *quality or price positioning* sebagai strategi untuk membangun persepsi atau citra produk sebagai produk yang berkualitas dan harga terbaik dibandingkan kompetitor.²⁷²

²⁷¹ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, 218-219.

²⁷² Nalal Muna, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, “*Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah*,” *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no 2 (2021): 288. <https://www.neliti.com/id/publications/349510/celebrity-endorsement-dan-citra-produk-halal-dalam-membangun-loyalitas-merek-stu>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pemaparan hasil dari penelitian yang berupa data-data *interview*, observasi, dan dokumentasi maka terdapat kesimpulan pada penelitian ini. Adapun kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Implementasi *Branding Halal* Melalui *Self Declare* Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Dengan melakukan pengajuan *self declare* pelaku usaha telah memiliki sertifikasi halal, pengajuan *self declare* secara mandiri, gratis, mudah dan terdapat pendampingan dari PPH yang membantu pelaku usaha mikro dalam proses pengajuan sertifikasi halal *self declare* sampai sertifikasi halal diterbitkan oleh MUI, sedangkan label halal yaitu pelaku usaha telah mencantumkan logo halal pada produk atau atribut, pelaku usaha juga telah mencantumkan sebagian label komposisi seperti nama dan keterangan halal pada produk atau atribut tidak mencantumkan semuanya dikarenakan pangsa pasar masih lokal dan dengan mencantumkan nama dan keterangan halal sudah cukup, hanya satu pelaku usaha Bidaran yang telah mencantumkan secara lengkap dikarenakan telah mengikuti sosialisasi dan telah diterapkan, dan juga *halal brand image* dengan menggugulkan sertifikasi halal *self declare* untuk membranding produk, produk juga memiliki ciri

kelas untuk memikat konsumen, setiap pelaku usaha pasti menjaga kualitas untuk menjaga keberlangsungan produk dan mempertahankan konsumen dan afektif merek produk yang telah memiliki sertifikasi halal sehingga memiliki kedekatan dengan konsumen.

2. *Benefit Positioning* Usaha Mikro yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Dalam memposisikan manfaat usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember yang melakukan *branding halal* dengan menggunakan sertifikasi halal *self declare* dengan menggunakan 2 komponen yaitu manfaat fungsional dan manfaat simbolik. Dalam manfaat fungsional terdapat kesenangan dan kenyamanan yang dirasakan oleh pelaku usaha mikro dan konsumen karena telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare*, keamanan produk juga terjamin sehingga pelaku usaha mikro merasa aman dalam menjual produknya, keawetan produk memiliki ketahanan yang berbeda-beda tergantung yang diproduksi oleh pelaku usaha mikro, garansi juga telah diterapkan oleh pelaku usaha mikro yang merupakan sebuah jaminan suatu produk, sedangkan manfaat simbolik pelaku usaha mendapatkan manfaat seperti konsumen semakin yakin dalam mengkonsumsi produk karena telah dinyatakan kehalalannya, dan status produk menjadi lebih unggul karena telah dipercaya konsumen dan telah memiliki sertifikasi halal sebagai pendukung.

3. *Competitor Positioning* Usaha Mikro yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Dalam memposisikan pesaing pelaku usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember yang melakukan *branding halal* secara *self declare* menggunakan 2 komponen yaitu diferensiasi produk dan keunggulan produk. Diferensiasi produk dilakukan pelaku usaha mikro dengan cara menonjolkan sertifikasi halal yang dilakukan secara *self declare* sehingga produk menjadi pembeda dibanding *competitor* yang belum memiliki sertifikasi halal, dan keunggulan produk pelaku usaha memiliki keunggulan dari produknya disamping itu sertifikasi halal yang telah didapat produknya menjadi keunggulan sehingga berpengaruh terhadap produk untuk lebih unggul dari pada *competitor* yang belum memiliki sertifikasi halal.

4. *Quality Or Price Positioning* Usaha Mikro yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Pelaku usaha mikro dalam menentukan posisi kualitas yang melakukan *branding halal* secara *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember sangat menjaga kualitas seperti bahan yang digunakan harus halal sebagai jaminan karena telah memiliki sertifikasi halal sehingga konsumen menjadi lebih percaya, yakin dan aman terhadap kualitas produk yang dibeli atau dikonsumsi, dan dalam

menentukan posisi harga pelaku usaha mikro yang telah memiliki sertifikasi halal secara *self declare* tidak menaikkan harga pada produknya dikarenakan sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan halal pada produk sehingga produk dapat dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen dengan aman, dan pelaku usaha mikro akan menaikkan harga jika bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan.

B. Saran

Setelah mengkaji hasil penelitian, peneliti menyimpulkan beberapa rekomendasi yang dapat diambil, berikut adalah beberapa saran yang disampaikan:

1. Implementasi *branding halal* melalui *self declare* oleh usaha mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember sudah diterapkan namun terdapat hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha mikro mengenai pencantuman label komposisi yang harus dicantumkan semua seperti nama, keterangan halal, tanggal kadaluarsa dan berat bersih agar pangsa pasar semakin luas.
2. *Benefit positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember sudah baik dan sesuai tetapi yang harus ditekankan adalah benar-benar memanfaatkan sertifikasi halal pada produk agar dapat memasuki pangsa pasar yang lebih luas.
3. *Competitor positioning* usaha mikro yang melakukan *branding halal* melalui halal *self declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

telah memposisikan pesaing dengan baik dengan menggunakan sertifikasi halal akan tetapi harus ada inovasi agar produk benar-benar unggul dari pesaing.

4. *Quality Or Price Positioning* usaha mikro telah menetapkan kualitas dan harga yang sesuai tetapi pelaku usaha mikro harus tetap menjaga dan menekankan kualitas dan harga agar sesuai dengan keinginan konsumen



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi. "Brand Association Pada Suatu Produk," *Among Makarti* 6, no. 12 (2013), 3 <https://dx.doi.org/10.52353/ama.v6i2.85>
- Agustini, Ni Ketut Yulia. "Segmentasi Pasar, Penentuan Target, dan Penentuan Posisi," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 1, no.2 (2003), 105. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/169>
- Alfian, Ian, dan Muslim Marpaung, "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan" *Jurnal At-Tassawuth* 2, no 1 (2017): 126. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777>
- Amadi, Lawrence. "Brand Benefit Positioning Strategy And Repurchase Intention Of Consumers Of Food And Beverages Brands In Rivers State, Nigeria." *World Bulletin of Management and Law* 7 (2022): 23. <https://www.scholarexpress.net/index.php/wbml/article/view/544>
- Arifin, Hafiznur. "Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori Self Declare." *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi & Akuntansi* 1, no. 5 (2023): 1174. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/592>
- Aslikhah dan Mukhsinin Syu'aibi. "Fenomenologi Self Declare Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman Untuk Peningkatan Awareness Sertifikasi Halal Di Kabupaten Pasuruan." *Jurnal Muallim* 5, no. 1 (2023): 79-81. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim/article/view/3424>
- Astray, Tatiana Vasilieva. "How Do Consumers Make Their Purchase Decisions Between Genuine and Counterfeit Products?" (Thesis, The University of Guelph, 2011). <https://atrium.lib.uoguelph.ca/server/api/core/bitstreams/8282fa23-620a-4856-b644-06602c321386/content>
- Astuti, Mirsa. "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)." *Iuris Studia : Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020): 14-20. <https://jurnal.bundamediagrupo.co.id/index.php/iuris/article/view/16>
- Bpjph.go.id, "Sertifikasi Halal Untuk UMK." 19 Desember 2023. <https://bpjph.halal.go.id/detail/fasilitasi-sertifikasi-halal-untuk-umk-bpjph-keuda-rangkul-perangkat-daerah-wilayah-timur-indonesia/>
- BPS, *Kabupaten Jember Dalam Angka 2023*.

BPS, *Kecamatan Kaliwates Dalam Angka 2022*.

BPS, *Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2023*.

Chotijah, Siti. "Positioning Lombok sebagai Destinasi Wisata Halal di Indonesia (Comparative Study Lombok dengan Berbagai Destinasi Halal di Indonesia)." *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 1*, no. 01 (2017) https://www.academia.edu/99426891/Positioning_Lombok_Sebagai_Destinas_i_Wisata_Halal_Di_Indonesia_Comparative_Study_Lombok_Dengan_Berbagai_Destinas_i_Halal_Di_Indonesia

Cresswell, John W. *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.

Fathoni, Muhammad Anwar dan Tasya Benny Syahputri. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 431. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146/764>

Hanun, Nur Ravita, Rima Azara, Indah Apriliana Sari W. "Pelatihan Halal, PIRT & Keuangan Usaha Bagi Kelompok UMKM Gambir Anom Sidoarjo," *Jurnal Community Empowement* 7, no. 8 (2022): 1410. https://www.academia.edu/100136497/Halal_PIRT_and_business_finance_training_for_Gambir_Anom_s_MSME_Group_Sidoarjo

Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafida, Nikmatul Masruruoh dan Nur Ika Mauliyah. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik DOT.ID." *Human falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no. 1 (2023): 129 https://www.researchgate.net/profile/Mf-Hidayatullah/publication/377364320_STRATEGI_DIGITAL_MARKETING_DENGAN_INSTAGRAM_DAN_TIKTOK_PADA_BUTIK_DOTID/links/65a25e2faf617b0d8741b251/STRATEGI-DIGITAL-MARKETING-DENGAN-INSTAGRAM-DAN-TIKTOK-PADA-BUTIK-DOTID.pdf

Iltiham, Muhammad Fahmul, dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Kebaikan*. Pasuruan: Fai Press, 2019.

Istianah dan Gemala Dewi, "Analisis Masalah Pada Konsep Halal Self Declare Sebelum Dan Pasca Enactment Undnag-Undang Cipta Kerja," *Jurnal Hukum: Al 'Adl* 14, No.1 (2022), 97. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/aldli/article/view/5870/3529>

Jakiyudin, Ahmad Havid dan Alfaid Fedro. "Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2022): 185. <https://www.syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/10666/4688>

- Kartika, Arista Fauzi dan Junaidi. "Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding." *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no 1 (2020): 87-94. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/915>
- Kasanah, Nur. "Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis." *Jelhum: Jurnal of Economics, Law, and, Humanities* 1, no. 2 (2022): 38. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jelhum/article/view/1196>
- Kemenag.go.id. "Sertifikasi Halal Untuk UMKM." 11 Juni 2022. <https://www.kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>
- Masruroh, Nikmatul, Mohammad Fathorrazi, M. Saleh dan Moh. Adenan. "The Halal Branding in International Trade of Edamame Soybean Agricultural Products." *In Annals of Agri-Bio Research* 26, (2021) <http://digilib.uinkhas.ac.id/12779/1/Nikmatul%20Masruroh%20Agribiop.pdf>
- Masruroh, Nikmatul, Siti Indah Purwaning, Jufan Afnani Anwar dan Yazidul Fawaid. "The Competitive Advantage of Halal-Certified Food in International Trade by PT. Mitartani Dua Tujuh Jember," *Proceedings of Islamic Economics, Busiess, And Philanthropy* 2, Issue 2 (2023): 305. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/1221/484>
- Masruroh, Nikmatul. "Dinamika Identitas dan Religiusitas pada Branding Halal di Indonesia." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 14, no. 2 (2020): 232. <https://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/view/553>
- Masruroh, Nikmatul. "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 41 https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=g1k8BFgAAAAJ&citation_for_view=g1k8BFgAAAAJ:8k81kl-MbHgC
- Mughni, Abd. Jamil dan Dery Ariswanto, "Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal melalui *Self Declare* dalam Perspektif Kesadaran dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Bangkalan)," *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 3, no. 01 (2024) <https://journal.staiyapiqbaubau.ac.id/index.php/Maslahah/article/view/1744/2150>
- Mujahidin, Ali, Ifa Khoirianingrum. "Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada Zakiyyah Housei Bojonegoro," *Prosiding Seminar Nasional Unimus* 2, (2019): 288. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/397/400>

- Muna, Nalal, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana. "Celebrity Endorsement Dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah," *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no 2 (2021): 288. <https://www.neliti.com/id/publications/349510/celebrity-endorsement-dan-citra-produk-halal-dalam-membangun-loyalitas-merek-stu>
- Musnaini, Yohanes Totok Suyot, Wiwik Handayani, Muhammad JiBenny. *Manajemen Pemasaran* (Sumatra Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021), 90.
- Nasori, Nasori, Retno Asih, dan Malik Anjelh Baqiya. "Pemantauan kesiapan produk UMKM Jawa Timur Dalam Sertifikasi Halal Self Declare," *Sewagati: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 2 (2023) : 240 <https://journal.its.ac.id/index.php/sewagati/article/view/475>
- Noordin, Nurulhuda, Nor Laila Md Noor, dan Zainal Samicho "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective." *Procedia: Social and Behavioral Sciences* 121, (2012): 79-95. https://www.researchgate.net/publication/275543619_Strategic_Approach_to_Halal_Certification_System_An_Ecosystem_Perspective
- Okaditiya Sipakkar, "Analisis Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau." (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2021).
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta, Erlangga, 2019) 252.
- Pratama, Herdifa. "Stakeholders Synergy In Accelerating Msme (UMKM) Halal Certification Through Halal Self-Declare." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Raushan Fikr* 11, no.2 (2022) 273 <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/raushanfikr/article/view/6054>
- Rafianti, Fitri, Robi Krisna, dan Erwin Radityo. "Dimanika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 6, no 1 (2022): 639. https://www.researchgate.net/publication/366052563_Dinamika_Pendampingan_Manajemen_Halal_Bagi_Usaha_Mikro_dan_Kecil_Melalui_Program_Self_Declare
- Rahmawati, Anggi, Hanif Aulawi, "Dampak Penerapan Segmentation, Targeting, Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional.", *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 214. <https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1458>
- Finantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resti Noflidaputri, Nuryami dan Lukman Waris.

Metodologi Penelitian Kualitatif (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi) 2022 88.

- Rohman, Saipul dan Amoury Adi Sudiro. “Efektifitas dan Jaminan Hukum Serifikat Halal Self Declare di Indonesia.” *Unes Law Review* 6, no. 2 (2023): 5795-5800. <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/1409>
- Sayyaf, R Tanzil Fawaiq dan Ashfa Afkarina. “Peningkatan Kesadaran Makanan Halal Melalui Pendampingan Fikih Halal Dan Sosialisasi Self Declare Muhammadiyah.” *Jurnal Aplikasi dan Inovasi IPTEKS “SOLIDITAS” (J-SOLID)* 5, no. 1, (2022): 92-94. <https://v2.publishing-widyagama.ac.id/index.php/js/article/view/3502>
- Setneg RI, UU No.20 tahun 2008, pasal 6 ayat (1, 2, 3).
- Setneg RI. UU No.20 tahun 2008, pasal 1 ayat (1, 2, 3).
- Sitohang, Mutiah Khaira Sitohang dan Ella Umayyah, “Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan,” *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2022) 172 https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/AGHNIYA/article/view/7243/pdf_47
- Strauss, Anselm dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 4.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Susetyarsi, “Strategi Penetapan Posisi (Positioning),” *Journal Article: Jurnal STIE Semarang* 3, no. 3 (2011) 5. <https://www.neliti.com/publications/134306/strategi-penetapan-posisi-positioning>
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 45.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, Dadi Adriana. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Warto dan Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, (2020): 98. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Strategi <i>Positioning Branding Halal</i> Usaha Mikro Kecil Melalui <i>Halal Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember	1. <i>Positioning</i>	1. <i>Benefit Positioning</i>	1. Manfaat fungsional 2. Manfaat simbolik	1. Pelaku Usaha Mikro 2. Pendamping PPH 3. Konsumen	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Lokasi Penelitian Usaha mikro halal <i>self declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember 3. Subjek penelitian <i>purposive</i> 4. Teknik Pengumpulan Data	1. Bagaimana Implementasi <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Self Declare</i> Oleh Usaha Mikro di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 2. Bagaimana <i>Benefit Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Halal Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 3. Bagaimana <i>Competitor Positioning</i> Usaha
		2. <i>Competitor Positioning</i>	1. Diferensiasi 2. Keunggulan produk			
		3. <i>Quality or price Positioning</i>	1. Penentuan posisi kualitas 2. Penentuan posisi harga			
	2. <i>Branding Halal</i>	1. Sertifikasi halal	1. Memiliki sertifikat halal			
		2. Label Halal	1. Logo halal 2. Label komposisi			
		3. <i>Halal brand brand</i>	1. <i>Halal brand association</i>			

		<i>image</i>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Denotasi simbolik produk 3. Manfaat fungsional 4. Afektif merek 		<ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentas 	Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Halal Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?
	3. Halal <i>Self Declare</i>	1. Halal <i>Self Declare</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mandiri 2. Gratis 3. Mudah 4. Didampingi PPH 5. Alur pendaftaran sertifikasi halal <i>self declare</i> 		<ol style="list-style-type: none"> 5. Analisis Data deskriptif 6. Keabsahan data Triangulasi sumber dan teknik 	4. Bagaimana <i>Quality Or Price Positioning</i> Usaha Mikro Yang Melakukan <i>Branding Halal</i> Melalui <i>Halal Self Declare</i> di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jufan Afnani Anwar
NIM : 204105020013
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember


Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 18 November 2024



METERAI
TEMPEL
8496DAMX010842343
Jufan Afnani Anwar
204105020013

Pedoman Wawancara

Strategi *Positioning Branding Halal* Usaha Mikro Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

1. Bagaimana Implementasi *Branding Halal* Usaha Mikro dan Menengah Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

Keterangan	Pertanyaan
Sertifikat halal <i>self declare</i>	<p>A. Memiliki sertifikasi halal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut bapak/ibu seberapa penting sebuah produk memiliki sertifikasi halal? 2. Mengapa bapak/ibu mengkonsumsi produk yang memiliki halal? <p>B. Mandiri</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana bapak/ibu dalam mengurus sertifikasi halal secara <i>self declare</i>? <p>C. Gratis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah dalam mengurus sertifikasi halal <i>self declare</i> membutuhkan biaya? <p>D. Mudah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa kemudahan yang didapat dalam mengurus sertifikasi halal secara <i>self declare</i>? <p>E. Didampingi PPH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa pentingnya memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i>? 2. Apa yang bapak/ibu merasa terbantu dengan adanya pendampinga PPH? <p>F. Alur pendaftaran sertifikasi halal <i>self declare</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pengajuan sertikasi halal <i>self declare</i>?
Label halal	<p>A. Logo halal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah bapak/ibu mencantumkan logo halal pada produk? 2. Seberapa penting produk mencantumkan logo halal? <p>B. Label komposisi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah bapak/ibu mencantumkan label komposisi pada produk? (um)
<i>Halal brand image</i>	<p>A. <i>Halal Brand Association</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang menjadi keunggulan produk bapak/ibu? <p>B. Denotasi Sombolik Produk</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang menjadi ciri khas produk bapak/ibu? 2. Seberapa penting sebuah produk memiliki ciri khas? <p>C. Manfaat Fungsional</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah produk bapak/ibu memiliki manfaat

Keterangan	Pertanyaan
	<p>fungsional secara kualitas?</p> <p>2. Apakah kualitas penting dalam sebuah produk?</p>
	<p>D. Afektif Merek</p> <p>1. Apakah menurut bapak/ibu produknya sudah memiliki kedekatan dengan konsumen</p>

2. Bagaimana *Benefit Positioning* Usaha Mikro Yang Melakukan *Branding Halal* Melalui *Halal Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

Keterangan	Pertanyaan
<i>Benefit positioning</i>	<p>A. Manfaat Fungsional</p> <p>1. Kesenangan dan kenyamanan</p> <p>a) Apakah dengan membranding halal melalui <i>halal self declare</i> dapat menimbulkan rasa senang dan aman terhadap produk yang dijual kepada konsumen?</p> <p>b) Apakah bapak/ibu merasa nyaman atau senang dalam mengkonsumsi produk yang memiliki sertifikasi <i>halal self declare</i>?</p> <p>2. Keamanan</p> <p>a) Apakah keamanan yang bapak/ibu rasakan setelah melakukan <i>branding halal</i> melalui <i>halal self declare</i></p> <p>b) Apakah bapak/ibu dalam mengkonsumsi produk juga memilih dalam segi keamanannya?</p> <p>3. Keawetan</p> <p>a) Produk bapak/ibu bisa bertahan sampai kapan untuk dikonsumsi?</p> <p>4. Garansi</p> <p>a) Apakah bapak/ibu memberikan garansi untuk produknya?</p> <p>b) Apakah penting sebuah produk memiliki garansi?</p> <p>B. Manfaat Simbolik</p> <p>1. Identifikasi sosial</p> <p>a. Apakah dengan mendapatkan sertifikasi halal secara <i>self declare</i> produk bapak/ibu dapat memposisikan manfaat terhadap usaha dan konsumen? (um)</p> <p>b. Bagaimana bapak/ibu dalam menilai makanan yang sudah memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i>? (Konsumen)</p> <p>2. Status</p> <p>a. Bagaimana bapak/ibu dalam memposisikan</p>

Keterangan	Pertanyaan
	kedudukan atau keunggulan produk yang telah memiliki sertifikasi halal kepada konsumen ?

3. Bagaimana *Competitor Positioning* Usaha Mikro Yang Melakukan *Branding Halal* Melalui Halal *Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

Keterangan	Pertanyaan
<i>Competitor positioning</i>	<p>A. Diferensiasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah yang menjadi pembeda dari produk bapak/ibu? 2. Apakah memiliki sertifikasi halal menjadi salah satu pembeda dengan produk yang lain? 3. Hal apa yang ditonjolkan bapak/ibu dalam memposisikan pesaing? <p>B. Keunggulan produk</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal pada produk setelah memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i>? 2. Apakah bapak/ibu lebih memilih produk yang telah memiliki sertifikasi halal?

4. Bagaimana *Quality Or Price Positioning* Usaha Mikro Yang Melakukan *Branding Halal* Melalui Halal *Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?

Keterangan	Pertanyaan
<i>Quality or price positioning</i>	<p>A. Penentuan posisi kualitas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana bapak/ibu dalam mendefinisikan kualitas dalam produk anda? 2. Bagaimana bapak/ibu dalam menetapkan kualitas pada produk? 3. Apakah bapak/ibu mementingkan kualitas dalam produk? (konsumen) <p>B. Penentuan posisi Harga</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana bapak/ibu dalam menentukan harga produk? 2. Apakah harga yang bapak/ibu berikan sesuai terhadap konsumen sudah sesuai dengan apa yang konsumen harapkan? 3. Apakah bapak/ibu menaikkan harga produk dikarenakan sudah memiliki sertifikasi halal secara <i>self declare</i>?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1298/Un.22/7.a/PP.00.9/11/2024 15 November 2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala Pimpinan Kecamatan Kaliwates
Jl. Hayam Wuruk No. 167, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Jufan Afnani Anwar
NIM : 204105020013
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Strategi *Positioning Branding Halal* Usaha Mikro Melalui Halal *Self Declare* di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



M.



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
CAMAT KALIWATES

JL. HAYAM WURUK NO.167 TELP. (0331) 487741
JEMBER 68136

SURAT KETERANGAN

Nomor : 072 / 543 / 35.09.01 / 2024

Yang bertandatangan dibawah ini Camat Kaliwates Kabupaten Jember,
menerangkan bahwa :

Nama : JUFAN AFNANI ANWAR
Nim : 204105020013
Instansi / Fak. : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq/Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Mataram NO.1 Kelurahan Mangli, Kec. Kaliwates
Kabupaten Jember.

Telah menyelesaikan Penelitian Tentang : "Strategi Positioning Branding Halal Usaha
Mikro Melalui Halal Self" di Wilayah Kerja Kecamatan Kaliwates mulai Bulan Nopember-2024
s/d Selesai

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD S
JEMBER



Drs. AGUS PRSDIONO
NIP.19670802 199203 1 010

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Strategi Positioning Branding Halal Usaha Mikro Melalui Halal Self Declare di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	Senin, 29 April 2024	Penyerahan surat izin penelitian ke Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember	f
2.	Jumat, 31 Mei 2024	Melakukan wawancara dengan Eva selaku pemilik usaha mikro Es Coklat Kwentell di Desa Kaliwates Kecamatan Kaliwates	f
3.	Selasa, 13 Agustus 2024	Melakukan wawancara dengan Rifqi selaku konsumen	Jh
4.	Rabu, 14 Agustus 2024	Melakukan wawancara dengan Sri selaku pemilik usaha mikro Gado-gado di Desa Kepatihan Kecamatan Kaliwates	f
5.	Rabu, 14 Agustus 2024	Melakukan wawancara dengan Muthmainah selaku PPH	Mthm
6.	Senin, 14 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Ali Yusuf selaku PPH	Ali
7.	Senin, 14 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Ardi selaku Konsumen	CA
8.	Rabu, 16 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Asmawi selaku pemilik usaha mikro Molen Nyoman di Desa Jember Kidul Kecamatan Kaliwates	f
9.	Rabu, 16 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Jainuri selaku konsumen	Jainuri
10.	Kamis, 17 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Niken selaku pemilik usaha mikro Gudek di Desa Mangli Kecamatan Kaliwates	f
11.	Jumat, 18 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Radela selaku PPH	Radela

12.	Sabtu, 26 Oktober 2024	Melakukan wawancara dengan Ratna selaku pemilik usaha mikro Kuping Gajah di Desa Kebonagung Kecamatan Kaliwates	f
13.	Kamis, 14 November 2024	Melakukan Wawancara dengan Lilis selaku pemilik usaha mikro Widaran di Desa Tegal Besar Kecamatan Kaliwates	f
14.	Minggu, 17 November 2024	Melakukan wawancara dengan Benny selaku pemilik usaha mikro Puding di Desa Sempusari Kecamatan Kaliwates	f

Jember, 18 November 2024



US PRISDIONO
08021992031010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febl@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Jufan Afnani Anwar
NIM : 204105020013
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Positioning Branding Halal Usaha Mikro Melalui Halal *Self Declare* Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

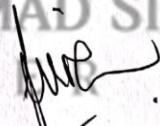
Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 22 November 2024

Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R


Luluk Musfiroh





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Jufan Afnani Anwar

NIM : 204105020013

Semester : 9 (sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 25 November 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Dr. Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



DOKUMENTASI



Wawancara dengan Eva (Pemilik usaha mikro Es Kwentell di Kelurahan Kaliwates Kecamatan Kaliwates) 31 Mei 2024



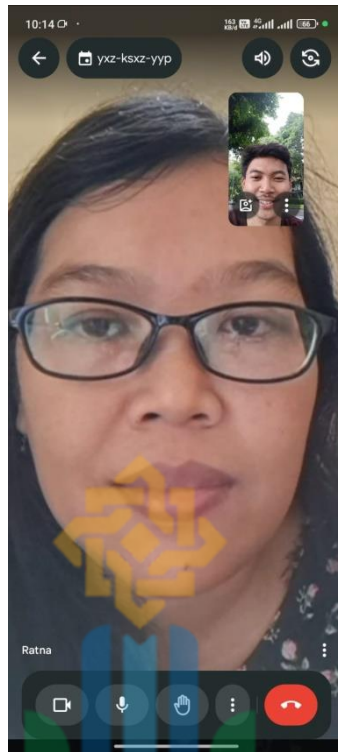
Wawancara dengan Sri (Pemilik usaha mikro Gado-gado di Kelurahan Kepatihan Kecamatan Kaliwates) 14 Agustus 2024



Wawancara dengan Asmawi (Pemilik usaha mikro Molen Myoman di Kelurahan Kaliwates Kecamatan Kaliwates) 16 Oktober 2024



Wawancara dengan Niken (Pemilik usaha mikro Gudek di Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates) 17 Oktober 2024



Wawancara dengan Ratna (Pemilik usaha mikro Kuping Gajah di Kelurahan Kebonagung Kecamatan Kaliwates) 26 Oktober 2024



Wawancara dengan Lilis (Pemilik usaha mikro Bidaran di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates) 14 November 2024



Wawancara dengan Benny (Pemilik usaha mikro Puding di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates) 17 November 2024



Wawancara dengan Muthmainah (selaku PPH) 14 Agustus 2024



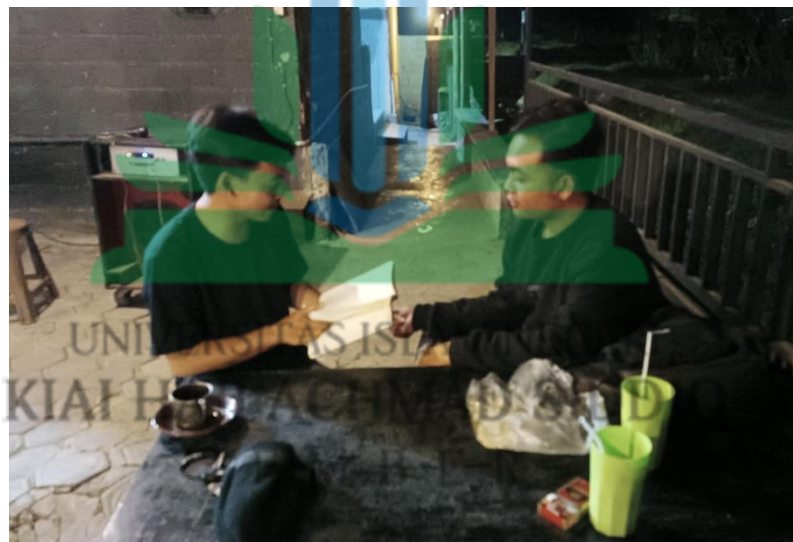
Wawancara dengan Ali Yusuf (selaku PPH) 14 Oktober 2024



Wawancara dengan Radela (selaku PPH) 18 Oktober 2024



Wawancara dengan Rifqi (selaku konsumen produk halal) 13 Agustus 2024



Wawancara dengan Ardi (selaku konsumen produk halal) 14 Oktober 2024



Wawancara dengan Jainuri (selaku konsumen produk halal) 16 Oktober 2024



Pencantuman logo halal pada atribut produk



Pencantuman logo halal pada atribut produk



Pencantuman logo halal pada atribut produk

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Jufan Afnani Anwar
Jenis Kelamin : Lak-laki
Tempat, Tanggal lahir : Banyuwangi, 02 Mei 2000
Alamat : Dusun Bayatrejo, Desa Wringinpitu, Kecamatan Tegaldlimo, Kabupaten Banyuwangi
Agama : Islam
No. Telpn : 085258937424
Email : jufan.afnani78@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK : TK Khotijah 39 (2004-2006)
MI/SD : Mi Minhajul Ulum (2006-2012)
MTs/SMP : MTs Miftahul Mubtadi'in (2012-2015)
MA/SMA : MA Asy-Syafi'iyah (2017-2020)
Perguruan Tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)