

**STRATEGI MEMPEROLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN
MELALUI PEMENUHAN STANDARISASI JAMINAN
PRODUK HALAL DI UD. MATRIX JAYA 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
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Aisyah Putri Berliana Machfudz

NIM. E20172162

Dosen Pembimbing :

Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I

NIP. 198209222009012005

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2022**

**STRATEGI MEMPEROLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN
MELALUI PEMENUHAN STANDARISASI JAMINAN
PRODUK HALAL DI UD. MATRIX JAYA 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
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh :

Aisyah Putri Berliana Machfudz
NIM. E20172100



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Dosen Pembimbing :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nikmatul Masruroh', is written over the printed name and NIP of the supervisor.

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

**STRATEGI MEMPEROLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN
MELALUI PEMENUHAN STANDARISASI JAMINAN
PRODUK HALAL DI UD. MATRIX JAYA JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 21 April 2022

Tim Penguji

Ketua



M. Saiful Anam, M.Ag
NIP. 19111142003121002

Sekretaris



Hikmatul Hasanah, M.E
NUP. 201808173

Anggota:

1. **Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I**

()

2. **Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I**

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Rifa'i, S.E., M.Si

NIP. 196808072000031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu(168)”. (QS. Al-Baqarah/02:168)¹



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

¹ Al-Qur'an, Departemen Agama RI, 8.

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur penulis ucapkan atas Kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan senantiasa melimpahkan berkat serta kasih-Nya dan tidak pernah meninggalkanku, karena berkat dan kasih-Nya terus mengalir sepanjang hari serta membuat semua indah pada waktunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Karya tulis ilmiah ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan saya pada Program Studi Ekonomi Syariah serta mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Oleh karena itu, dengan syukur dan bahagia saya haturkan terimakasih saya kepada:

1. Ayah tercinta dan terkasih Machfudz serta Ibu tercinta dan terkasih Siti Masanah, dengan seluruh cinta kasihnya kepadaku, yang selalu mendoakanku, mengingatkan memotivasi dan memberi semangat kepadaku tanpa kenal lelah.
2. Adikku tercinta Zakia Dinda Ayu Pratiwi yang selalu menemaniku bermain dan menyemangatkan.
3. Teman-teman seperjuangan keluarga besar Ekonomi Syari'ah 4 2017, khususnya kepada sahabatku Mega Etikasari, Yunia Sholehah, dan Siti Aisyah yang tak pernah lupa mengingatkan dan memberi semangat kepadaku.
4. Semua teman-teman Prodi Ekonomi Syari'ah (ES 1, ES 2, ES 3, ES 5) angkatan 2017 yang telah berbagi pengalaman dan sumbangsih ilmu pengetahuan.
5. Teman-teman saya di LKP TEXAS yang selalu memberikan doa dan

dukungannya.

6. Almamaterku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang selalu saya banggakan.



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala taufiq dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Kesuksesan dan kelancaran ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan membimbing saya mulai awal hingga akhir.
4. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Ibu Siti Masrohatin, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan nasihat dalam kegiatan akademik.
6. Bapak dan Ibu penguji yang terhormat.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mendidik dan memberikan

ilmunya kepada penulis.

8. Pemilik Usaha UD. Matrix Jaya Jember Ibu Lusia yang dengan tangan terbuka mengizinkan saya melakukan penelitian dan membantu saya dalam memperoleh data-data yang saya butuhkan, tanpa bantuan dari Ibu Lusia karya tulis ilmiah ini tidak akan dapat terselesaikan.

Saya selaku penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik dan jauh lebih sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.

Jember, 13 Maret 2022

Penulis



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

ABSTRAK

Aisyah Putri Berliana Machfudz, Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I, 2021 :
Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal di UD. Matrix Jaya Jember.

Kehalalan suatu produk merupakan hal yang mendasar yang menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen. Islam sangat memerhatikan kebaikan, kesehatan, dan kesejahteraan umatnya. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi keadaan tubuh kita baik secara langsung maupun tidak ialah makanan dan minuman. Oleh karena itu produk halal mendapat perhatian lebih dalam islam. Dalam sistem perdagangan Internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan suatu produk mendapat perhatian lebih, baik dari segi memberikan perlindungan terhadap konsumen muslim di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan global. Di Indonesia sendiri sudah terbentuk peraturan perundang-undangan jauh sebelum munculnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH), dengan adanya peraturan tersebut, semakin mempertegas betapa pentingnya persoalan halal-haram dalam rantai produksi.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, diantaranya: 1) bagaimana strategi pemenuhan standarisasi jaminan produk halal UD. Matrix Jaya Jember?, 2) bagaimana strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember?.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali atau mencari data dan informasi yang berhubungan dengan strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember. Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini adalah: 1) mendeskripsikan pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember. 2) mendeskripsikan kepercayaan pelanggan terhadap standarisasi jaminan produk bersertifikat halal pada UD. Matrix Jaya Jember.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penentuan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan deskriptif dan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang didapat adalah 1) Pemenuhan standarisasi jaminan produk halal yang ada di UD. Matrix Jaya Jember sudah sesuai dengan 11 kriteria Sistem Jaminan Halal. 2) Sertifikat halal menjadi strategi utama UD. Matrix Jaya dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Membentuk integritas para pekerja dengan cara selalu mengutamakan kejujuran, konsistensi, niat, dan hasil yang sesuai dalam menghasilkan produk.

Kata Kunci : Strategi, Kepercayaan Pelanggan, Jaminan Produk Halal.

ABSTRACT

Aisyah Putri Berliana Machfudz, Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I, 2021 : The Strategy to Gain Customer Trust Through The Fulfillment of Standardization of Halal Product guarantees at UD. Matrix Jaya Jember".

The halals of a product are a basic thing that is a mandatory requirement for every consumer. Islam is very concerned about the goodness, health, and welfare of its people. One of the things that can affect the state of our bodies either directly or indirectly is food and drink. Therefore, halal products receive more attention in Islam. In the international trade system, the issue of halal certification and marking of a product gets more attention, both in terms of providing protection for Muslim consumers around the world and as a strategy to face global challenges. In Indonesia itself, laws and regulations have been formed long before the emergence of Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantee (UUJPH), with this regulation increasingly emphasizing the importance of halal-haram issues in the production chain.

Based on the explanation of the background of the problem above, the authors formulate several interesting problems to be studied and analyzed, including: 1) How is the strategy for fulfilling the standardization of halal product guarantees at UD. Matrix Jaya Jember?., 2) What is the strategy to gain customer trust through the fulfillment of halal product guarantee standards at UD. Matrix Jaya Jember?.

The purpose of this research is to explore or search for data and information related to the Strategy to Gain Customer Trust Through Fulfillment of Halal Product Assurance Standards at UD. Matrix Jaya Jember. In accordance with the problems that have been stated, the objectives of this study are: 1) Describe the fulfillment of the standardization of halal product guarantees at UD. Matrix Jaya Jember,. 2) Describe the customer's trust in the standardization of halal certified product guarantees at UD. Matrix Jaya Jember.

In this study, the research method used is a qualitative approach with a descriptive type of research. Determination of research subjects using purposive techniques. Collecting data using observation, interview and documentation techniques. Data analysis using descriptive and data validity using source triangulation.

The result of the research obtained are: 1) Fulfillment of the standardization of halal product guarantees at UD. Matrix Jaya Jember has met 11 criteria for the Halal Assurance System. 2) Halal certificate is UD. Matrix Jaya main strategy in gaining customer trust. Forming employee integrity by always prioritizing honesty, consistency, intention, and appropriate results in producing products.

Keywords : Strategy, Customer Trust, Halal Product Guarantee.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian.....	67
C. Subjek Penelitian.....	69
D. Teknik Pengumpulan Data.....	70
E. Analisis Data	71
F. Keabsahan Data.....	75
G. Tahap-tahap Penelitian.....	76

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian	81
B. Penyajian Data dan Analisis.....	86
C. Pembahasan Temuan.....	116

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	121
B. Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA..... 123

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

DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1 Data Penjualan UD. Matrix Jaya Jember.....	116



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

DAFTAR GAMBAR

No Uraian	Hal
Gambar 1.1 Alur Prosedur Sertifikat Halal.....	5
Gambar 2.2 Alur Pendaftaran Sertifikat Halal	59
Gambar 4.1 Struktur UD. Matrix Jaya Jember.....	84
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Abon Lele	101



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar dengan menempati posisi ke-1 di Dunia. Jumlah penduduk pemeluk agama Islam di Indonesia sekitar 229,62 juta jiwa dari total penduduk yang ada.² Sebagaimana kenyataannya bahwa mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, maka agama Islam sangat berpengaruh terhadap kultur yang berkembang. Awal terbentuk kultur di tengah masyarakat salah satunya bersumber dari tuntunan agama, termasuk pola konsumsi di kalangan masyarakat sangat dipengaruhi oleh latar belakang agama.³ Belakangan ini, gaya hidup halal (*halal lifestyle*) sedang menjadi tren dunia termasuk di Indonesia yang memiliki mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia.

Tren halal yang sudah mengglobal ini, membuat masyarakat muslim maupun non-muslim lebih tertarik dengan hal-hal yang menggunakan istilah halal, terlebih pada produk makanan yang berlabel halal. Data laporan *Global Islamic Economy* tahun 2020/2021 menyebutkan bahwa belanja penduduk muslim global pada sektor ekonomi halal terutama dalam sektor makanan halal naik 3.1% di 2019 yaitu menjadi 1.17 triliun dolar dari 1.13 triliun dolar pada tahun 2018. Adanya covid-19 diperkirakan tidak menyebabkan penurunan yang signifikan dalam belanja muslim untuk tahun 2020 dengan

² <https://gomuslim.co.id/> (Januari, 2021).

³ Noni Setyorini, "Analisis *Theory of Planned Behavior* Dalam Pemilihan Produk Makanan Berlabel Halal Di Kota Semarang", (Skripsi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2013).

kisaran penurunan sebesar 0.2%.⁴ Melihat angka tersebut memperlihatkan bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan sebuah kebutuhan pokok khususnya bagi umat muslim.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Dalam sistem perdagangan Internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan suatu produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen muslim di seluruh dunia, sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan global.⁵ Di Indonesia sendiri sudah dibentuk peraturan perundang-undangan jauh sebelum munculnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Dengan adanya peraturan tersebut, semakin mempertegas betapa pentingnya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga dikonsumsi oleh konsumen dan merupakan wujud nyata negara dalam melindungi konsumen. Hadirnya UU JPH diharapkan mampu menjadi acuan bagi pemerintah dan menjadi payung hukum dalam menjamin konsumen sesuai asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas.⁶

Apalagi saat ini kesadaran mengkonsumsi makanan halal tidak hanya datang dari masyarakat muslim melainkan juga dengan masyarakat non-muslim. Menurut masyarakat non-muslim, produk halal lebih terjaga dalam

⁴ <https://cdn.salaamgateway.com/> (Maret, 2021).

⁵ Mirsa Astuti, "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (*Halal Lifesytyle*)", *Jurnal Iuris Studia*, Vol. 1, No. 1 (2020), 14.

⁶ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

jangka umur simpan dan kesegaran produknya, serta mereka menganggap produk halal lebih aman, higienis, produknya lebih berkualitas dan sehat. Bahkan negara maju seperti Jepang, Inggris, dan Australia yang sebagian besar kehidupannya bergantung pada manufaktur otomotif dan elektronik juga mengamati industri halal.⁷

Kebutuhan terhadap kehalalan suatu produk juga merupakan hal yang mendasar bagi umat Islam. Hal ini bukan hanya terkait dengan keyakinan beragama, namun juga ada dimensi kesehatan di dalamnya. Islam sangat memperhatikan kebaikan, kesehatan dan kesejahteraan umatnya. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi keadaan tubuh kita baik secara langsung maupun tidak ialah makanan dan minuman atau sesuatu yang masuk kedalam tubuh. Makanan dan minuman yang halal dan *tayyib* (baik) akan berdampak baik terhadap tubuh kita, demikian sebaliknya. Oleh karena itu produk halal mendapat perhatian lebih dalam Islam.⁸ Pada hakikatnya semua makanan di muka bumi disediakan untuk manusia, tetapi ada kriteria tertentu yang menjadikan makanan atau minuman tersebut yang boleh dinikmati dan sisanya dilarang. Maka dari itu, dengan tren halal yang sudah mendunia, menjadi suatu kewajiban bagi negara untuk menjamin kepastian dan ketersediaan produk halal bagi penduduknya, khususnya bagi negara yang mayoritas muslim.

Indonesia merupakan pasar konsumen muslim yang sangat potensial.

Pemerintah memiliki tanggung jawab besar terhadap kehalalan produk yang

⁷ Rininta Nurrachmi, "The Global Development of Halal Food Industry: A Survey", *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, Vol. 11, No. 1 (2017), 42.

⁸ Ahmad Hidayat dkk, *Fiqih Kurikulum 2013* (Jakarta: Kementerian Agama, 2015), 137.

beredar di pasaran. Demikian juga para produsen, secara hukum, etika, dan moral, berbisnis dituntut memiliki tanggung jawab atas produk yang diedarkan jika tidak memenuhi standar yang telah diperjanjikan. Setiap produsen sebisa mungkin harus memenuhi kebutuhan dan hak konsumen, terlebih konsumen muslim. Memproduksi produk halal merupakan bagian dari tanggungjawab perusahaan kepada konsumen khususnya konsumen muslim agar tidak terdapat dalih keragu-raguan atas kehalalannya.⁹

Produksi dengan konsep kehalalan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh setiap produsen. Apalagi saat ini tidak hanya produk dari perusahaan besar yang hanya dapat dipasarkan keseluruh daerah. Produk yang dihasilkan oleh *home industry* maupun UMKM saat ini juga dapat bersaing dan menyebar ke seluruh daerah. Dengan demikian, adanya sistem jaminan halal sangat berpengaruh terhadap seluruh produk yang menyebar di pasaran.¹⁰ Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memiliki sertifikasi halal.

Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI setelah menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sesuai dengan ketentuan UU JPH Pasal 4 yang mengatakan "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal"¹¹, hal tersebut menjelaskan bahwa sertifikat halal merupakan kewajiban bagi produsen dalam mengedarkan produk khususnya di Indonesia, serta ada sistem yang bernama Sistem Jaminan Halal dalam usaha mendapatkan

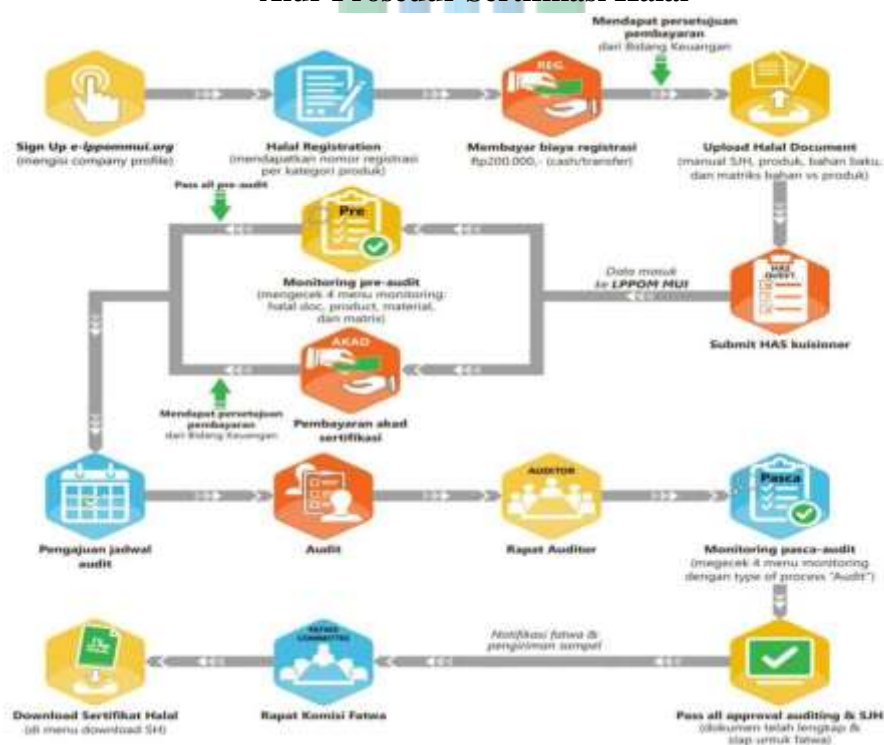
⁹ May Lim Charity, "Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee in Indonesia)", *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 14, No. 1 (2017), 99 – 108.

¹⁰ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomy Islam", *Jurnal Maliyah*, Vol. 1, No. 1 (2011), 23.

¹¹ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

sertifikat halal. Pelaku usaha diharuskan memahami Sistem Jaminan Halal pada saat hendak mendaftarkan usahanya. Setelah mengetahui kriteria-kriteria dalam sistem jaminan halal tersebut, baru produsen mendaftarkan produknya kepada BPJPH lalu BPJPH akan bekerja sama dengan lembaga pemeriksa halal dengan mengirim auditor untuk memeriksa produksi dan kelayakan tempat usaha, selanjutnya melaporkan hasil kepada MUI dan MUI akan memberikan mandat kepada BPJPH harus dikeluarkan tidaknya sertifikat halal tersebut, baru jika sudah diputuskan untuk mengeluarkan sertifikat halal, produsen dapat segera memasang label halal dan nomor kehalalan produk.¹² Berikut ialah gambaran alur mendapatkan sertifikat halal:

Gambar 1.1
Alur Prosedur Sertifikasi Halal



Sumber: halal.go.id (2020)

¹² Ibid.,

Pelaksanaan standarisasi jaminan halal di Indonesia sendiri sebenarnya sudah dalam salah satu aturan yang diwajibkan dan sudah terlaksana sejak lama. Seperti contohnya di Surabaya Jawa Timur yang dijuluki sebagai kota industri dan perdagangan, banyak *home industry* yang telah memiliki sertifikat halal dan menjalankan standarisasi Sistem Jaminan Halal pada produksinya. Salah satu contohnya ada pada beberapa *home industry* di kampung abon Padmosusastro Wonokromo Surabaya. Menjalankan standarisasi Sistem Jaminan halal pada produksi merupakan suatu kewajiban menurut beberapa pemilik usaha, hal tersebut dikarenakan salah satu ketentuan yang telah disepakati bersama LPPOM_MUI sebagai sistem yang wajib diterapkan bagi pemilik sertifikat halal.¹³ Jika dalam *International Organization for Standardization* (ISO) terdapat toleransi dalam standar kualitasnya, maka kehalalan produk dalam Islam tidak mengenal kata toleransi. Jaminan Produk Halal juga menjadi persyaratan yang wajib dipenuhi dalam melakukan ekspor dan impor.¹⁴

Seperti yang dilakukan oleh Ibu Luci sebagai pemilik dari UD. Matrix Jaya, beliau adalah seorang non-muslim dan mantan karyawan yang berhenti dan memilih bekerja di rumah sembari menjaga orang tuanya. UD Matrix Jaya merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang menggunakan lele sebagai bahan dasar. Usaha ini bermula sejak tahun 2014

¹³ Arif Okfyoki Istiawan, "Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk *Home Industry* Pada Kampung Abon Di Padmosusastro Wonokromo Surabaya", (Tesis: Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020).

¹⁴ Isti Nuzulul Atiah, "Sistem Jaminan Halal: Studi Komparatif Indonesia dan Malaysia", *Syi'ar Iqtishadi*, Vol. 3, No. 2 (2019), 39.

hingga saat ini.¹⁵ Berbagai jenis produk olahan lele telah banyak dihasilkan, mulai dari makanan basah hingga makanan ringan yang diantaranya abon lele, stik duri lele, stik lele, kripik tulang, sumpia, bidaran, lidang kucing, kripik lele, nugget lele, hingga burger yang menggunakan patty lele dan lainnya. Berawal dari usaha yang sederhana, produk olahan UD. Matrix Jaya saat ini bahkan telah merata dipasar domestik hingga luar negeri. Dalam mendapatkan kesempatan tersebut tidaklah mudah, melihat dari segi bahan baku yaitu ikan lele yang terkenal sebagai ikan yang jorok. Jika dilihat dari segi bahan baku, pesaing UD. Matrix Jaya tidaklah banyak. Akan tetapi, karena pasar utama UD. Matrix Jaya berada di toko online, maka dengan mempertahankan angka penjualan merupakan sebuah keberhasilan. Untuk terus mengenalkan produknya secara luas, UD. Matrix Jaya banyak mengikuti kegiatan pameran bagi UMKM baik yang diadakan secara gratis maupun berbayar yang juga diikuti oleh penggiat UMKM lainnya. Beliau juga berusaha mendapatkan sertifikat halal untuk menguatkan produknya dalam bersaing di pasaran, dan untuk mendapatkan sertifikat halal tersebut tidaklah mudah. Melihat latar belakang beliau yang seorang non-Islam, beliau harus banyak mempelajari hal-hal baru untuk mengetahui apa saja syarat yang dibutuhkan untuk mendaftar sertifikat halal serta mengikuti pelatihan untuk mempersiapkan bahan-bahan yang diperlukan dalam mendapatkan sertifikat halal. Dengan adanya sertifikat halal juga menjadi salah satu senjata UD. Matrix Jaya dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan. Memiliki label halal pada kemasan

¹⁵ Observasi, di UD. Matrix Jaya Jember, 23 Januari 2021.

menjadikan UD. Matrix Jaya dapat mengikuti lebih banyak pameran umkm dan menjadikan produknya lebih dikenal serta di percaya oleh pelanggan.

Salah satu keunikan yang dapat ditemukan dari produk tersebut ialah menggunakan seluruh bagian tubuh ikan lele. Ibu Lusia selaku pemilik UD. Matrix Jaya mengatakan bahwasannya alasan beliau memilih ikan lele sebagai bahan dasar usahanya yaitu beliau ingin mengubah stigma masyarakat terhadap ikan lele yang dianggap kotor padahal kandungan gizi dan omega yang dimiliki ikan lele hampir setara dengan ikan salmon. Beliau juga menggunakan hampir seluruh komponen ikan lele mulai dari kulit ikan hingga duri ikan yang akhirnya dapat menghasilkan sekitar 20 macam olahan. Hal tersebut yang menjadi keunikan produk tersebut dibandingkan dengan produk olahan ikan lainnya.

Dari uraian di atas sangat menarik untuk peneliti mengetahui sejauh mana kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh UD. Matrix Jaya ini dengan mencoba merumuskan sebuah penelitian yang diberi judul **“Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal di UD. Matrix Jaya Jember”**.

B. FOKUS PENELITIAN

1. Bagaimana strategi pemenuhan standarisasi jaminan produk halal UD. Matrix Jaya Jember?
2. Bagaimana strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk dapat menjelaskan penelitian ini dengan baik dan tepat sasaran, maka peneliti harus mempunyai tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember.
2. Untuk mendeskripsikan kepercayaan pelanggan terhadap standarisasi produk bersertifikat halal pada UD. Matrix Jaya Jember.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran ilmu pengetahuan mengenai standarisasi jaminan produk halal yang beredar di pasaran, dan agar gaya hidup halal lebih dikenal lagi baik oleh kalangan akademisi maupun rakyat Indonesia secara umum dan juga agar dapat dijadikan rujukan untuk penelitian di kemudian hari, baik bagi peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Dengan penelitian yang saat ini dilakukan dapat menambah pengalaman yang lebih mendalam bagi peneliti tentang prosedur dan juga agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik kedepannya.

b. Bagi lembaga IAIN Jember

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak IAIN Jember dan memberikan kontribusi dalam menambah wawasan pengetahuan tentang strategi memperoleh kepercayaan pelanggan dengan memenuhi standarisasi jaminan halal pada suatu produk.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bisa dapat memberikan informasi serta pengetahuan tentang strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui jaminan produk halal.

E. DEFINISI ISTILAH

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuan definisi istilah untuk mempermudah pemahaman dan kesalahan persepsi dalam penelitian ini, maka dikemukakan secara singkat pengertian istilah yang terkandung dalam judul sebagai berikut:

1. Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan atau *customer trust* adalah indikator utama dalam keberhasilan hubungan antara konsumen dengan perusahaan. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih

dapat ia percaya. Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi panduan terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepercayaan. Berry dan Parasuraman dalam Kasper pada tahun 1991 mengatakan bahwa faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam perusahaan yaitu persepsi kecakapan dan kejujuran dalam perusahaan. Kepercayaan konsumen menjadi kompetensi besar bagi perusahaan.¹⁶

Kepercayaan pelanggan yang dimaksud adalah sebagai hal yang penting untuk menjaga hubungan dan meningkatkan hubungan dan mengurangi persepsi resiko secara efektif. Kepercayaan juga dianggap sebagai pondasi hubungan inter personal sebagai persyarat untuk kerjasama dan sebagai dasar untuk stabilitas hubungan dalam institusi sosial dan pasar. Kepercayaan pelanggan juga didasari dari psikologi konsumen,¹⁷ karena psikologi konsumen merujuk pada studi perihal bagaimana orang berhubungan dengan barang dan/atau jasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Terkait dengan penelitian ini maka kepercayaan pelanggan yang dimaksud adalah kepercayaan pelanggan di UD. Matrix Jaya Jember. Kepercayaan pelanggan disini merupakan kepercayaan pelanggan dalam membeli produk makanan ringan yang dihasilkan oleh UD. Matrix Jaya dengan label halal pada kemasan.

¹⁶ Priscilla Djimantoro, Marcella Claudia, "Analisa Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek Restoran CARL'S JR. Surabaya", (Surabaya: Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra), 20-21.

¹⁷ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2019), 75-76.

2. Jaminan Produk halal

Pangan merupakan hal yang utama bagi seluruh makhluk hidup terutama manusia. Sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, produk makanan dan minuman yang beredar harus terjamin kehalalannya, sesuai dengan ajaran agama yang mengharuskan umat Islam mengkonsumsi sesuatu yang bersifat halal atau *tayyib*.

Jaminan produk halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikasi halal. Jaminan produk halal bertujuan untuk memberikan rasa aman, kenyamanan, keselamatan, dan kepastian kehalalan pada produk bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakannya. Serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan menjual produk halal.¹⁸ Sama seperti yang dilakukan oleh UD. Matrix Jaya, memiliki sertifikat halal sebagai jaminan produk halal merupakan langkah utama bagi UD. Matrix Jaya dalam memberi kepastian hukum bagi para konsumen serta menjadi senjata untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan atas produknya.

Dari definisi istilah di atas, sesuai dengan judul pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa adanya standarisasi jaminan produk halal sangat bermanfaat dalam menjawab kegelisahan para konsumen, dan menjadi syarat yang bersifat wajib bagi para pelaku usaha, serta dengan adanya Sistem Jaminan Halal pelaku usaha dapat lebih mendapatkan kepercayaan pelanggan terhadap produknya.

¹⁸ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkuman dari isi skripsi yang bertujuan mengerti secara global dari seluruh pembahasan yang ada. Terkait dengan materi yang akan dibahas, pada dasarnya terdiri dari lima bab, dan setiap bab memiliki beberapa sub bab, antara bab satu dengan yang lain saling berhubungan bahkan merupakan pendalaman pemahaman dari bab sebelumnya. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab pertama merupakan bagian pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan bagian kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori. Pada bagian penelitian terdahulu dicantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Kajian teori memuat pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam melakukan penelitian.

Bab ketiga, membahas tentang metode penelitian yang digunakan peneliti meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab keempat, berisi tentang hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan. Bagian ini memuat tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan temuan.

Bab kelima merupakan kesimpulan akhir dari kajian teori dan hasil penelitian, yang di dalamnya berisi tentang kesimpulan, saran-saran, sebagai gambaran atas hasil penelitian dan memperjelas makna penelitian yang dilakukan dan diakhiri dengan penutup serta daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



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

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 penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Adapun kajian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Amalia, “Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Silent Studio Medan Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan” (2017), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan penelitian adalah cara mendapatkan kepercayaan pelanggan dengan cara strategi komunikasi pemasaran yang baik. Metodologi penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif, sama seperti yang peneliti gunakan yaitu dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu bahwa komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada produk yang dipasarkan. Penelitian ini memperbarui sistem komunikasi dengan cara selalu melibatkan konsumen dalam setiap mengambil tindakan sekecil apapun itu, selalu

meminta maaf dengan penuturan yang baik pada saat menerima komplain, serta terus memperbarui ide/gagasan untuk keberlangsungan usaha, yang terakhir berusaha untuk mengikuti keinginan pasar baik dalam memasang iklan hingga perlengkapan yang dimiliki, sedangkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan ialah UD. Matrix Jaya Jember mendapatkan kepercayaan pelanggan menggunakan sistem jaminan halal melalui label halal yang terdapat di kemasan produknya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada cara yang digunakan untuk mendapat kepercayaan pelanggan. Penelitian penulis menggunakan standarisasi jaminan produk halal dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, sedangkan penelitian ini menggunakan komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Sedangkan persamaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

2. Ikhsan Maulana, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Pangan yang Tidak Bersertifikasi Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal" (2018), Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mencari dan mengidentifikasi perlindungan hukum yang berlaku bagi konsumen muslim terhadap produk pangan yang tidak memiliki sertifikasi halal. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian normatif. Tipe penelitian

ialah hukum normatif dengan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hukum yang melindungi konsumen muslim terhadap produk pangan yang tidak bersertifikasi halal, jika produsen tidak mencantumkan keterangan secara jelas pada produk non-halal maka produk tersebut harus mencantumkan produk tidak halal dan keterangan tersebut harus mudah ditemukan, terlihat jelas, tidak mudah terhapus dan tidak boleh terpisah dari produk, sedangkan penelitian yang penulis teliti mendapatkan hasil bahwasannya produk yang dihasilkan oleh UD. Matrix Jaya Jember selalu mencantumkan label halal pada setiap kemasannya dengan tujuan melindungi konsumen muslim dari kekhawatiran akan ketidak halalan produk tersebut.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terdapat pada metode penelitian di mana penelitian penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Selain memiliki perbedaan, penelitian ini juga memiliki persamaan pada variabelnya yaitu sama-sama membahas tentang jaminan produk halal.

3. Agnes Lutfiana Ni'mah, "Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pada Produk Makanan Industri Kecil Menengah (IKM) di Tulungagung" (2018), Program Studi Hukum

Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Agnes Lutfiana Ni'mah merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, di mana peneliti mengamati beberapa IKM di Tulungagung yang sudah memiliki kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal dan jaminan produk halal terhadap produknya. Akan tetapi di lain sisi, masih banyak IKM yang tidak mengetahui pentingnya sertifikasi halal atau jaminan produk halal yang harus dimiliki. Maka dari itu peneliti tersebut juga menggandeng pemerintah dalam melakukan penelitian karena ternyata masih banyak IKM yang tidak mengetahui adanya BPJPH yang saat ini memiliki hak mengeluarkan sertifikat halal dan bukan lagi menjadi tugas MUI.

Perbedaan yang ada pada kedua penelitian ini ialah, pada penelitian terdahulu ini lebih membahas mengenai implementasi mengenai Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dalam pada produk makanan yang dihasilkan oleh IKM, penelitian tersebut juga membahas faktor yang menjadi hambatan para IKM tidak mengetahui perihal sertifikasi halal. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti, selain membahas mengenai standarisasi jaminan produk halal, peneliti juga membahas tentang strategi membangun kepercayaan pelanggan. Persamaannya ialah terletak pada metode penelitiannya yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, dan

dokumentasi.

Adapun hasil penelitian tersebut ialah banyak IKM yang ada di Tulungagung belum menyadari tentang pentingnya Jaminan Produk Halal serta kontribusi pemerintah dalam memberikan edukasi mengenai Sistem Jaminan Halal belum berjalan dengan lancar. Hal tersebut juga terjadi di Kabupaten Jember, pemerintah belum mampu memberikan kontribusi secara masif dalam memberikan edukasi mengenai pentingnya Jaminan Produk Halal pada UMKM.

4. Nurfaiqoh Ridhiyah, "Sertifikasi Halal Oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Pasca Diterbitkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal" (2019), Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Dalam penelitian tersebut, fokus peneliti adalah untuk menganalisa kesiapan BPJPH dalam menyelenggarakan jaminan produk halal pasca diterbitkannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif empiris dan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Hasil dari penelitian tersebut ialah adanya beberapa kendala yang menghambat BPJPH dalam menyiapkan penyelenggaraan sertifikasi halal, diantaranya ialah; kendala internal dan eksternal, serta peneliti mengharapkan bahwa aplikasi SIHalal dapat segera diakses oleh seluruh masyarakat luas agar mempermudah para pegiat industri rumahan dan dapat mengurangi biaya saat membuat sertifikasi halal. Sedangkan penelitian yang penulis teliti

memunjukkan bahwa perkembangan aplikasi SIHalal sudah dapat diakses dan dipergunakan oleh seluruh pelaku UMKM akan tetapi masih terdapat sedikit kendala mengenai pengunggahan berkas.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel penelitian yaitu sama-sama membahas tentang jaminan produk halal. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini ada pada metode penelitiannya. Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dengan jenis penelitian hukum normatif-empiris, sedangkan metode penelitian yang digunakan peneliti ialah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

5. Achmad Tri Budiarto, “Pengaruh Kompetensi Agen Asuransi Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk Surety Bond PT Askrimdo Cabang Jember” (2019), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penelitian yang dilakukan di agen asuransi PT. Askrimdo cabang Jember ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi agen asuransi terhadap kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi agen asuransi dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan serta kepercayaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap penjualan produk agen asuransi tersebut. Sedangkan dalam penelitian yang penulis teliti ini, kepercayaan pelanggan dipengaruhi dengan adanya label halal pada kemasan produk UD. Matrix Jaya.

Metode penelitian yang digunakan berbeda dengan penulis. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis

penelitian konfirmatori, karena tujuannya ialah menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dari penelitian tersebut memiliki persamaan terhadap variabelnya yaitu sama-sama membahas tentang kepercayaan pelanggan, dan memiliki perbedaan terhadap metode penelitian yang digunakan.

6. Habi Yordan, “Peranan Pemerintah Daerah Terhadap Pengawasan Jaminan Produk Makanan Halal” (2019), Fakultas Hukum Universitas Jember.

Suatu penelitian dilakukan pasti memiliki tujuan, begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Habi Yordan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh peran pemerintah terhadap jaminan halal pada produk yang beredar di pasaran. Tujuan penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa hingga saat ini pelaksanaannya belum terbentuk ke seluruh daerah serta belum efektif sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang tentang jaminan produk halal, padahal ada tanggung jawab pemerintah dalam beredarnya produk di pasaran baik yang telah memiliki jaminan halal ataupun tidak. Salah satu bentuk tanggung jawab pemerintah adalah dengan dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang dapat merata ke seluruh daerah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan melakukan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, sedangkan penelitian penulis

menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabelnya yaitu sama-sama membahas jaminan produk halal.

7. Diaz Sari, “Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen di Kota Pekanbaru”, (2020) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, latar penelitian ini bertempat di salah satu ukm di kota Pekanbaru. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa strategi pemasaran atau komunikasi harus selalu ditingkatkan dan diperbarui karena hal tersebut merupakan salah satu alasan utama untuk mendapat kepercayaan pelanggan. Dalam fokus masalah tersebut, peneliti menemukan hasil akhir bahwa cara kerja tim markem wedding dalam mempromosikan produknya sangatlah baik dan selalu mengikuti zaman sehingga berhasil menarik lebih minat pelanggan. hal tersebut terbukti dengan meningkatkan dan selalu mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwasannya kepercayaan pelanggan didapatkan melalui pemenuhan standarisasi Jaminan Produk Halal yang juga dapat meningkatkan penjualan.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis dalam metode penelitiannya, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian

deskriptif, selain itu teknik pengumpulan datanya juga sama-sama menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Akan tetapi, selain memiliki kesamaan, penelitian ini juga memiliki perbedaan yaitu terletak pada objek penelitian dan fokus penelitian yang pertama. Penelitian ini memiliki fokus penelitian strategi pemasaran dalam meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Sedangkan penelitian penulis memiliki fokus strategi mendapatkan kepercayaan pelanggan menggunakan jaminan produk halal.

8. Arif Okfyoki Istiawan, “Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk Home Industry Pada Kampung Abon di Padmosusastro Wonokromo Surabaya”, (2020), Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian yang dilakukan Arif Okfyoki Istiawan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sistem jaminan produk halal pada kampung abon di Wonokromo Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada beberapa pengusaha abon di daerah Wonokromo Surabaya serta LPPOM-MUI sebagai responden. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif. Penelitian ini berhasil menemukan jawaban dari rumusan masalah yaitu menunjukkan bahwa pelaksanaan sistem jaminan halal yang dilakukan oleh beberapa pemilik usaha abon di kampung abon Padmosusastro sesuai ketentuan LPPOM-MUI dengan prinsip dasar hukum Islam, serta kesebelas komponen sistem jaminan halal telah dijalankan dengan baik

sesuai dengan komitmen yang dibuat oleh pemilik usaha. Sama halnya dengan hasil penelitian yang penulis temukan, bahwasannya UD. Matrix Jaya Jember juga memenuhi persyaratan yang ada pada Standarisasi Jaminan Produk Halal.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu dari segi metode penelitian dan jenis penelitian yaitu sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif. Selain terdapat kesamaan penelitian ini juga memiliki perbedaan yang terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada sistem jaminan halal suatu produk sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada strategi membangun kepercayaan pelanggan.

9. Muhamad Rifa'i Arissandi, "Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Studi Kasus Produk Makanan dan Minuman di Bintang Swalayan Ponorogo)", (2020), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan peneliti adalah untuk mengetahui UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada produk yang dijual di bintang swalayan Ponorogo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Bintang Swalayan Ponorogo belum berjalan dengan baik karena masih terdapat makanan dan minuman yang dijual dan belum bersertifikat dan berlabel halal. Adapun faktor penghambat yaitu

kurangnya sosialisasi terkait sertifikasi halal dari pihak yang berwenang kepada produsen maupun swalayan. Sedangkan pada penelitian yang penulis temukan ini mendapatkan hasil bahwasannya sistem jaminan produk halal yang ada di UD. Matrix Jaya Jember sudah sesuai dengan UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, hal ini yang menjadikan penelitian ini memiliki kesamaan selain dari tujuan penelitiannya yang sama-sama membahas jaminan produk halal. Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan peneliti juga terletak pada tujuan penelitian yang lain, penelitian ini keseluruhan tujuan penelitiannya tentang jaminan produk halal sedangkan penelitian peneliti juga memiliki tujuan untuk mengetahui strategi dalam memperoleh kepercayaan pelanggan.

10. Muhammad Wafi, "Strategi Komunikasi Pemasaran Sunny Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan", (2020) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Wafi ini bertempat di Sunny Production yang merupakan salah satu *event organizer* di Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan *Sunny Production* yang tidak memiliki divisi marketing dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, sehingga dari yang hanya mendapat julukan anak bawang dalam ranah vendor hingga menjadi salah satu vendor yang dipercayai untuk menggarap event tur 20 tahun perayaan

grup musik terlaris abad 21 di Eropa yaitu Westlife pada tahun 2019 kemaren.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah metode penelitian yang digunakan, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan persamaan yang ada dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak di variabel penelitian yaitu sama-sama membahas tentang strategi mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa cara yang digunakan oleh Sunny Prodaction dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan yaitu dengan memperbaiki sistem komunikasi dan sistem penjualan yang dilakukan guna mendapatkan pelanggan. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh penelitian yang penulis temukan bahwasannya UD. Matrix Jaya Jember menggunakan standarisasi Jaminan Produk Halal dengan cara memberi label pada kemasan sebagai strategi mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Amalia, 2017.	Strategi Komunikasi pemasaran <i>Event Organizer</i> Silent Studio Medan Dalam Mendapatkan	Penelitian terdahulu ini memiliki variabel yang berbeda dengan penulis. Penelitian penulis menggunakan standarisasi	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
		Kepercayaan Pelanggan.	jaminan produk halal dalam strategi mendapatkan kepercayaan pelanggan, sedangkan penelitian terdahulu ini menggunakan komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan.	
2	Ikhsan Maulana, 2018.	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Pangan yang Tidak Bersertifikat Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.	Perbedaan dari ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif dengan tipe penelitian hukum normatif dan pendekatan yuridis normatif. Sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.	Persamaan peneliti ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada variabelnya yaitu sama-sama membahas tentang jaminan produk halal.
3	Agnes	Implementasi	Perbedaan dari	Persamaan dalam

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
	Lutfiani Ni'mah, 2018.	Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pada Produk Makanan Industri Kecil Menengah (IKM) di Tulungagung	penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis ialah pada penelitian terdahulu ini lebih membahas mengenai implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada produk makanan yang dihasilkan oleh IKM, sedangkan penelitian penulis membahas mengenai standarisasi jaminan produk halal dan strategi membangun kepercayaan pelanggan.	penelitian ini dengan penulis yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan, metode penelitian kualitatif.
4	Nurfaiqoh Ridhiyah, 2019.	Sertifikasi Halal Oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Pasca Diterbitkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif empiris dengan pendekatan perundang-undangan. Sedangkan penulis menggunakan	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang jaminan produk halal pada salah satu variabel.

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
			metode penelitian kualitatif deskriptif.	
5	Achmad tri Budiarto, 2019.	Pengaruh Kompetensi Agen Asuransi Terhadap Kepercayaan Pelanggan Produk <i>Surety Bond</i> PT Askrimdo Cabang Jember.	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian konfirmatori, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada salah satu variabelnya yang sama-sama membahas kepercayaan pelanggan.
6	Habi Yordan, 2019.	Peranan Pemerintah Daerah Terhadap Pengawasan Jaminan Produk Makanan Halal.	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada metode penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sedangkan	Persamaan peneliti ini dengan penelitian penulis terletak pada salah satu variabelnya yaitu sama-sama membahas jaminan produk halal.

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
			penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.	
7	Diaz Sari, 2020.	Strategi Pemasaran <i>Markem Wedding</i> Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon konsumen di Kota Pekanbaru.	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian dan fokus penelitiannya. Fokus dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, sedangkan fokus penelitian penulis yaitu strategi membangun kepercayaan pelanggan.	Persamaan peneliti ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ada dalam metode penelitiannya, yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.
8	Arif Okfyoki Istiawan, 2020.	Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk <i>Home Industry</i> Pada Kampung Abon di Padmosusastro Wonokromo Surabaya.	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian ini menggunakan sistem jaminan halal sebagai fokus utama sedangkan fokus penelitian penulis yaitu strategi membangun kepercayaan	Persamaan peneliti ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif.

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
9	Muhamad Rifa'i Arissandi, 2020.	Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Studi Kasus Produk Makanan dan Minuman di Bintang Swalayan Ponorogo).	<p>perlanggan.</p> <p>Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada tujuan penelitian. Penelitian ini hanya bertujuan pada jaminan produk halal sedangkan penelitian penulis juga memiliki tujuan untuk mengetahui strategi dalam memperoleh kepercayaan perlanggan.</p>	<p>Persamaan peneliti ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif.</p>
10	Muhammad Wafi, 2020.	Strategi Komunikasi Pemasaran Sunny Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan.	<p>Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian penulis hanya menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada variabelnya yaitu sama-sama membahas strategi mendapat kepercayaan pelanggan, hanya saja penelitian ini menggunakan komunikasi sebagai strategi mendapat kepercayaan pelanggan sedangkan penelitian penulis melalui pemenuhan standarisasi</p>

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
				jaminan produk halal.

Sumber: Penelitian Terdahulu

Dari pemaparan di atas, menunjukkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti saat ini. Persamaan yang banyak ditemukan ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi mendapat kepercayaan pelanggan pada produk yang dihasilkan dengan menggunakan standarisasi jaminan halal yang berupa sertifikasi halal dan sistem jaminan halal sebagai pendampingnya.

B. Kajian Teori

Memilih landasan teori menjadi sangat penting guna mendapatkan suatu pengetahuan yang baru dan kemudian bisa dijadikan sebagai pegangan secara umum. Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

1. Kepercayaan Pelanggan

a. Definisi Kepercayaan

Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi jika masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Dalam dunia ekonomi, kepercayaan dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli

agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.¹⁹

Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama dalam segala bentuk bisnis baik dalam lingkungan *online* maupun *offline*. Kepercayaan juga memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan terutama mencakup kepercayaan pelanggan mengenai kualitas, reliabilitas, integritas dari jasa yang disampaikan perusahaan. Di dunia *offline*, kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses *ijab-qabul*, ada materai, ada perjanjian dan lain-lain. Para pelaku bisnis selain itu diproteksi pula secara horizontal oleh hukum-hukum disamping proteksi secara vertikal seperti norma, nilai, dan etika yang dianut oleh para pelaku bisnis.

Beberapa literatur telah mendefinisikan kepercayaan dengan berbagai pendekatan.²⁰ Pada awalnya kepercayaan banyak dikaji dari disiplin psikologi, karena hal ini berkaitan dengan sikap seseorang. Pada perkembangannya, kepercayaan menjadi kajian berbagai disiplin ilmu.²¹ Kepercayaan dianggap sebagai hal yang penting untuk menjaga hubungan dan mengurangi persepsi resiko secara efektif. Kepercayaan juga dianggap sebagai pondasi hubungan inter personal sebagai

¹⁹ SY. Yousafzai dkk, "A Proposed Model of eTrust for Electronic Banking", *Jurnal Technovation*, Vol. 3 No. 2, (2003) 847-860.

²⁰ Fausta Ari Barata, *Membangun Kepercayaan Dalam Bisnis Skala Nasional dan Internasional* (Malang: Intelegensia Media, 2019), 44.

²¹ GB. Murphy dan AA. Blessinger, "Perception of No-Name Recognition Bussiness to Customer E-Commerce Trustworthiness: The Effectiveness of Potensial Influence Tactics", *Journal of Heigh Technology Management Research*, Vol. 1 No. 1(2003), 71-92.

prasyarat untuk kerjasama dan sebagai dasar untuk stabilitas hubungan dalam institusi sosial dan pasar.²²

Morgan dan Hunt, dalam Egan tahun 2001 menjelaskan bahwa kepercayaan sebagai indikator yang sangat penting untuk keberhasilan hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Sementara itu, menurut Pressey dan Mathews, dalam Egan tahun 2001, bahwa kepercayaan sering dipakai dalam literatur *relationship management*, serta jika pelaku usaha dapat menunjukkan *trustworthy* kepada konsumen maka konsumen akan percaya kepada perusahaan dan pola hubungannya. Mowen juga mengatakan bahwa kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.²³

Sedangkan menurut Yousafzai dkk, terdapat enam definisi yang relevan, diantaranya:

- 1). Menurut Rotter mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan bahwa kata atau janji seseorang dapat dipercaya dan seorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran.
- 2). Menurut Morgan dan Hunt mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi jika seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya.

²² M. Nasrullah Yusuf, *Strategi Membangun Nilai Jasa dan Kepercayaan Pelanggan (Dilengkapi Dengan Hasil Penelitian Mengenai Strategi Membangun Kepercayaan Pada Media Surat Kabar* (Sleman: CV Budi Utama, 2012), 98.

²³ Ibid., 97.

- 3).Mayer dan kawan-kawan mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan kepada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikan.
- 4).Rousseau dan kawan-kawan mendefinisikan kepercayaan dalam wilayah psikologis di mana merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perhatian atau perilaku yang baik dari orang lain.
- 5).Menurut Gafen, kepercayaan merupakan kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.
- 6).Menurut Ba dan Pavlou, mereka mendefinisikan kepercayaan dengan penilaian seseorang terhadap orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaan dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan individu akan kebaikan individu atau kelompok lain dalam melaksanakan tugas dan kewajiban untuk kepentingan bersama, serta dapat dihubungkan dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang

dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

b. Faktor-Faktor yang Membentuk Kepercayaan

Menurut Mayer dkk, faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*).²⁴ Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1). Kemampuan (*ability*); mengacu terhadap kompetensi dan karakteristik penjual dalam memengaruhi dan memotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, penjual sebagaimana mampu menyediakan, melayani, hingga mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya, konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kim dkk, berpendapat bahwa *ability* meliputi pengalaman, kompetensi, pengesahan institusional, dan kemampuan ilmu pengetahuan.
- 2). Kebaikan hati (*benevolence*); merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Kebaikan hati berkaitan dengan intensi (niat). Terdapat ketertarikan seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut akan membuatnya untuk memikirkan orang tersebut dan memberikan *intense* untuk percaya atau tidak dengan

²⁴ RC. Mayer dkk, "Ain Integrative Model of Organizational Trust", *Academy of Management Review*, Vol. 20 (1995), 717.

orang tersebut. *Profit* yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, akan tetapi kepuasan konsumen tetap tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar *profit* maksimum, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Menurut Kim dkk, *benevolence* meliputi empati, keyakinan, perhatian, dan daya terima.

3).Integritas (*integrity*); berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen sudah sesuai fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual dapat dipercaya atau tidak. Hal tersebut terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai diri. Kejujuran saja tidak cukup untuk menggambarkan integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan. Dalam hal ini Kim dan kawan-kawan, berpendapat bahwa *integrity* dapat dilihat dari sudut kesetiaan (*loyalty*), kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), berterus-terang (*honestly*), kehandalan (*reliability*), dan keterkaitan (*dependability*).

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Membangun kepercayaan kepada seseorang merupakan hal yang tidak mudah. Hal tersebut tergantung kepada perilaku seseorang serta kemampuan orang lain untuk percaya dan berani mengambil resiko. Menurut R. Lewicki, faktor yang mempengaruhi kepercayaan individu mengenai bagaimana seseorang dapat percaya kepada orang lain,

tergantung kepada empat faktor²⁵, yaitu:

- 1). Predisposisi kepribadian. Menjelaskan bahwa setiap individu memiliki predisposisi yang berbeda untuk percaya pada orang lain. Semakin tinggi tingkat predisposisi individu terhadap kepercayaan, maka makin besar harapan untuk mempercayai orang lain.
- 2). Reputasi dan *stereotype*. Menjelaskan bahwa reputasi membentuk harapan individu untuk melihat elemen untuk percaya dan tidak percaya terhadap apa yang dilihat serta membawa pada pendekatan hubungan untuk saling percaya.
- 3). Pengalaman aktual. Kebanyakan orang menganggap individu merupakan cara membangun fase dalam pengalaman berbicara, bekerja, berkomunikasi, dan berkoordinasi. Beberapa dari fase tersebut sangat kuat untuk membangun kepercayaan. Elemen tersebut mulai mendominasi pengalaman, untuk menstabilkan dan mendefinisikan suatu hubungan ketika polanya sudah stabil, individu cenderung untuk merealisasikan dan menggambarkan kepercayaan dengan tinggi atau rendah.
- 4). Orientasi psikologis. Faktor ini mengatakan bahwa individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial berdasarkan orientasi psikologi. Orientasi tersebut terbentuk dari suatu hubungan

²⁵ Fausta Ari Barata, *Membangun Kepercayaan Dalam Bisnis Skala Nasional dan Internasional* (Malang: Intelegensia Media, 2019), 46.

yang baik dan sebaliknya. Agar orientasinya tetap konsisten, maka individu akan mencari hubungan yang sesuai dengan jiwanya.²⁶

5). Perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.²⁷ Sedangkan menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa, dan ide.²⁸ Sederhananya, perilaku konsumen adalah studi tentang kapan, mengapa, bagaimana, di mana orang-orang membeli atau tidak membeli suatu produk. Melalui proses ini kita dapat mengerti kapan proses pengambilan keputusan dari pembeli baik secara individu maupun dalam kelompok dilakukan. Perilaku konsumen mempelajari karakteristik-karakteristik perilaku individu seperti demografik, dan variabel-variabel perilaku dalam mencoba untuk mengerti keinginan konsumen juga mencoba mengukur pengaruh kelompok seperti keluarga terhadap perilaku dan pembelian produk.²⁹

²⁶ R. Lewicki dan B. Bunker, "Developing Trust and Maintaining Trust in Work Relationship", dalam *Trust in Organizations*, ed. (Sage Publications, 1996), 126.

²⁷ Sangaji, Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 7.

²⁸ Ibid.,

²⁹ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2019), 29.

6). Persepsi konsumen. Persepsi adalah suatu proses yang dilewati seseorang untuk menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi-informasi tertentu dalam rangka membentuk makna tertentu mengenai produk atau merk tertentu. Persepsi juga merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerimaan kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua persepsi akan timbul.³⁰

d. Tipe-tipe Kepercayaan

Lewicki dan Bunker, membagi tiga bentuk kepercayaan, yaitu;

- 1) *Calculus-based trust*, hubungan antar individu, kelompok atau lembaga, dan berusaha untuk dijaga melalui pemberian kepercayaan.
- 2) *Knowledge-based trust*, kepercayaan dapat dibangun berdasarkan pengetahuan pihak lain. Artinya, kepercayaan tergantung pada informasi tentang pihak lain. Dengan demikian, perubahan karakteristik dan perkembangan pokok lainnya sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan yang diberikan.

³⁰ Sangaji, Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), 64.

3) *Identification-based trust*, jenis kepercayaan ini banyak ditemui dalam kelompok. Yaitu ketika suatu kelompok memiliki identifikasi yang kuat didalamnya dan terdapat kohesinitas yang tinggi.

Ketiga tipe kepercayaan di atas dapat terikat satu dengan lainnya. Dapat dikatakan bahwa *calculus-based trust* dapat mendasari terbentuknya *knowledge-based trust* dan hinggakan membentuk *identification-based trust*. Namun terbentuknya kepercayaan tidak bisa secara otomatis. Setidaknya hal tersebut memerlukan tingkat kepercayaan yang cukup stabil agar bisa menjadi kepercayaan yang lain. Perubahan kepercayaan pada umumnya bukan hanya terjadi dari interaksi-interaksi antara suatu pihak, melainkan dalam kenyataan sehari-hari justru dapat terjadi penurunan kepercayaan.³¹

e. Strategi Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Pelanggan adalah pengguna barang dan jasa yang tersebar di masyarakat, baik digunakan untuk kepentingan individu, keluarga, kelompok, maupun makhluk hidup lainnya. Kepercayaan merupakan komponen penting dalam pemasaran. Kepercayaan sendiri memiliki dua arti sebagai kata kerja dan kata benda. Kepercayaan dalam kata kerja berarti proses percaya terhadap sesuatu dengan jelas sarannya. Sedangkan kepercayaan menurut kata benda berarti kepercayaan, keyakinan, atau rasa percaya yang tinggi. Sehingga disimpulkan bahwa, kepercayaan ialah hubungan antar dua pihak atau lebih yang

³¹ Faturochman, *Dinamika Psikologis dan Sosial Kepercayaan* (Yogyakarta: Galang Printika, 2000).

mengandung harapan agar saling menguntungkan antara satu sama lain melalui interaksi sosial.³² Akan tetapi untuk membangun kepercayaan orang lain, hal pertama yang dilakukan ialah memulai dari diri sendiri dengan memiliki kredibilitas yang dapat dilihat oleh orang lain. Berikut unsur-unsur kredibilitas yang dapat dilakukan untuk mendapat kepercayaan seseorang.³³

- 1) Integritas; pada dasarnya integritas berarti kejujuran. Walaupun berarti kejujuran, integritas lebih dari itu. Integritas ialah keterpaduan, konsisten luar dalam, berani mengakui kelemahan serta bertindak sesuai yang diyakini. Oleh sebab itu, dalam unsur kredibilitas, memiliki integritas yang tinggi sangatlah dibutuhkan.
- 2) Niat; Niat sangat berhubungan dengan motif-motif atau agenda serta perilaku yang akan dilakukan. Kepercayaan terus tumbuh ketika motif-motif lugas didasarkan pada keuntungan bersama, dengan kata lain, ketika secara tulus bukan saja peduli terhadap diri sendiri akan tetapi juga peduli terhadap orang lain. Seseorang dalam melakukan aktivitas bisnis perlu mengawalinya dengan niat yang ikhlas sebagai bagian dalam menjalankan tugas kewajiban. Niat dalam islam sangat menentukan arah suatu pekerjaan. Karenanya jika seseorang melakukan aktivitas bisnis yang dinilainya sebagai kewajiban, dengan niat ibadah untuk memenuhi kebutuhan keluarga, berarto

³² Suprapti Ningsih, "Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial", *Journal of Islamic Management and Business*, Vol. 3, No. 1(2020), 4-5.

³³ Stephen M.R. Covey, *The Speed Of Trust* (Tangerang: KARISMA Publishing Group, 2011), 108.

orang tersebut telah melaksanakan bisnis sesuai ajaran islam.³⁴

- 3) Kemampuan; Kemampuan yang dimiliki yang menginspirasi keyakinan, talenta, sikap, keterampilan, pengetahuan, dan gaya. Kemampuan ini berhubungan dengan membangun, menumbuhkan, meningkatkan, memberikan, memulihkan sebuah kepercayaan.
- 4) Talenta adalah karunia dan kekuatan alami. Sikap mewakili paradigma, dan cara hidup. Keterampilan adalah kefasihan dalam hal yang dikuasai. Pengetahuan mewakili pembelajaran, wawasan, pengertian, dan kesadaran. Gaya mewakili pendekatan dan kepribadian unik.
- 5) Hasil; Hal ini mengacu pada prestasi, kinerja, keberhasilan yang menjadikan segalanya yang benar terlaksana. Jika tidak berhasil melaksanakan apa yang diekpektasikan, maka kredibilitas akan berkurang, namun jika sebaliknya, reputasi positif akan didapatkan.³⁵

f. Pangsa Pasar (*Market Share*)

- 1) Pengertian; Bagian pasar yang mampu dikuasai oleh perusahaan apabila dibandingkan dengan penjualan seluruh industrinya dikenal dengan sebutan *Market Share* atau pangsa pasar. Tingkat market share ditunjukkan dan dinyatakan dalam angka persentase atas dasar angka tersebut dapat diketahui kedudukannya dalam pasar. Pemahaman mengenai pangsa pasar tersebut akan membantu

³⁴ Muhammad Djakfar, *Anantomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika Dengan Realitas* (Malang: UIN-Malang Press, 2009).

³⁵ Stephen M.R. Covey, *The Speed Of Trust: The One Thing That Changes Everything* (Simon and Schuster, 2008).

manajemen perusahaan untuk mengevaluasi keberhasilan upayanya dalam menembus pasar relatif terhadap kompetitornya. Pangsa pasar adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan atau prosentase penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.³⁶

- 2) Tujuan pangsa pasar; Tujuan pangsa pasar merupakan indikator kunci dari daya saing pasar yaitu seberapa baik perusahaan melakukannya dibandingkan dengan pesaingnya.³⁷
- 3) Fungsi market share; Seperti penjelasan sebelumnya, pangsa pasar merupakan indikator yang mampu menjelaskan tentang:³⁸
 - a) Kemampuan perusahaan menguasai pasar; Kemampuan penguasaan pasar dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan tingkat market share. Sehingga pencapaian tujuan berarti juga dianggap sebagai keberhasilan perusahaan.
 - b) Kedudukan perusahaan di pasar persaingan berdasarkan tingkat market share; Kedudukan masing-masing perusahaan dapat dilakukan urutan atau rangkingnya dalam pasar persaingan. Secara berturut-turut posisi perusahaan dapat dibedakan sebagai: Market Leader, Challenger, Follower, Market Nicher.

³⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 95.

³⁷ Ibid.,

³⁸ Ibid.,

2. Standarisasi Jaminan Produk Halal

a. Pengertian Halal

Menurut Ibn Manzhur, secara etimologi halal berasal dari kata “*al-hillu*” berarti tidak terikat. Sedangkan secara terminologi, halal adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh syari’at Islam untuk dikonsumsi, terutama makan dan minuman. Allah SWT melalui firman-Nya telah menyuruh untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan *thayyib*. Perintah tersebut terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi³⁹:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S al Baqarah ayat 168)⁴⁰

Dalam kandungan ayat tersebut telah jelas bahwa orang-orang muslim diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Makanan yang baik yang dimaksud ialah makanan yang diperbolehkan oleh syariat baik dari segi zat nya, cara memperoleh, dan cara mengolahnya. Adapun makanan yang *thayyib* adalah makanan yang baik bagi kesehatan dan tidak membahayakan ketika dikonsumsi.

Pada saat ini, makanan yang bersertifikat halal dapat menjadi penting di negara manapun, khususnya di negara yang bermayoritas

³⁹ Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam* (Surabaya: Karya Utama, 2005), 47-48.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Surabaya: Al Hidayah, 2002), 25.

muslim. Masyarakat muslim akan tertolong karena dengan mudah dapat memilih makanan dan minuman yang baik yang seharusnya dikonsumsi sesuai syariat Islam. Melihat hal tersebut, penting bagi makanan dan minuman untuk bersertifikat halal di samping bagi seorang muslim itu menunjukkan adanya sebuah kepedulian yang besar.

Masyarakat muslim memiliki hak yang sama untuk mendapatkan makanan yang halal sebagaimana ia mendapat hak untuk hidup.⁴¹ Ini merupakan kewajiban pemerintah untuk menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya bagi masyarakat, khususnya masyarakat muslim. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan sertifikat halal bagi produk yang beredar di pasaran yang memang terjamin kehalalannya, seperti mulai dari bahan baku, proses pengolahan, hingga alat-alat serta cara kerja saat produk dihasilkan.

b. Pengertian Produk Halal dan Haram

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Halal” berarti diizinkan atau tidak dilarang oleh syarak.⁴² Dalam hal ini halal artinya segala sesuatu yang diperbolehkan agama. Sedangkan “haram” berarti terlarang; tidak halal; terlarang oleh Undang-Undang, tidak sah.⁴³ Dengan kata lain, haram adalah larangan atau hal yang dilarang atau

⁴¹ Mesraini dkk, *Islam dan Produk Halal (Serial Khutbah Jum'at)* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2007), 198.

⁴² Lukman Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Apollo, 2007), 253.

⁴³ Ibid.,

tidak diijinkan untuk dilakukan atau dikonsumsi yang ditentukan oleh Allah SWT agar terhindar dari kesengsaraan.

Mengetahui halal dan haram juga merupakan suatu keharusan bagi seorang muslim. Masalah halal dan haram memiliki kedudukan yang sangat penting sebagai ajaran yang sempurna dalam Islam. Menurut Yusuf Qardhawi, halal adalah segala sesuatu yang boleh dikerjakan dan syariat membenarkannya serta orang yang melakukannya tidak dikenai sanksi dari Allah SWT, halal juga diartikan dengan sesuatu yang dengannya terurai tali yang membahayakan dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan.⁴⁴

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan bahwa produk yang masuk, produk yang beredar, serta produk yang dipasarkan atau diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Di sini yang dimaksud dengan produk ialah barang dan/jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.⁴⁵

Semua yang berasal dari hewan pada dasarnya adalah halal kecuali beberapa yang diharamkan menurut syariat. Secara syariat,

⁴⁴ Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam* (Surabaya: Karya Utama, 2005), 17.

⁴⁵ Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) No. 33 Tahun 2014.

binatang yang diharamkan ada 4 jenis yaitu; bangkai (mencakup binatang yang mati dicekik, jatuh, dipukul, ditanduk, dan diterkam binatang buas), darah, babi, dan binatang yang disembelih tidak sesuai dengan syariat Islam.⁴⁶ Maka dari itu, hewan yang digunakan sebagai bahan dasar pembuatan produk wajib disembelih sesuai dengan syariat islam serta memenuhi kaidah kesejahteraan hewan juga kesejahteraan masyarakat.

Begitu pula bahan yang berasal dari tumbuhan, pada dasarnya semua halal kecuali yang memabukkan atau membahayakan bagi kesehatan yang mengkonsumsinya. Bahan yang berasal dari mikroba serta dihasilkan melalui proses kimia, proses biologi, atau proses rekayasa genetika akan menjadi haram jika proses pertumbuhan atau pembuatannya tercampur, terkandung dan terkontaminasi dengan sesuatu yang diharamkan.

Dalam Islam, ketentuan halal dan haram yaitu sesuatu yang diperbolehkan dan dilarang memiliki hikmah tersendiri ialah untuk menguji mana diantara hamba Allah yang taat kepada-Nya dan mana yang tidak mengikuti perintah-Nya, selain itu juga untuk memudahkan umat islam dalam memperoleh kebaikan disisi-Nya. Karena apabila seseorang menaati sesuai yang diajarkan dalam Islam maka ia akan mendapat kebaikan sebagaimana ia mendapat pahala karena

⁴⁶ Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, 51.

melaksanakan perintah Allah, mengerjakan yang diperintah dan menjauhi larangannya.

c. Dasar Hukum Produk Halal

Islam sangat memperhatikan dan memberikan peringatan keras terhadap umat muslim agar senantiasa mengonsumsi makanan atau minuman yang baik dan halal. Islam sangat menjadikan produk berlabel halal sebagai sebuah kewajiban, terlebih dalam urusan pangan. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Mengingat pentingnya umat muslim untuk mengonsumsi makanan yang halal, Allah SWT mengharapkan agar manusia selalu dalam kebaikan baik jasmani maupun rohani dan selalu menaati perintah-Nya.⁴⁷ Sebagaimana yang terdapat dalam ayat berikut:

يَتَائِبَهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukur kepada Allah SWT, jika benar hanya kepada-Nya kamu

⁴⁷ Sitti Nurfaika dan Musyfica Ilyas, “Kewajiban Pendaftaran Sertifikasi Halal Pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Perspektif Maqasid al-Syari’ah”, *Shautuna*, Vol. 2, No. 2 (2021), 5.

menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi dan binatang yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih dan Maha Pengampun” (Q.S Al Baqarah: 172-173)⁴⁸

Dari ayat di atas, Allah SWT memerintahkan kepada orang yang beriman untuk menyantap sesuatu yang baik dari rezeki yang telah diberikan kepada mereka, supaya mereka bersyukur dan berterima kasih atas nikmat tersebut. Allah SWT juga telah mengatakan bahwa tidak mengharamkan kecuali empat aspek di atas, yang juga disebutkan dalam ayat lain yang menegaskan bahwa hanya keempat jenis itulah yang diharamkan;

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَّسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهْلًا لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٤٥﴾

Artinya: “Katakanlah, “tidak kudapati di dalam apa yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan memakannya bagi yang ingin memakannya, kecuali daging hewan yang mati (bangkai), darah yang mengalir, daging babi, karena semua itu kotor atau hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah. Tetapi barang siapa terpaksa bukan karena menginginkan dan tidak melebihi (batas darurat) maka sungguh, Tuhanmu Maha Pengampun, Maha Penyayang.” (QS. Al An’am: 145).⁴⁹

⁴⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an*, 26.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an*, 149.

Dalam sebuah hadist juga dijelaskan:

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا وَ إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَهُ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ {يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوْا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ} وَقَالَ {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ} ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ (سَاعِيًا لِحَجِّ وَالْعُمْرَةِ وَخَوَّهِمَا) يَمْدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ (يَا رَبِّي يَا رَبِّي) وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَغَدِي بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لِذَلِكَ؟

Sesungguhnya Allah swt itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik dan bahwa Allah swt menyuruh kepada orang mukmin dengan aspek yang sama yang diperintahkan kepada rasul. Allah swt berfirman: “Wahai para rasul, makanlah dari yang baik-baik dan lakukanlah amal shaleh, sesungguhnya Aku Maha Mengetahui akan apa yang kalian lakukan.” (QS. Al Mukminun: 51). Allah SWT juga berfirman: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah dari hal-hal baik yang kami anugerahkan kepada kalian.” (QS. Al Baqarah: 172). Kemudian Rasulullah saw menyebutkan tentang seorang lelaki yang melakukan perjalanan panjang dengan tubuh berdebu dan rambut yang kusut masai (dalam rangka untuk menunaikan ibadah haji, umrah dan sejenisnya) di mana dia menengadahkan tangannya ke langit: “Wahai Tuhanku. Wahai Tuhanku”, sementara makanannya haram, pakaiannya haram, dan menyantap barang haram, bagaimana mungkin dikabulkan untuknya?⁵⁰

Dalam hal ini, ada beberapa hal lain yang menjadi dasar hukum produk halal selain al-Qur’an dan al-Hadist, walaupun secara tersurat tidak disebutkan didalamnya yaitu mengenai sertifikasi halal. Secara tersirat juga tidak ada ketentuan mengenai sertifikat halal yang diatur di dalam al-Qur’an maupun al-hadist yang berkaitan dengan kehalalan produk. Dasar hukum diberlakukannya sertifikasi halal ialah bersumber dari ketentuan syariat (*al-hukm as-syar’i*). Maka dari itu untuk

⁵⁰ Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram*, 36-37.

menjamin pemberlakuan ketentuan syariat tersebut maka diperlukannya regulasi yang bersifat prosedural (*al-hukm al-ijra'i*).⁵¹

Pemberian sertifikasi halal tidak semata-merta langsung diberikan kepada perusahaan atau UMKM, akan tetapi perlu adanya aturan dalam bentuk pemberlakuan regulasi secara formal agar memiliki kekuatan hukum yang bersifat mengikat.⁵² Adapun beberapa regulasi yang berkaitan dengan pentingnya aspek halal pada suatu produk diantaranya: SKB Menteri Kesehatan dan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 427:/Menkes/SKB/VIII/1985-Nomor 6 Tahun 1985 Tentang Pencantuman Tulisan “Halal” Pada Label Makanan, Tanggal 12 Agustus 1985, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Intruksi Presiden RI Nomor 2 Tahun 1991 Tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001 Tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal dan Nomor 519 Tahun 2001 Tentang Lembaga Pelaksanaan Pemeriksaan Pangan Halal, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah

⁵¹ Sitti Nurfaika dan Musyfika Ilyas, “Kewajiban Pendaftaran Sertifikasi Halal Pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal; Perspektif Maqasid al-Syari’ah,” *Shautama*, Vol. 2, No. 2 (2021), 454.

⁵²Ibid, 6.

Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.⁵³

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa jaminan produk halal merupakan kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikasi halal.⁵⁴ Pemerintah membentuk suatu badan yang dinamai Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) guna menyelenggarakan Jaminan Produk Halal. BPJPH bertugas dalam merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH, menerbitkan dan mencabut sertifikat halal dan label halal pada produk, melakukan sosialisasi, edukasi, publikasi terhadap produk halal, serta beberapa wewenang BPJPH lainnya. Hal tersebut juga berada dalam Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal. Sedangkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 pasal 2 mengatakan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal serta produk yang berasal dari bahan yang diharamkan wajib diberikan keterangan tidak halal. Hal tersebut membuktikan bahwa pentingnya suatu hukum dalam pemberlakuan regulasi secara formal dan mengikat.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

d. Standarisasi Jaminan Produk Halal

1) Pengertian Standarisasi Jaminan Produk Halal

Standarisasi adalah proses penerapan dan pengembangan standar teknis berdasarkan konsensus berbagai pihak yang meliputi perusahaan, pengguna, kelompok kepentingan, organisasi standar, dan pemerintah. Ada juga yang menjelaskan bahwa standarisasi ialah usaha bersama untuk menjaga kualitas produk dan efisien usaha. Selain digunakan untuk memberi batasan atau patokan, secara spesifikasi kata standar, standarnisasi, standarisasi sering kita jumpai dalam komunikasi sehari-hari.

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan produk, menambah nilai guna suatu benda dengan menggunakan faktor produksi yang bertujuan agar dapat memberi manfaat dari suatu produk yang dihasilkan dan memenuhi kebutuhan.⁵⁵ Sedangkan kegiatan produksi sendiri merupakan usaha untuk menghasilkan atau menambah daya guna barang dan/ jasa untuk mememtuhi kebutun makhluk hidup.

Dalam proses produksi, suatu produk tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, akan tetapi juga memperhatikan dari sisi konsumen dengan tidak merugikannya. Pelaku usaha yang memproduksi suatu produk harus menjamin mutu serta keamanan produk baik dari segi kesehatan ataupun agama,

⁵⁵ Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi* (Surakarta: Asara Sinergi Media, 2012), 255.

dengan kata lain pelaku usaha harus mengetahui ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan pemerintah perihal memproduksi suatu produk yang dimana hampir seluruh penduduknya beragama Islam.⁵⁶

Menurut peraturan yang dibuat oleh MUI, kehalalan suatu produk dilihat dari bahan yang terkandung didalamnya, diantaranya bahan yang tidak mengandung daging babi atau bahan pokok yang berasal dari babi serta tidak mengandung alkohol sebagai bahan tambahan dan bahan yang tidak berasal dari organ manusia, kotoran, darah. Akan tetapi menurut MUI, halal tidak hanya sebatas penggunaan bahan, melainkan juga kebersihan, sarana distribusi, penyimpanan, serta transportasi produksi.

Pemerintah mengeluarkan perlindungan hukum kepada masyarakat atas produk yang beredar terutama pada makanan dan minuman atas aspek kehalalannya, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok sehari-hari yang dimana konsumen mendapatkannya dari para pelaku usaha. Standarisasi ini juga memiliki fungsi dalam memberikan kepastian perlindungan, kepastian mutu dan rasa aman terhadap konsumen dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yang beredar. Standarisasi halal juga dapat dianggap sebagai bagian dalam standarisasi mutu dengan menekankan dan menambahkan kehalalan didalamnya.

⁵⁶ Fitri dkk, "Tinjauan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standarisasi Halal Terhadap Makanan yang Terbuat Dari Ketan Studi Kasus Desa Sukasenang Kec. Boyongbong Garut", *Spesia*, Vol. 4, No. 1 (2018), 174.

Di sisi lain, standarisasi halal merupakan suatu hal yang penting dalam menarik minat konsumen terutama konsumen muslim. Wujud dari standarisasi halal sendiri yaitu pelaku usaha atau pemilik usaha harus memiliki sertifikat halal yang sudah mencakup kriteria atau kasifikasi halal yang telah ditetapkan al-Quran dan as-sunnah sebagai rujukan umat islam dalam menetapkan suatu hukum. MUI telah menetapkan kejelasan kriteria serta klasifikasi halal tersebut.

2) Prinsip-prinsip Pelaksanaan Standarisasi Jaminan Produk Halal

Standar kehalalan suatu produk sangatlah ketat karena memegang prinsip *zero tolerance*. Salah satu prinsip pelaksanaan standarisasi jaminan produk halal ialah guna memastikan kehalalan produk dari hulu hingga hilir yang juga disebut dengan kemampuan telusur (*traceability*). Kemampuan telusur merupakan kemampuan untuk melacak dan mengikuti jejak makanan pada seluruh mata rantai produksi, pengolahan, dan distribusi. Prinsip dasar model ini adalah melacak produk pada seluruh rantai distribusi, memberikan informasi tentang bahan baku, dan memahami serta mengkomunikasikan dampak dari cara produksi dan distribusi terhadap mutu juga keamanan pangan.⁵⁷ Para pelaku usaha dituntut untuk mampu memenuhi prinsip-prinsip dasar pemenuhan rantai kehalalan produk, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga

⁵⁷ Agency Nurmaydha, dll, "Pengembangan Konsep Model Sistem Jaminan Halal Pada Restoran (Studi Kasus UNIDA Gontor INN Universitas Darussalam Gontor)", *Jurnal Teknologi Pertanian*, Vol. 19, No. 3 (2018), 149.

siap dikonsumsi.⁵⁸ Pelaksanaan jaminan produk halal juga bertujuan untuk memberikan rasa nyaman, aman, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat khususnya masyarakat muslim. Dalam HAS 23102 ada 11 keiteria sistem jaminan halal yang harus menjadi dasar dari Jaminan Produk Halal, HAS 23102 juga memiliki prinsip yang disebut dengan *Halal Control Point* (HCP). HCP yaitu bahan dan atau proses yang haram atau najis.⁵⁹

HCP memiliki 7 prinsip, diantaranya yaitu:

- a) Penetapan risiko keharaman
 - b) Penetapan titik kendali kritis
 - c) Penetapan SOP darurat dalam setiap CCP
 - d) Menetapkan prosedur mamantau CCP
 - e) Menetapkan tindakan penarikan produk bila terjadi penyimpangan CCP
 - f) Menetapkan sistem perekaman data
 - g) Menetapkan prosedur variasi
- 3) Proses Sertifikasi Halal

Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia memiliki dua hal yang saling berkait, yaitu sertifikasi halal dan labelisasi halal. Sertifikasi halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan

⁵⁸ www.halal.go.id, (Agustus, 2021).

⁵⁹ A. M. Arif Efendi, M. Nur Kholis, dll, "Analisis Implementasi Sistem Jaminan Halal (SJH) Pada Usaha Makanan Siap Saji (Studi Kasus Herbal chicken Ponorogo)", *Agroindustrial Technology Journal*, 03 (01) (2019), 38-39.

oleh MUI. Sertifikat halal MUI adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat tersebut merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.⁶⁰

Sementara itu labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk yang telah disetujui oleh badan POM untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.⁶¹ Penjamin produk halal terhadap suatu produk sebagai landasan dasar dikeluarkannya peraturan pemerintah tentang jaminan produk halal untuk meyakinkan konsumen dalam memastikan kehalalannya.⁶²

Sertifikasi halal merupakan bentuk dari serangkaian proses yang telah dilakukan oleh pelaku usaha baik perseorangan atau badan usaha dalam membuktikan kejelasan produknya. Sertifikasi halal diperoleh dengan beberapa tahapan pemeriksaan, hal tersebut ditujukan guna membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan seluruh sistemnya sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan LPPOM-MUI.⁶³ Untuk mendapatkan sertifikasi halal tersebut, ada serangkaian pemeriksaan yang harus dilakukan oleh

⁶⁰ Muhammad Aziz, dkk “Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif *Statute Approach*”, *Jurnal ISLAMICA*, Vol. 14, No. 1 (2019), 154-155.

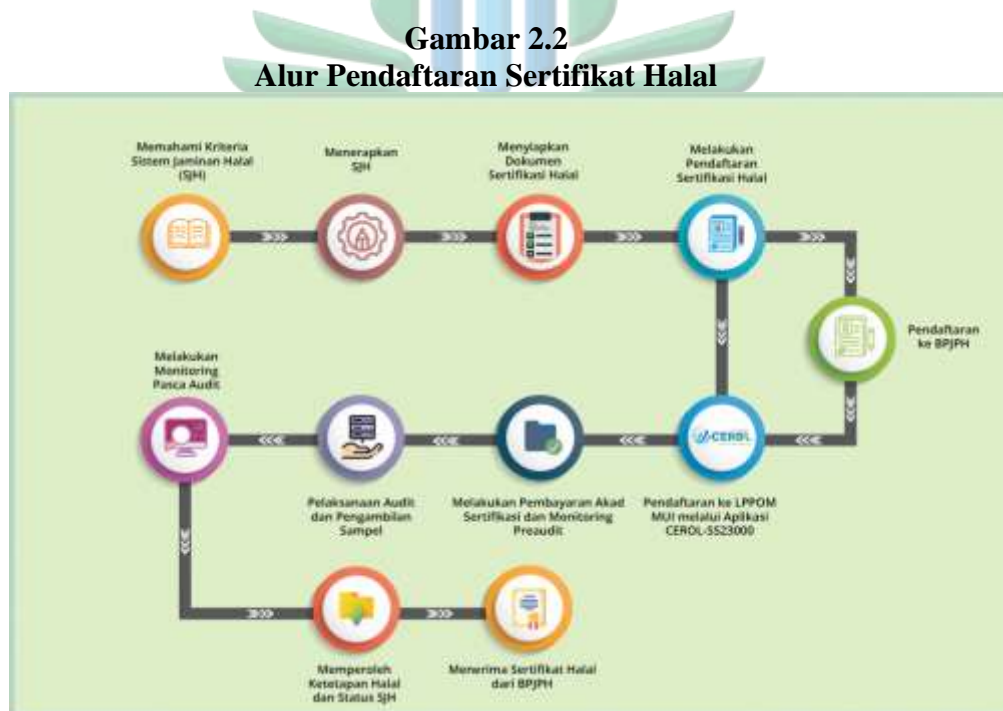
⁶¹ Dharu Triasih, dkk “Kajian Tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal”, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Vol. 18, No. 2 (2016), 217.

⁶² Badrus Soleh Helmi, dkk “Pengaruh Undang-Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura”, *Jurnal PAMATOR*, Vol. 12, No. 2 (2019), 103.

⁶³ Wardo, Samsuri “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, *Jurnal Al-Maal*, Vol. 2, No. 1 (2020), 101.

auditor yang berkompeten dalam bidang tersebut untuk menetapkan status kehalalannya. Apabila semua syarat sudah terpenuhi, maka pelaku usaha berhak untuk mendapatkan sertifikat halal atas produknya agar setelahnya dapat langsung memasang label halal dan nomor registrasi halal pada kemasan produk. Label inilah yang menjadi informasi penting bagi konsumen dalam memilih produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut dipercaya status kehalalannya, serta menjadi pegangan pelaku usaha dalam rangka memenuhi kewajibannya untuk menginformasikan kepada konsumen atas kehalalan produknya.

Berikut merupakan urutan proses dikeluarkannya sertifikat halal:⁶⁴



Sumber: halal.go.id (2020)

⁶⁴ PMA RI, Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.

- a) Pelaku usaha mengajukan permohonan sertifikat halal secara tertulis kepada BPJPH. Permohonan sertifikat halal harus dilengkapi dengan data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan baku yang digunakan, terakhir proses pengolahan produk dan sistem jaminan produk halal.
- b) BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen permohonan sertifikat halal dalam jangka waktu kurang lebih 10 hari kerja sejak permohonan diterima. Jika dalam hal permohonan sertifikat halal belum lengkap maka diberi waktu paling lama 5 hari untuk melengkapi dokumen tersebut dan jika dalam waktu tersebut tidak dapat melengkapi dokumen yang dibutuhkan maka permohonan sertifikat halal dinyatakan ditolak.
- c) Setelah dokumen permohonan sertifikat halal telah lengkap, maka dilakukan penetapan Lembaga Pemeriksa Halal untuk melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk.
- d) LPH melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan pada produk yang dilakukan oleh auditor halal. Pemeriksaan dilakukan untuk melihat keabsahan dokumen serta kebenaran produk. Pemeriksaan produk yang diproduksi dalam negeri dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 40 hari kerja sejak penetapan LPH diterbitkan oleh BPJPH. Jika dalam batas waktu pemeriksaan telah terlampaui dan pemeriksaan belum selesai

maka LPH dapat memperpanjang waktu pemeriksaan paling lama 20 hari kerja sejak jangka waktu pemeriksaan berakhir.

- e) LPH menyampaikan hasil pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk kepada BPJPH berupa dokumen yang meliputi produk dan bahan yang digunakan, PPH, hasil analisis dan/atau spesifikasi bahan, berita acara pemeriksaan, dan rekomendasi. BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen tersebut dalam jangka waktu paling lama 2 hari kerja sejak diterima oleh BPJPH.
- f) BPJPH menyampaikan hasil pemeriksaan kelengkapan dokumen kepada MUI dalam jangka waktu paling lama 3 hari kerja sejak dokumen dinyatakan telah memenuhi syarat kelengkapan.
- g) MUI melakukan sidang fatwa halal MUI untuk akhirnya menetapkan kehalalan produk. Sebelum diadakannya sidang fatwa MUI, MUI melakukan pengkajian ilmiah terhadap hasil pemeriksaan kehalalan produk. Dalam persidangan, MUI mengkaji ulang hasil pemeriksaan kehalalan produk sebagaimana yang tercantum dalam dokumen yang disampaikan oleh BPJPH melalui sidang fatwa halal.
- h) MUI menetapkan keputusan kehalalan produk sebagai hasil sidang fatwa halal yang setelahnya disampaikan kepada BPJPH untuk menjadi dasar penerbitan sertifikat halal.

- i) BPJPH menerbitkan sertifikat halal dalam jangka waktu paling lama 7 hari kerja sejak keputusan penetapan kehalalan produk dari MUI diterima oleh BPJPH.
- j) Pelaku usaha mendapatkan sertifikat halal yang setelahnya wajib mencantumkan label halal yang telah ditetapkan oleh BPJPH yang berlaku nasional.

4) Sistem Jaminan Halal

Suatu produk yang beredar memerlukan sistem yang dapat menjamin kehalalannya, baik dari sisi bahan baku hingga proses produksinya. Sistem tersebut harus mampu menjamin bahwa produk yang tersebar dan dikonsumsi oleh umat muslim adalah halal dan disertai lembaga penentu kehalalan suatu produk dengan cara memberi tanda halal yang dapat dilihat secara mudah oleh konsumen, serta didalamnya juga terdapat sistem pengawasan guna meminimalisir terjadinya kesalahan ataupun penyimpangan. Sistem Jaminan Halal ini merupakan sistem manajemen terpadu yang dimana perusahaan pemegang sertifikat halal diwajibkan untuk menjaga konsistensi jaminan halal, mulai dari bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga operasional sehari-hari.

Sedangkan pengertian dari sistem jaminan halal sendiri ialah suatu sistem yang disusun, dilaksanakan dan dipelihara oleh perusahaan pemegang sertifikat halal dengan tujuan untuk menjaga kesinambungan proses produksi dalam menjamin kehalalannya

sesuai dengan aturan-aturan yang telah digariskan oleh LPPOM-MUI. Adapun 11 kriteria sistem jaminan halal seperti berikut:

a) Kebijakan Halal

Kebijakan halal yaitu komitmen tertulis untuk menghasilkan produk halal secara konsisten. Kebijakan halal juga harus ditetapkan kepada pihak yang berkepentingan.

b) Tim Manajemen Halal

Tim manajemen halal adalah tim yang memiliki kompetensi dan wewenang yang dibutuhkan serta tim yang mencakup semua bagian pada aktivitas kritis. Tim manajemen halal harus ditetapkan dengan disertai bukti tertulis dan tanggung jawab tim manajemen halal harus diuraikan dengan jelas.

c) *Training* dan Edukasi

Training/pelatihan adalah kegiatan peningkatan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap untuk mencapai tingkat kompetensi yang diinginkan. Pelatihan eksternal harus diikuti minimal dua kali setahun. Sedangkan pelatihan internal diadakan setahun sekali. Di akhir pelatihan, hasil pelatihan internal harus dievaluasi guna memastikan kompetensi peserta pelatihan.

d) Bahan

Bahan harus dilengkapi dengan dokumen pendukung yang memadai dan valid. Daftar bahan juga harus telah disetujui

LPPOM MUI dan selalui memperbarui daftar bahan jika ada penggunaan bahan baru.

e) Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi mencakup bangunan, ruangan, mesin dan peralatan utama serta peralatan pembantu yang digunakan untuk menghasilkan produk. Fasilitas produksi yang disertifikasi harus terbebas dari bahan yang bersifat babi dan turunannya. Tidak terdapat peralatan produksi yang bersifat haram/najis. Tempat fasilitas pencucian terpisah dengan fasilitas pencucian yang menangani bahan dari babi dan turunannya.

f) Produk

Produk yang didaftarkan dapat berupa produk retail, *non retail*, produk akhir atau produk antara (*intermediate*). Bentuk produk tidak mengarah pada yang bersifat erotis, vulgar, porno. Profil sensori produk tidak boleh memiliki kecenderungan bau atau rasa yang mengarah kepada produk haram. Khusus produk retail, jika suatu produk dengan merk/brand tertentu didaftarkan, maka semua varian atau produk lain dengan merk/brand yang sama juga harus didaftarkan.

g) Prosedur Tertulis Kegiatan Kritis

Aktivitas kritis adalah aktivitas yang dapat mempengaruhi status kehalalan produk. Aktivitas kritis mencakup; penggunaan bahan baru untuk produk yang sudah disertifikasi, pembelian

bahan, formulasi dan pengembangan produk, pemeriksaan bahan datang, produksi, pencucian fasilitas produksi, penyimpanan, dan transportasi bahan/produk. Akan tetapi, ruang lingkup aktivitas kritis dapat bervariasi sesuai dengan proses bisnis perusahaan.

h) Kemampuan Telusur (*traceability*)

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis yang menjamin ketertelusuran produk yang disertifikasi yang menjamin produk tersebut telah ditelusuri mulai dari bahan yang disetujui LPPOM MUI hingga diproduksi di fasilitas yang memenuhi kriteria.

i) Penanganan Produk yang Tidak Memenuhi Kriteria

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis mengenai produk yang tidak memenuhi kriteria dan menjamin produk yang tidak memenuhi kriteria tidak akan diproses ulang dan harus dimusnahkan. Jika produk sudah terlanjur dipasarkan, maka produk harus ditarik kembali.

j) Audit Internal

Audit internal setidaknya dilakukan enam bulan sekali atau setahun dua kali. Perusahaan juga harus mempunyai prosedur tertulis audit internal pelaksanaan SJH. Hasil audit internal disampaikan kepada LPPOM MUI dalam bentuk laporan berkala setiap 6 bulan sekali. Jika ditemukan kelemahan dalam audit internal, maka perusahaan harus mengidentifikasi akar

penyebabnya dan segera melakukan perbaikan. Perbaikan harus dilakukan dengan target waktu yang jelas.

k) Kaji Ulang manajemen (*management review*)

Kaji ulang manajemen harus dilakukan setidaknya sekali dalam setahun. Kaji ulang manajemen dihadiri oleh manajemen puncak dan hasilnya disampaikan kepada pihak yang bertanggung jawab.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Definisi tersebut lebih menekankan pada jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian yakni data kualitatif. Dengan kata lain penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan berupaya menggali makna dari suatu fenomena berdasarkan fakta-fakta yang ada.⁶⁵ Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar peneliti dapat melakukan pendekatan secara langsung di lapangan untuk memahami fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan dan peneliti juga ingin mengetahui secara langsung bagaimana perkembangan usaha produk olahan lele yang telah berlabel halal tersebut, sehingga peneliti bisa menganalisis, mendeskripsikan dan menyajikan data yang tepat sesuai dengan hasil pengamatan yang diteliti selama berada di lapangan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan di mana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.⁶⁶ Lokasi yang dijadikan tempat penelitian di sini adalah UD. Matrix Jaya, Letjend Sutoyo Gg Matrix

⁶⁵ M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 9.

⁶⁶ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2017), 46.

no. 19, Kebonsari, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember.

Alasan memilih lokasi ini karena melihat kemampuan produk ini bertahan kurang lebih selama 9 tahun ini dengan hanya mengandalkan anggota keluarga dan karyawan lepas ketika memiliki banyak pesanan. Dengan pemilik usaha yang merupakan seorang non-muslim, banyak rintangan yang harus beliau hadapi terutama dalam meyakinkan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produknya yang di mana sebagian besar masyarakat khususnya Jember yang beragama Islam.

Bertahannya produk dan pendapatannya merupakan suatu yang tidak mudah. Hal tersebut tidak luput dari upaya yang dilakukan dalam memasarkan produknya. Agar dapat memasarkan produknya lebih luas, UD. Matrix Jaya melakukan beberapa upaya guna mendapatkan sertifikat halal. Karena masih keterbatasan pengetahuan mengenai sertifikasi halal, beliau mendatangi Dinas Perikanan guna mencari tahu apa saja persyaratan yang harus dipersiapkan untuk mendaftar sertifikasi halal, dan secara kebetulan pada saat itu dinas perikanan tengah mengadakan pelatihan untuk mendapatkan sertifikat halal secara gratis yang dibantu dengan dinas perikanan. Akhirnya di tahun 2018 UD. Matrix Jaya resmi memiliki sertifikat halal dan dapat mencantumkan label halal pada produknya.

Adanya label halal tersebut membawa UD. Matrix Jaya dikenal di pasar domestik hingga luar negeri. Produk UD. Matrix Jaya bahkan ada di beberapa gerai oleh-oleh yang berada di Kota Batu. Produk UD. Matrix Jaya juga memiliki keunikan yaitu menggunakan hampir seluruh bagian ikan lele

sebagai bahan dasar berbagai olahannya. Hal tersebut sangatlah menarik untuk diteliti, maka dari itu peneliti memutuskan untuk memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian.

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive*. Sedangkan yang dimaksud dengan *purposive* adalah teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya, orang tersebut yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek atau situasi sosial yang diteliti dengan menggunakan *purposive*, data yang terkumpul memiliki variasi yang lengkap dengan melibatkan pihak yang dianggap paling mengetahui dan memahami hal-hal yang ada di lokasi penelitian.⁶⁷

Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan sebagai informan adalah sebagai berikut:

1. Owner UD. Matrix Jaya yaitu Ibu Lusia
2. Karyawan lepas UD. Matrix Jaya yaitu Ibu Akbar dan karyawan tetap yaitu Bapak Anjar
3. Pelanggan dari sebelum memiliki sertifikat halal yaitu Ibu Harfini Fifin dan pelanggan setelah memiliki sertifikat halal yaitu Ibu Yoan.

⁶⁷ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 300.

D. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Teknik-teknik tersebut diantaranya observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berikut pemaparan terperinci mengenai teknik tersebut, yaitu:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatanya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainya.⁶⁸

Data yang diperoleh melalui teknik observasi antara lain:

- a. Letak geografis tempat usaha
- b. Sejauh mana perkembangan usaha UD. Matrix Jaya Jember

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁹ Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, yakni wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datannya.

⁶⁸ M Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 118.

⁶⁹ Moleong, *Metode Penelitian*, 186.

Adapun penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur guna memperoleh data tentang:

- a. Strategi pemenuhan standarisasi Jaminan Produk Halal UD. Matrix Jaya Jember.
 - b. Strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui pemenuhan standarisasi Jaminan Produk Halal UD. Matrix Jaya Jember.
3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mendapatkan data-data dari dokumen-dokumen yang ada seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dengan demikian metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data yang diperlukan dalam penelitian ini.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi.⁷⁰ Dalam penelitian analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang telah diperoleh baik itu catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto.

⁷⁰ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 175-176.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman tahun 1984, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Kondensasi data

“Data condensation refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and transforming the data that appear in written-up field notes or transcription”.⁷¹ Dalam kondensasi data merujuk kepada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mentransformasi data yang terdapat pada catatan lapangan maupun transkrip dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. *Selecting*

Peneliti harus bertindak selektif, yaitu menentukan dimensi-dimensi mana yang lebih penting, hubungan-hubungan mana yang mungkin lebih bermakna, dan sebagai konsekuensinya, informasi apa

⁷¹ Matthew B. Miles, dkk, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, Edition 4* (USA: Sage Publications, 2019), 13.

yang dapat dikumpulkan dan dianalisis.⁷² Informasi-informasi yang dikumpulkan berhubungan strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui jaminan produk halal. Peneliti mengumpulkan seluruh informasi tersebut untuk memperkuat penelitian.

b. *Focusing*

Memfokuskan data merupakan bentuk pra-analisis. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan data yang berhubungan dengan fokus penelitian. Tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap seleksi data. Peneliti hanya membatasi data berdasarkan fokus penelitian, yaitu yang berhubungan dengan strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui jaminan produk halal.⁷³

c. *Abstracting*

Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang menjadi inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Pada tahap ini, data yang telah terkumpul dievaluasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan kecukupan data.⁷⁴ Data yang dievaluasi yaitu yang berhubungan dengan strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui jaminan produk halal.

d. *Simplifying dan Transforming*

Data dalam penelitian ini selanjutnya disederhanakan dan ditransformasikan dalam berbagai cara, yakni melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan data dalam satu

⁷² Ibid., 18.

⁷³ Ibid., 19.

⁷⁴ Ibid.

pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data display adalah kumpulan informasi yang terorganisir dan sistematis yang digunakan untuk penarikan kesimpulan dan aksi yang akan dilakukan selanjutnya.⁷⁵ Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, *pictgram* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif. Peneliti menyajikan data dalam penelitian ini dengan menggunakan uraian singkat yang dideskripsikan oleh peneliti dalam bentuk naratif dan menyajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh.

3. *Conclusion Drawing* atau *Verification* Atau Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.

⁷⁵ Ibid., 12.

Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang didapatkan dari lapangan tentang strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya Jember. Kesimpulan dari hasil analisis data yang telah didapatkan, dilakukan pengecekan ulang dengan kesesuaian data yang didapatkan di lapangan. Pengecekan ulang dari data yang diperoleh dilakukan dengan cara teknik perpanjangan keikutsertaan di mana peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai memperoleh data sebanyak-banyaknya. Dengan perpanjangan keikutsertaan maka pencatatan data yang dikumpulkan dapat ditingkatkan. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik keabsahan data untuk memperkuat kevalidan data yang peneliti punya yakni teknik ketekunan atau keajegan pengamatan.⁷⁶

F. Keabsahaan Data

Dalam sebuah penelitian keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*,

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 252-253

*transferability, dependability, dan confirmability.*⁷⁷ Sedangkan untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi. Untuk uji validasi data pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁷⁸

Alasan peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu untuk menguji data yang sudah didapat oleh peneliti, sudah valid atau sesuai belum dengan data yang peneliti cari untuk penelitiannya. Sehingga, data yang sudah di dapat perlu diuji menggunakan triangulasi.

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.⁷⁹

1. Tahap Pra Penelitian Lapangan

Ada enam tahap kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam tahapan ini ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami, yaitu etika penelitian.⁸⁰

a. Menyusun Rancangan Penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, mulai dari pengajuan judul kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yaitu Nikmatul Masruroh, M.E.I, menyusun matrik

⁷⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 321.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 274.

⁷⁹ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

⁸⁰ Moleong, *Metode*, 127.

penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing yaitu Nikmatul Masruroh, M.E.I, dan dilanjutkan menyusun proposal hingga seminar proposal.

b. Memilih Lapangan Penelitian

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertimbangkan teori substansif dan dengan mempelajari serta mendalami fokus dan rumusan masalah penelitian.⁸¹ Untuk itu lapangan penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu UD. Matrix Jaya Jember.

c. Menjajaki dan Menilai Lapangan

Setelah menyelesaikan perijinan, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang, lingkungan usaha, serta keseharian pemilik usaha. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam menggali data yang di butuhkan.

d. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Informan adalah orang alam pada latar penelitian. Fungsinya yaitu sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terhadap situasi dan kondisi latar penelitian. Pemanfaatan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terjangkau.

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2018), 128.

e. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Setelah semua selesai dari rancangan penelitian hingga memilih informan, langkah selanjutnya menyiapkan perlengkapan penelitian tidak hanya perlengkapan fisik akan tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan. Perlengkapan fisik yang perlu disiapkan yakni mulai dari menyiapkan kamera, alat perekam suara, buku catatan, alat tulis dan lainnya, selain itu persiapan yang perlu dilakukan ialah tentang jadwal yang mencakup waktu pelaksanaan dan kegiatan pelaksanaan.

f. Persoalan Etika Penelitian

Salah satu ciri utama penelitian kualitatif ialah orang sebagai alat atau sebagai instrument yang mengumpulkan data. Hal itu dilakukan dalam pengamatan berperan serta, wawancara mendalam, pengumpulan dokumen, foto, dan sebagainya...peneliti akan berhubungan dengan orang-orang, baik secara perseorangan maupun secara kelompok atau masyarakat, akan bergaul, hidup, dan merasakan serta menghayati bersama tata cara dan tata hidup dalam suatu latar penelitian. Pada orang-orang yang hidup dalam masyarakat itu biasanya ada sejumlah peraturan, norma agama, nilai sosial, hak dan nilai pribadi, adat, kebiasaan, tabu, dan semacamnya, yang hidup dan berada diantara mereka.⁸² Oleh karena itu hendaknya peneliti menyesuaikan diri serta membaju adat kebiasaan dan kebudayaannya.

⁸² Ibid., 134.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi UD. Matrix Jaya Jember untuk memperoleh data-data mengenai fokus penelitian yang dijadikan sebagai bahan kajian dalam penelitian. Tahap ini terdiri dari tiga tahap, yaitu:

a. Memahami Latar Penelitian dan Diri

Setelah memasuki pekerjaan di lapangan, peneliti perlu memahami latar dan keadaan dari UD. Matrix Jaya Jember, serta mempersiapkan diri untuk memasuki lapangan penelitian baik secara fisik maupun mental.

b. Memasuki Lapangan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti terjun ke lapangan penelitian yaitu UD. Matrix Jaya Jember.

c. Mengumpulkan Data

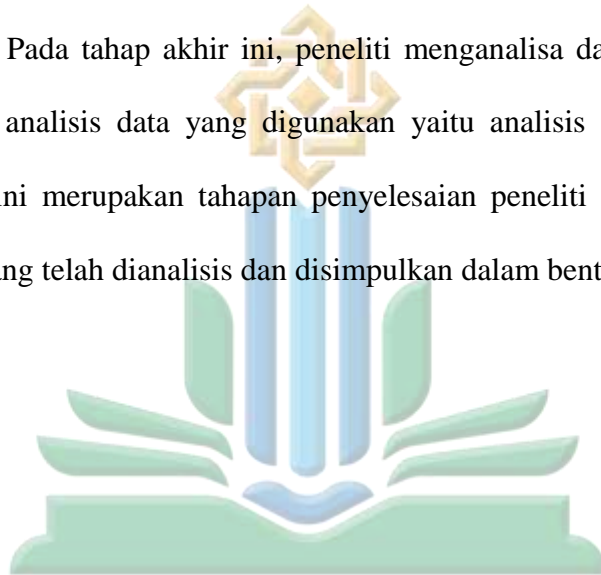
Setelah peneliti memahami latar penelitian dan terjun ke lapangan, peneliti mulai mengumpulkan data-data informasi mengenai strategi untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap standarisasi jaminan halal pada produk.

d. Tahap Analisis Data

Berdasarkan tahapan-tahapan yang telah dilakukan, maka tahap selanjutnya tahap analisa data yang terdiri dari mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Analisis data dilaksanakan langsung di lapangan bersama-sama dengan pengumpulan data. Proses

analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori, dan satuan uraian, sehingga dihasilkan suatu temuan atau simpulan yang sejalan dengan tujuan penelitian. Jadi, analisis data bermaksud untuk mengorganisasikan data, mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikan data yang diperoleh dari observasi, wawancara serta dokumentasi dari informan di tempat usaha UD. Matrix Jaya Jember.

Pada tahap akhir ini, peneliti menganalisa data sesuai dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan di tahap ini merupakan tahapan penyelesaian peneliti dalam menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah.



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya UD. Matrix Jaya Jember

UD. Matrix Jaya merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang industri makanan yang seringkali di temui di toko-toko offline maupun online, khususnya daerah Sumbersari Jember yaitu makanan ringan berbahan dasar ikan lele dengan berbagai jenis olahan. Selain itu, dengan berkembangnya waktu UD. Matrix Jaya juga mampu membuka cafe kecil untuk memperkenalkan produk olahan ikan lele dalam bentuk makanan basah. UD. Matrix Jaya didirikan oleh Ibu Lusia dan suaminya Anjar pada tahun 2014.

Pada awal mula usaha ini berdiri, kegiatan produksi masih belum sebanyak saat ini, melainkan hanya memproduksi beberapa item makanan basah yang penjualannya juga tidak dikemas secara profesional. Namun, seiring berkembangnya waktu usaha olahan ikan lele ini mengalami perkembangan, tepatnya sekitar tahun 2016.

Usaha ini merupakan hasil dari pemikiran yang tidak terduga yaitu akibat dari bingungnya menjual hasil budidaya lele yang dimiliki oleh Bapak Anjar. Akhirnya Ibu Lusi dibantu oleh Ibunya yaitu Ibu Ita membuat olahan lele hasil panen yang tidak dapat terjual dan terciptalah olahan nugget lele tersebut yang seiring waktu akhirnya berkembang menjadi olahan lainnya, sehingga hasil budidaya lele Bapak Anjar tidak

lagi diperuntukan untuk umum.

Setelah upaya panjang yang telah dilakukan oleh Ibu Lusi, akhirnya pada tahun 2018 Matrix Jaya memiliki sertifikat halal yang secara lain telah diperbolehkan untuk memasang label halal pada kemasan. Dampak dari label halal tersebut membuat Matrix Jaya lebih dikenal hingga pasar luar negeri dan menjadi lebih banyak mengikuti *event-event* yang diadakan dinas maupun yang diadakan bagi para penggiat UMKM.

2. Letak Geografis UD. Matrix Jaya Jember

Pada bagian ini dikemukakan tempat di mana situasi sosial tersebut akan diteliti. Misalnya di sekolah, perusahaan, lembaga pemerintah, jalan, rumah, dan lain-lain.⁸³ Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di UD. Matrix Jaya yang terletak di Jl. Letjend Sutoyo Gg. Matrix No. 19, Lingkungan Sumber Pak, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember. Lokasinya berada di gang Matrix dengan dengan PT. Supralita Mandiri.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi merupakan satu rangkaian yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan baik di perusahaan atau di lembaga organisasi tertentu. Setiap perusahaan atau organisasi pasti mempunyai visi dan misi dalam menjalankan pekerjaan berdasarkan panduan yang ditentukan oleh pimpinan organisasi.

⁸³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 292.

a. Visi UD. Matrix Jaya Jember

Mengenalkan produk-produk perikanan baik produk basah dan produk kering kepada masyarakat luas agar mau mengkonsumsi produk perikanan khususnya produk berbahan dasar ikan lele serta membantu program pemerintah akan gemar ikan.

b. Misi UD. Matrix Jaya Jember

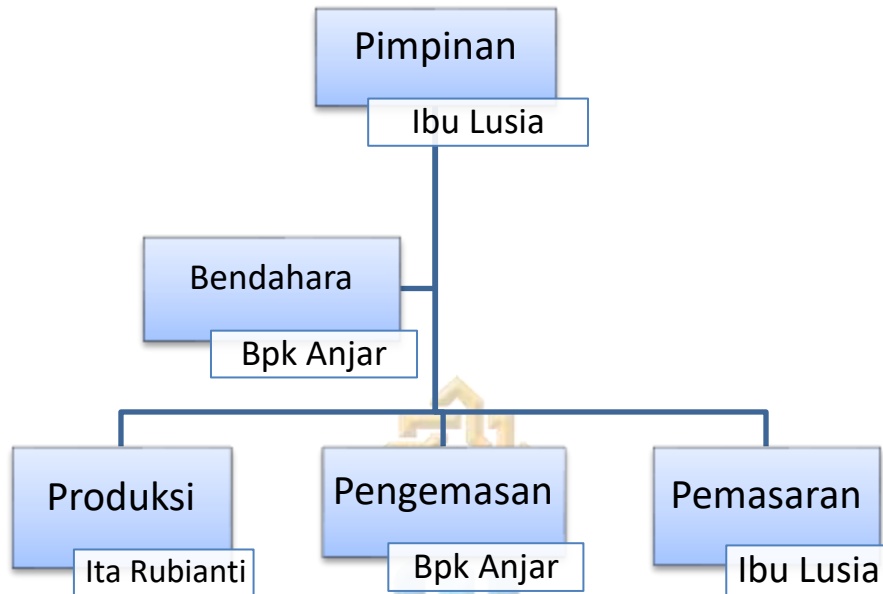
- 1) Membuat produk berbahan dasar ikan lele yang berkualitas bagus dari hasil budi daya ikan lele yang baik.
- 2) Menciptakan produk-produk baru berbahan dasar ikan lele agar lebih di gemari oleh masyarakat.
- 3) Memasarkan produk-produk berbahan dasar ikan lele melalui online agar lebih dikenal oleh masyarakat seluruh Indonesia.

4. Struktur Organisasi UD. Matrix Jaya Jember

Struktur organisasi merupakan hal penting yang harus ada dan berjalan secara jelas sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya dalam perusahaan. UD. Matrix Jaya memiliki struktur organisasi yang sederhana yaitu sebagai berikut:

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

Gambar 4.1
STRUKTUR UD. Matrix Jaya



Sumber: UD. Matrix Jaya

5. Deskripsi Jabatan

Berikut ini adalah penjelasan berupa *job description* struktur organisasi yang ada di dalam UD. Matrix Jaya:

a. Pimpinan

Yaitu orang yang memimpin UD. Matrix Jaya, pimpinan memiliki tugas dan tanggung jawab:

- 1) Melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan usaha Matrix Jaya;
- 2) Memutuskan dan menetapkan seluruh aturan dan kebijakan Matrix Jaya; dan
- 3) Memotivasi seluruh karyawan agar bekerja dan bertindak sesuai dengan tujuan perusahaan.

b. Bendahara

Yaitu orang yang memiliki tugas:

- 1) Melakukan transaksi pembayaran kepada pemasok;
- 2) Mencatat pengeluaran dan pemasukan kebutuhan sesuai dengan usaha UD. Matrix Jaya;
- 3) Bertanggung jawab atas seluruh biaya operasional yang dikeluarkan; dan
- 4) Memberi upah kepada seluruh karyawan.

c. Bagian Produksi

Bagian produksi memiliki tugas dan tanggung jawab melaksanakan seluruh kegiatan produksi olahan lele. Sebenarnya dalam hal produksi, Ibu Lusia juga ikut memegang tanggung jawab akan tetapi tanggung jawab secara penuh tetap diberikan kepada Ibu Ita dan beberapa karyawan lepas.

d. Bagian Pengemasan

Bagian pengemasan bertugas untuk mengemas seluruh produk dengan rapi dan terhindar dari kebocoran. Bagian pengemasan juga bertugas dalam memikirkan masalah pembaharuan kemasan agar semakin menarik minat pembeli.

e. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran di UD. Matrix Jaya tidak hanya dikerjakan oleh Ibu Lusi saja, akan tetapi Bapak Anjar juga mengambil peran dalam bagian pemasaran dengan meng-*upload* seluruh produk di berbagai

media sosial dan toko online yang dimiliki Matrix Jaya. Sedangkan Ibu Lusi bertugas untuk berfokus memasarkan produk melalui WA dan mengikuti berbagai macam pameran atau *event-event* yang melibatkan UMKM.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian merupakan proses mencari, menemukan dan dapat mendeskripsikan kembali hasil yang telah di peroleh dalam penelitian sehingga data menjadi valid dan dapat menguji teori-teori yang sudah ada, melalui prosedur penelitian sebelumnya yang sudah di jalankan oleh peneliti. Baik itu berupa laporan hasil observasi, wawancara dan perolehan data dari dokumentasi yang diperoleh peneliti selama di lapangan.

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisa data yang relevan, adapun penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti di lapangan, berikut strategi yang dilakukan Matrix Jaya dalam memenuhi standarisasi jaminan produk halal:

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lusua selaku pemilik UD.

Matrix Jaya menjelaskan bahwa:⁸⁴

⁸⁴ Lusua, *wawancara*, Sumbersari, 03 Maret 2021.

Saya ini awalnya hanya usaha ternak lele saja mbak. Tapi makin lama itu saya kok makin susah buat njual hasil ternak lelenya. Akhirnya saya coba olah itu lele yang sekiranya beda dari olahan biasanya. Lalu ibu saya itu nyarankan buat diambil dagingnya saja lalu dijadikan nugget. Setelah nugget saya mulai dikenal saya pingin merambah ke makanan ringan, ya namanya orang usaha pasti pingin tambah maju to mbak. Akhirnya saya dan ibu mulai belajar kira-kira lele itu bisa dijadikan apa saja ya, seperti itu. Alasan saya akhirnya merambah ke makanan ringan itu juga karena mau ngurus BPOM untuk nugget itu susah dan mahal mbak, jadi ya saya pas itu punyae hanya PIRT saja sedangkan pelanggan saya itu ada yang mulai tanya punya sertifikat BPOM atau sertifikat halal seperti itu. Saya itu sebelumnya nggak ngerti apa-apa masalah halal itu mbak. Ya saya ngerti kalau hanya masalah orang Islam dilarang memakan daging babi atau meminum alkohol. Tapi untuk aturan-aturan yang lain itu saya ndak ngerti apa-apa. Kan produk saya ini masih di bawah binaan Dinas Perikanan mbak, nah disitu saya mulai ikut pelatihan-pelatihan dan belajar bagaimana halal itu, apa saja larangannya, ya pokoknya kayak gitu lah. Sampek akhirnya ada beberapa UMKM itu dan saya salah satunya, ditemani atau istilahnya itu dibantu sama Dinas Perikanan untuk mendapatkan sertifikat halal seperti itu. Tapi ya gitu mbak, meskipun sudah dibantu itu tetep saja lama, soalnya kan prosesnya panjang juga jadi ya tetep ngikutin proses itu, nggak ada yang dikurangi atau di tambahi. Apalagi kita kan jauh ya di Jember, jadi mungkin juga lama di perjalanan atau apa gitu. Tapi sertifikat halal ini kan ada masanya mbak, jadi berlakunya kan hanya 2 tahun. Saya itu heran, untuk jangka waktu 2 tahun itu kan sebentar ya mbak, sedangkan saya dengar-dengar itu sekarang seluruh UMKM atau yang memiliki usaha apalagi usaha makanan gitu diupayakan harus pegang sertifikat halal, nah biayanya itu kan lumayan mbak, apalagi timnya itu datang dari surabaya, harus menyiapkan dana berapa itu sudah. Iya kalau kayak saya gini dapat kesempatan bisa dibiayai sama dinas, teman-teman saya yang lain itu gimana. Jadi ya mereka nggak terlalu peduli mbak sama sertifikat halal itu.

Bapak Anjar selaku suami serta memegang bagian pengemasan juga menambahkan bahwa:⁸⁵

Ya namanya itu kesempatan ya mbak, kita kan juga pingin usahanya lebih maju, jadi ya diikutin aja apa syarat-syarat yang diminta. Wah rumit tapi mbak, untungnya ada pelatihan-pelatihan itu, kalau enggak saya ndak yakin bakal selesai siapin berkas-berkasnya itu. Ini juga bisa dibilang tuntutan kita juga ya mbak, karena memang ada

⁸⁵ Anjar, *wawancara*, Sumbersari, 09 November 2021.

beberapa pelanggan itu apalagi yang biasanya pesan banyak atau untuk dijual lagi itu menanyakan masalah sertifikat halal itu. Cuman ya itu tadi, kenapa berlakunya itu hanya 2 tahun, menurut saya ya itu kurang lama ya mbak, apalagi untuk kita para UMKM.

Ibu Ita menambahkan:⁸⁶

Bisa jadi salah satu binaan dinas itu salah satu hal yang saya inginkan sejak pertama buka usaha ini mbak, ya karena dengan jadi binaan dinas itu kita bisa dapat lebih banyak ilmu, karena kan mereka sering mengadakan pelatihan-pelatihan gitu atau event-event, ya walaupun kadang memang kita sebagai binaan dinas itu disuruh jadi pembicara gitu pas lagi ada acara pemberdayaan masyarakat atau acara apa gitu, ya yang sesuai lah sama kita kan ini dinas perikanan jadi ya tentang itu dah, misal seperti kemaren saya habis jadi narsum di daerah puger sana. Ada lagi mbak, produk yang jadi binaan dinas itu biasanya juga selalu dibawa pas ada kurasi dimana gitu, bahkan bisa sampai luar negeri juga, kan dinas dibawah KKP otomatis binaannya juga dibawah KKP juga.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi utama UD. Matrix Jaya dalam memenuhi standarisasi jaminan produk halal ialah dengan cara mengupayakan memiliki sertifikat halal. Sebagai binaan dari Dinas Perikanan Kabupaten Jember, mendapat bantuan dalam memiliki sertifikat halal merupakan suatu keberuntungan bagi Matrix Jaya. Akan tetapi hal tersebut juga tidak menjadikan matrix jaya mendapatkan kemudahan dalam proses sertifikasi halal. Perjalanan yang telah dilakukan matrix jaya dalam mempersiapkan berkas-berkas hingga diterbitkannya sertifikat halal tidaklah mudah, perjalanan tersebut membutuhkan waktu lama. Beruntungnya sebagai binaan dinas perikanan kabupaten Jember, dinas perikanan memberikan banyak sekali pelatihan dan bantuan dalam mempersiapkan apa saja yang menjadi kendala dalam

⁸⁶ Lusiana, wawancara, Sumbersari, 03 Desember 2021.

mendapatkan sertifikat halal, mulai dari mengurus berkas-berkas hingga upaya yang harus dilakukan dalam memenuhi standarisasi produk halal. Melihat beberapa aturan yang tertera dalam syarat mendapatkan sertifikat halal dan syarat mempertahankan sertifikat halal. Berikut upaya yang dilakukan oleh Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya dalam memenuhi aturan-aturan tersebut.⁸⁷

a. Kebijakan Halal

Kebijakan halal adalah komitmen tertulis yang dibuat oleh perusahaan untuk menghasilkan produk halal secara konsisten.

Sebagaimana yang telah Ibu Lusi katakan sebelumnya:⁸⁸

Punya sertifikat halal ini kan sudah jadi keinginan saya mbak, cuman memang pas awal masih terkendala biaya jadi ya belum bisa, baru pas ada kesempatan dari dinas ini ya masak mau di sia-siain. Makanya setelah punya sertifikat halal ini ya komitmen buat ngehasilin produk yang sesuai kriteria bener-bener saya pegang. Jadi kalau misal samean tanya kebijakan halal saya ya jujur nggak ada, adanya ya hanya sertifikat halal itu saja yang tertulis dan yang dapat saya kasih tau.

Bapak Anjar juga menambahkan:⁸⁹

Iya mbak, kalau kita sendiri yang bikin kebijakan halal gitu nggak ada, adanya cuman sertifikat halal itu saja yang jadi patokan kita buat selalu hati-hati pas produksi. Lagian komitmen kita saya bisa bilang diselalu dipegang teguh mbak, karena kan gimana ya dengan bisa dapat fasilitas gratis buat ngurus sertifikat halal itu sudah sangat berarti buat kita.

Ibu Ita juga menanggapi sebagai berikut:⁹⁰

Saya kirang tau sih mbak, tapi kayanya memang hanya sertifikat halal itu saja sih ya yang bisa dibilang kebijakan tertulisnya,

⁸⁷ Lusua, *wawancara*, Sumbersari, 09 November 2021.

⁸⁸ Lusua, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

⁸⁹ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

⁹⁰ Ibu Ita, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

kalau misal kita yang bikin nggak ada, cuman kalau mengingatkan iya.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UD. Matrix Jaya tidak memiliki komitmen tertulis atas aturan menghasilkan produk halal secara konsisten, akan tetapi walaupun UD. Matrix Jaya tidak memiliki komitmen yang tertulis, UD. Matrix Jaya selalu memegang komitmen untuk menghasilkan produk halal sesuai kriteria yang ada dalam sistem jaminan halal.

b. Tim Manajemen Halal

Tim manajemen halal merupakan sekelompok orang yang bertanggung jawab dalam perencanaan, implementasi, evaluasi, dan perbaikan sistem jaminan halal pada perusahaan.

Sebagai mana dijelaskan oleh Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya Jember:⁹¹

Ya nggak punya kita mbak kalau itu, lagian kita ini kan hanya umkm mbak, orang saya pegawai tetap aja nggak punya lah gimana mau bentuk tim seperti itu, ya kita ini sudah timya. Cuman emang ndak tersusun dan tertulis aja, tapi kalau tugas tim itu seperti saling mengingatkan atau menegur ya bisalah kita dibilang tim. Soalnya kalau urusan mengingatkan atau negur gitu sudah biasa mbak, ya namanya manusia kadang kan ada nggak fokusnya atau capek atau apa, apalagi kita hampir semua dikerjakan sendiri jadi ya saling ingetin lah gitu mbak.

Hal tersebut diperkuat oleh Bapak Anjar selaku suami Ibu Lusi serta pegawai UD. Matrix Jaya:⁹²

Iya mbak bener, nggak punya kita kalau tim seperti itu, ya lagian gimana mau ada tim wong yang kerja ya ini saja, kita kan nggak ada pegawai tetap mbak. Tapi ya itu kalau saling mengingatkan

⁹¹ Lusia, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

⁹² Bapak Anjar, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

atau menegur sih iya, ya kadang kan lagi banyak pikiran atau capek jadi sedikit lalai gitu ya kita tegur atau kita ingatkan, ya seperti pas bersihkan ikan atau mesinnya jangan lupa dibersihkan, ya gitu-gitu sudah mbak.

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Ita:⁹³

Saya kurang tau ya kalau masalah tim itu tapi biasanya kalau sudah bahasa tim gitu kan didalamnya pasti ada beberapa orang nah sedangkan kita cuman bertiga gini, kita kan nggak punya pekerja tetap jadi ya gimana. Kalau tugas tim itu seperti mengingatkan dan menegur ya kita ini berarti tim namanya, hanya saja ndak tertulis gitu paling ya mbak.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tim manajemen halal di UD. Matrix Jaya memanglah tidak terbentuk atau tidak ada, akan tetapi jika tugas tim manajemen halal yang dimaksud seperti selalu berupaya untuk menghasilkan produk halal, memberi dukungan untuk selalu menghasilkan produk halal, menyediakan fasilitas dan sarana untuk menghasilkan produk halal, saling mengingatkan dan menegur, berarti UD. Matrix Jaya sudah melakukan tugas seperti tugas tim manajemen halal hanya saja tanpa ada pembentukan tim atau tertulis.

c. Pelatihan

Pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan dengan maksud meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap sehingga mencapai tingkat kompetensi yang diharapkan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Lusi:⁹⁴

Kalau pelatihan begitu disini ya nggak ada lah mbak, tapi kalau pelatihan yang diadakan dinas ada. Saya sering ikut kalau ada

⁹³ Ibu Ita, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

⁹⁴ Lusia, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

pelatihan di dinas, ya kan juga wajib lah ya apalagi yang dapet fasilitas sertifikat halal itu, pelatihannya lumayan sering. Kalau disini sendiri ya nggak ada mbak, kita kan juga nggak ada yang profesional gitu, maksudnya ya yang kerja kan ya kita-kita saja. Cuman emang kadang suami yang ikut pelatihan kalau misal saya nggak bisa atau kalau misal temanya lebih ke arah packaging gitu ya suami yang datang. Kadang ya mbak orang dari dinas itu yang datang kesini buat lihat proses produksi itu, tapi ya ndak sering.

Hal serupa dijelaskan oleh Bapak Anjar:⁹⁵

Iya mbak ya nggak ada kalau kita pelatihan kayak gitu, lagian kita aja pegawai nggak punya kok mau ada pelatihan segala. Ya kan kita ini apa toh mbak, sekedar pelaku umkm saja, tetep berproduksi dengan hasil maksimal aja sudah untung kok mau ambil karyawan banyak. Sudah cukup harian aja, jadi kerjanya pas lagi ada permintaan besar gitu. tapi kalau misal pelatihan di dinas gitu iya ikut, yang sering memang istri saya tapi kadang ya saya, kayak pelatihan pasca panen ikan atau mengenai ngepack produk gitu ya saya yang ikut. Lagian orang dinas juga kadang keliling gitu kan mbak ke umkm naungannya jadi ya itu sudah.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Ita:⁹⁶

Iya mbak nggak ada, lagian kita kan hanya ini saja yang kerja nggak ada orang luar, jadi ya nggak perlu juga sepertinya ya. Lagian dinas sudah sering ngadakan pelatihan gitu sepertinya, soalnya anak sama mantu saya itu sering ikut pelatihan gitu, malah kalau bu lusi itu kadang ke surabaya gitu, katanya ada pelatihan, ya tapi saya kurang tau itu pelatihan untuk apa. Cuman emang kalau mampir gitu orang dinasnya ya adalah berapa kali mbak, cuman ya nggak sering sama nggak nentu gitu jadwalnya, hanya dikasih tau harinya saja biasae atau tanya kapan pas produksi gitu baru kesini.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya di UD. Matrix Jaya sendiri memang tidak pernah ada pelatihan, akan tetapi jika pelatihan yang diadakan oleh dinas, Ibu Lusi sebagai pemilik UD. Matrix Jaya dan dibawah naungan dinas perikanan hampir tidak pernah

⁹⁵ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

⁹⁶ Ibu Ita, *wawancara*, Sumbersari, 03 Desember 2021.

absen untuk menghadiri pelatihan tersebut.

d. Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan untuk menghasilkan produk.

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ibu Lusi sebagai pemilik dari UD. Matrix Jaya berikut:⁹⁷

Untuk bahan-bahan baku yang saya gunakan ya sesuai standar yang diharuskan itu sudah mbak, untuk lele kan saya sudah budidaya sendiri ya, walaupun kadang kurang ya ada tempat langganan saya buat beli. Lalu untuk bahan lainnya itu dari dulu saya memang selalu pakai yang ada label halal nya, mulai dari tepung sampai minyak semua ada label halal nya. Ya beruntungnya itu juga menjadi salah satu yang memang sudah saya terapkan jadi saya ndak kaget lagi. Itu juga, waktu itu saya disuruh ganti kuas mentega itu disuruh pakai yang plastik atau silikon, jadi nggak boleh pakai yang bulu soalnya kan kita nggak tau itu bulu apa yang dipakai. Untuk kulit sumpia itu saya sempat kena protes mbak, ya suruh gantilah intinya. Saya itu dulu kulit sumpianya beli atau pesen di orang gitu mbak dan ternyata itu nggak boleh, saya hrusnya itu buat kulit sumpia sendiri, karena kan kalau beli memang nggak ada label halal nya ya terus kita kan ndak tau juga bahan yang dipakai menggunakan bahan berlabel halal apa tidak.

Mbak Hanif selaku PRT Ibu Lusi juga menambahkan:⁹⁸

Biasanya itu memang saya yang disuruh buat belanja mbak, kadang ya nemenin gitu. Ya gitu dah belanjanya bahan-bahan yang biasa ada di toko, sama aja kayak kalau bikin buat sendiri. Ya kan jualan juga kadang yang punya juga ikut makan jadi ya pasti mikir kalau mau pakai bahan, terus juga ini katanya kan ada apa itu harus yang sesuai gitu. Sekarang kan kayak minyak aja itu sudah banyak macamnya, jadi nggak harus pakai bimoli atau apa itu yang harganya segitu, ada minyak kemasan yang harganya ya lebih murah tapi tetap ada labelnya, wong minyaknya itu juga sama lek kata saya, warnanya juga bening nggak butek gitu. Iya mbak bener, nggak boleh kalau beli kulit lumpia yang sudah jadi, harus bikin sendiri. Dulu itu pernah

⁹⁷ Lusia, *wawancara*, Sumpersari, 09 November 2021.

⁹⁸ Hanif, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

sudah beli banyak ya ternyata pas ada apa itu seperti pemeriksaan itu gak boleh dipakai, jadinya ya dibuat yang lain itu kulit lumpianya. Yang saya tau itu aja seh mbak, sama ini masalah kuas juga pas itu disuruh ganti dan ya sudah pakai yang disuruh sekarang. Setau saya itu saja sih ya yang pernah di komplain, lagian saya itu kan nggak melulu ikutin gitu mbak, saya kan kerjanya bantu bersih-bersih rumah sama paling nanti kalau habis bikin-bikin ya saya yang bantu rapi-rapi.

Bapak Anjar selaku suami serta salah satu pemilik UD. Matrix

Jaya juga menambahkan:

Saya itu biasanya sebagian belanja bawang, pisang, tape, gitu-gitu mbak. Kan ini kami juga ada produk olahan lain gitu, kayak gatot, keripik tape, pisang sale, gitu wes pokoknya. Kadang juga kalo lele di kolam panen dikit ya saya yang belanja lele, pokok saya bagian belanja yg bahan dasar sama bumbu mentahnya gitu. Biasanya ya bareng kalau belanja, kadang ya sendirian, kalau kayak minyak, tepung, mentega, gitu kan bisa tahan lama ya karena kan sudah ada tanggal kadaluarsanya jadi bisa tau jadi kalau belanja bisa sambil nyetok, tapi kalau kayak pisang, tape, bawang gitu kan bisa bosok gitulah jadi ya gabisa langsung belanja banyak gitu. Sama ini mbak, saya juga kadang sebagian beli kuas, pelastik buat packing, toples, yang gitu-gitu sudah. Kalau kayak kuas kan emang ada ketentuan harus yang dari silikon gak boleh yang bulu, kalau plastik sama toples buat packing ya ada tempat yang biasa kami beli, kalau itu kan asal masih baru nggak ada masalah sih mbak, gitu aja kayaknya kalau masalah belanja. Untuk masalah kulit sumpia itu emang pas awal pernah kena tegur mbak, ternyata lebih baik suruh bikin sendiri, karena kan kalau beli yang kiloan di pasar itu emang nggak ada label halal nya ya mbak, jangankan itu merknya aja nggak ada, jadi selama belum ada kulit sumpia yang ada label halal nya ya kita bikin sendiri.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Ita selaku pegawai UD.

Matrix Jaya:⁹⁹

Kalau saya pekerjaannya kan emang lebih ke produksi mbak, jadi masalah belanja begitu ya terima beres. Tapi memang iya kalau masalah kulit sumpia itu ternyata harus bikin sendiri, ya gimana namanya juga usahanya pingin maju ya ikutin aja sudah apa yang

⁹⁹ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpiasari, 11 Desember 2021.

disuruh selama itu masih bisa dilakukan. Akhirnya ya mulai produksi kuliat sumpia juga, awalnya ya saya juga seh yang bikin adonannya sama yang nyitak, soalnya kan buat tau ketebalan sama biar nggak bolong gitu nanti pas diiket, lama-lama ya bu lusi sama pekerja yang lain yang bikin.

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa bahan-bahan dasar yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya sudah memenuhi ketentuan dari standarisasi jaminan produk halal yang telah ditetapkan oleh badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan MUI. Apalagi bahan baku atau bahan dasar yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya juga merupakan bahan yang mudah ditemui dan biasa dikonsumsi oleh masyarakat luas. Berikut merupakan bahan baku yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya dalam membuat abon lele sebagai bahan utama dari segala produk yang dihasilkan UD. Matrix Jaya:

1). Bahan Baku Abon Lele

- a) Ikan lele
- b) Empon-empon/bumbu genap
- c) Daun salam
- d) Daun jeruk
- e) Ketumbar
- f) Merica
- g) Santan
- h) Minyak goreng

2).Bahan Baku Kulit Sumpia

- a) Tepung terigu
- b) Tepung beras
- c) Baking powder
- d) Minyak goreng

e. Bahan Tambahan

Bahan tambahan atau additive yakni bahan yang digunakan untuk meningkatkan sifat produk.

Ibu Lusi sebagai pemilik dari Matrix Jaya menambahkan:¹⁰⁰

Bahan tambahan itu yang seperti msg gitu ta mbak, ya pakai saya kok, tapi saya pakainya bukan msg kalau buat abon, tapi kaldu jamur, kadang apa rayco itu, kalau msg nggak, sama garam gula pastinya. Dan yang pasti itu semua sudah ada label halal nya mbak, sekarang kan itu udah jadi bumbu dapur semua orang yang dipakai setiap hari, pilihannya juga banyak dipasar dari yang murah sampek yang mahal, udah gitu sudah ada label halal nya lagi, jadi ya nggak meribetkan atau bagaimana. Apalagi ya, mentega itu masuk ndak mbak, saya juga pakai itu yang blue band kalo nggak yang palmia itu, dan sudah pasti itu ada label halal nya mbak.

Mbak Hanif sebagai pembantu rumah tangga yang bekerja di tempat Ibu Lusi juga menambahkan:¹⁰¹

Kalau itu setau saya iya pake mbak, ibu itu juga kalau belanja selalu ada penyedap rasa sama kaldu jamur itu. Lagian kan ini jualan juga ya mbak, kayak nggak enak pasti kalau nggak ada penyedap rasanya. Kalau buat logo halal, ya pasti ada lah mbak, itukan semua orang juga pakai, saya juga selalu pakai, dan setauku semua produk yang kayak gitu meskipun merk beda pasti ada logo halal nya mbak.

¹⁰⁰ Lusia, *wawancara*, Sumpiasari, 11 Desember 2021.

¹⁰¹ Hanif, *wawancara*, Sumpiasari, 11 Desember 2021.

Ibu Ita juga menambahkan:¹⁰²

Iya pakai lah mbak, itukan nambah rasa juga ke abon sama produk yang lain yang dibikin, apalagi ini buat dijual, kalau rasanya kurang sedep itu rasane kok ya gimana gitu. Cuman kalau micin emang saya ndak pakai mbak, biasanya saya pakai royco sama kaldu jamur itu, buat bikin abon saya pakainya kaldu jamur, baru kalau kayak stick lele, stick duri, widaran, yang gitu-gitu saya pakai royco mbak sama pakai mentega juga. Kalau masalah label halalnya sepertinya pasti ada ya mbak, lagian yang biasa dipakai juga udah terkenal di pasaran, hampir semua orang juga pasti pakai produk ini, ya meskipun mungkin merknya beda tapi setau saya semua merk sudah ada label halalnya e mbak.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasannya bahan-bahan tambahan yang digunakan dalam proses pembuatan produk UD. Matrix Jaya sudah sesuai dengan kriteria Sisjem Jaminan Halal yang telah ditetapkan oleh MUI. Bahan dasar untuk membuat kulit sumpia juga menggunakan bahan-bahan yang telah berlabel halal dan banyak dijumpai di pasaran sehingga sudah dipastikan sesuai dengan kriteria yang diharuskan oleh penilai. Berikut bahan tambahan yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya pada campuran produknya:

- 1) Penyedap rasa
- 2) Kaldu jamur
- 3) Mentega/margarin
- 4) Garam
- 5) Gula

¹⁰² Ibu Ita, wawancara, Sumpiasari, 11 Desember 2021.

f. Proses Produksi

Proses produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang paling penting dalam pelaksanaan produksi disuatu perusahaan. Hal ini karena proses produksi merupakan cara, metode, maupun teknik bagaimana kegiatan produksi terlaksana.

Ibu Ita selaku orang yang memiliki kewajiban dalam proses produksi menjelaskan:¹⁰³

Untuk masalah produksi itu bisa dibilang saya yang jadi koki utamanya mbak, karena ya memang saya yang mengelola, yang racik bumbunya juga saya, yang bikin abon juga saya. pokok saya itu mulai kerjanya kalau semua bahan sudah siap, jadi tinggal masaknya gitu baru bagian saya. Dulu itu awal-awal saya coba bikin nugget lele, karena pas itu menantu saya kan ternak lele tapi bingung mau dikirim kemana, yang beli kerumah juga nggak banyak banget sedangkan lelenya berkembang biak terus, jadi saya coba olah gitu daginnya karena cucu saya itu nggak mau makan lele, katanya bentuknya jelek, pas pertama saya olah saya coba bikin nugget karena kan anak-anak biasanya suka kalo sama nugget gitu. Sudah dari coba bikin nugget ternyata sukses, lalu sama bu lusi itu coba ditawarkan ke temennya, makin lama makin banyak yang pesen kan, habis itu saya coba bikin olahan lain, akhirnya saya bikin abon dari lele. Butuh beberapa kali percobaan sampai saya nemuin rasa yang pas dan cara yang nggak ribet buat bikin abon ini mbak. Nah dari situ akhirnya jadilah macam-macam olahan lele, sebenarnya bisa dikatakan olahan yang menggunakan abon ikan lele begitu. Untuk proses produksi itu sendiri kan tadi saya sudah bilang kalau bahan-bahan sudah ada yang menyiapkan itu bu lusi kalau banyak pesanan baru panggil karyawan lepas, sudah bahan semua siap tinggal saya olah, kayak nyiapin buat bumbu bikin abonnya, seperti bawang putih, bawang merah, kemiri, kunyit, cabe merah kering, ketumbar, lada, serai, jahe, salam, itu saja kayanya ya, lalu untuk lelenya kan sudah dibersihkan dan di lumuri perasan jeruk terus didiemin itu, habis itu setelah 30 menit lelenya di kukus, sama kasih daun jeruk pas ngukusnya, gunanya perasan jeruk sama daun jeruk pas ngukus itu biar ndak bau gitu mbak. Sambil kukusan lelenya matang, saya bikin bumbu halus dari

¹⁰³ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpersari, 04 Desember 2021.

bahan-bahan yang sudah disiapkan itu. Setelah bumbu halusnya jadi, dan bu lusi yang hancurin daging lelenya selesai, baru saya tumis bumbu halusnya sampai harumnya kerasa setelah itu masukin daging lele yang udah dihaluskan itu terus di aduk aja sampai bumbunya merata sampe mateng wes mbak pokoknya. Disini kan juga jual abon lelenya ya mbak, nah itu ndak saya pake spinner buat hilangin minyaknya, saya itu kalau bikin abonnya lama banget jadi sampe bener-bener kering nggak berminyak gitu jadi bener-bener mateng. Makanya harga abonnya lumayan mahal, dan bikin abon itu saya cuman bisa 3 sampai 9 kg perharinya. Lalu sudah abon itu jadi bahan campuran di semua produk, seperti contohnya bikin stik lele, ya tinggal dikasih campuran abon aja ke adonan ldrangnya pas bikin, terus kayak sumpia ikat, ya tinggal diisikan abon lelenya saja, kulit sumpianya kan sudah selalu nyetok mbak, sepertinya gitu saja sih mbak.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu

Lusi sebagai berikut:

Ya gitu memang mbak, bikin abon lelenya itu jadi tugas mama saya, karena kan memang mama saya yang awalnya coba-coba ngolah lele itu. Saya itu seringnya kebagian belanja, mbeseti lele kalau misal mau produksi yang nggak banyak, sama yang bagian jualan sudah. Oh kadang ini, kalau kayak sumpia ikat, atau stik lele gitu saya yang bagian gorengnya, pokok kalau bagian yang bikinnya itu ya bagian mama saya, kayak bikin adonan ldrangya, atau bikin adonan lidah kucing, itu semua mama yang bikin, tapi itu juga yang nggiling mesin ya mbak, mama saya itu cuman yang naker masuk-masukin bahan sampai nyetaknya, setelah itu ya jadi bagian saya semua, baru kalau misal ada permintaan banyak biasanya saya panggil orang. Itu juga biasanya saya panggilnya cuman buat mbeseti lele aja, sama buat bikin sumpia ikat itu aja mbak. Karena kan mbeseti lele itu ribet mbak, keteteran saya kalau pas banyak pesenan gitu. Saya itu maksimal sehari cuman bisa 30kg buat mbeseti lele sendiri, sedangkan 15kg lele itu cuman jadi 3kg abon saja. Itu abonnya belum kalau ada yang pesan banyak, sedangkan untuk isian sumpia ikat, campuran pembuatan bidaran, lidah kucing dan stick lele itu saya juga pakai abonnya. Jadi kalau manggil karyawan lepas kan saya sehari itu bisa sampai 45-60kg. Makanya mbak harga abon saya sendiri itu lumayan mahal karena ya itu, prosesnya berat dan lama. Saya itu sistem upahnya perkilo mbak, jadi mbeseti lele perkilo itu saya kasih 3 ribu, kalau buat sumpia ikat itu per-pack, per-pack itu saya kasih upah

5 ribu. Setelah di beseti itu juga nggak ditinggal gitu aja kan mbak, masih harus dikasih perasan jeruk biar bau gaenaknya itu hilang, terus setelah itu saya bantu siapin mama buat bumbu abonnya, terus masih ngukus lelenya, setelah di kukus mash hancurin dagingnya itu, udah selesai tugas saya. Itu biasanya kalau stok abon habis ya seharian itu bikin abon saja mbak, baru kalau misal stok abon sudah mencukupi, bikin prodaknya baru kita. Kalau pas bikin produk juga gitu, saya yang siapin bahan-bahan dari bahan adonan sampai loyangnya, minyaknya, wajannya, manasin oven, itu semua saya yang siapin, baru sudah mama saya mulai bikin adonannya. Nanti baru setelah adonan jadi saya bantu goreng-goreng gitu mbak, tapi kalau bagian lidang kucing itu biasanya saya nggak bantu, karena kan masih nyitak dulu ya sebelum dimasukin oven itu, jadi saya yang bagian gorengnya. Kalau kayak stick, sumpia ikat, bidaran, itu saya ya pakai spinner mbak buat hilangin minyaknya itu, biar renyah juga kan sama biar tahan lama juga.

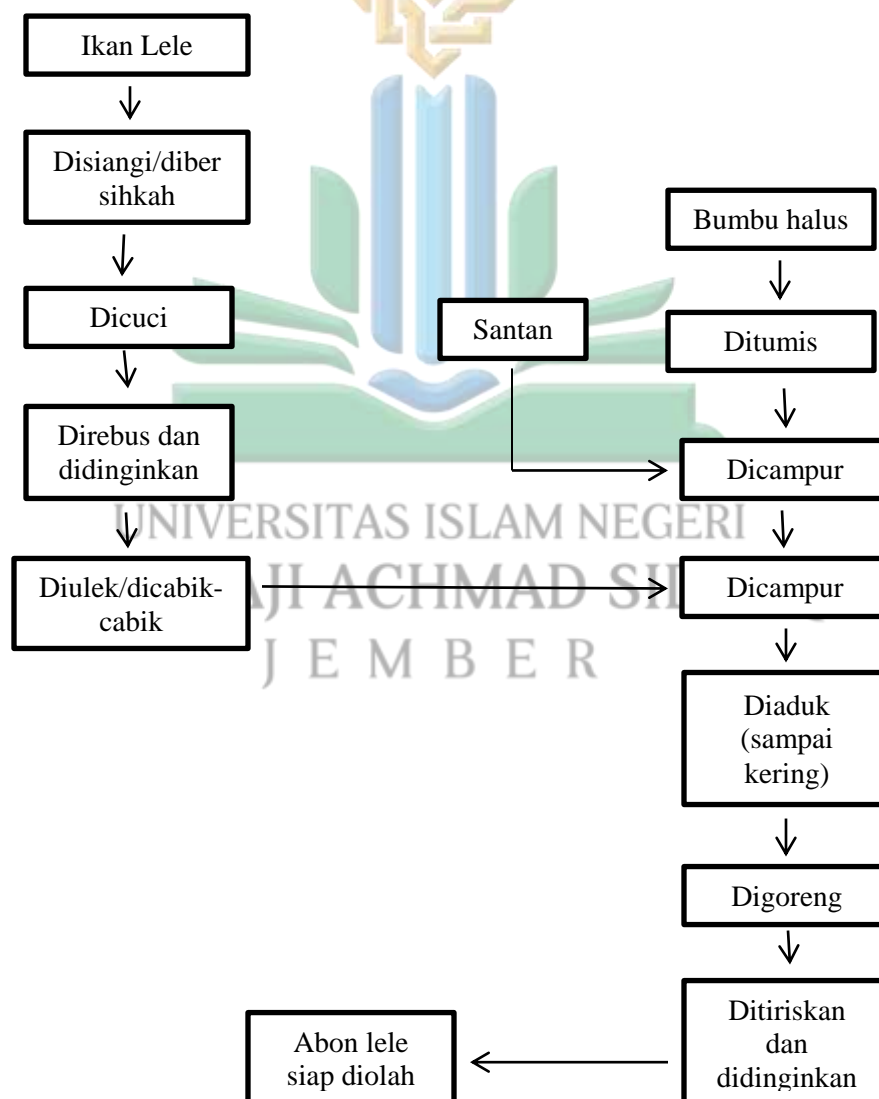
Pernyataan tersebut juga dibenarkan oleh salah satu karyawan lepas Matrix Jaya berikut:¹⁰⁴

Nggeh mbak, saya itu paling dipanggil nek pas ada pesenan banyak aja, yo mergane kan angel tho mbak mbeseti lele iku, apalagi nek tangane sek gak terbiasa, yo tambah suwi marine. Aku iku iso sampek 45kg sedino gae mbeseti lele ae, ya nek sek belum capek iku bisa sampe dapet 60kg sehari. Kadang aku dewean mbak, tapi kalo keburu ngunu biasanya ngajak teman. Ya nek ngomongi najis ngunu insyallah ngerti aku mbak, kan yo wes biasa kudu resik nek mau masak. Dadi kayak masalah kudu pakai wadah berbeda gae lele seng wes di beseti, terus wadah gae tulange kae, wadah gae sampah kepala lelene ngunu aku wes paham buat membedakan. Terus pisau seng tak gae kudu landep, nek wes mari kabeh nyucine yo kudu di air yang mengalir. Yo kan sama to mbak karo nek masak sehari-hari. Untunge pisan walaupun bu Lusi iki kristen tapi gak ndue anjing ngunu, terus beberapa kali aku diceluk yo gak pernah nemuni pas lagi ngiris-ngiris daging haram kae. Pisau ya enek khusus gae mbeseti lele ini, malah kadang aku bawa pisau dewe, soale kan wes enak cekelane di tanganku.

¹⁰⁴ Ibu Akbar, *wawancara*, Sumbersari, 10 November 2021.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa proses produksi yang terjadi pada UD. Matrix Jaya sudah sesuai dengan kriteria sistem jaminan halal, meskipun UD. Matrix Jaya hanyalah umkm kecil yang tidak memiliki karyawan tetap akan tetapi komitmen UD. Matrix Jaya dalam menghasilkan produk halal tidaklah main-main, terbukti dengan mereka dapat mempertahankan kepemilikan sertifikat halal hingga batas penggunaan selesai.

Gambar 4.2
Proses Pembuatan Abon Lele



g. Penanganan Produk Yang Tidak Memenuhi Kriteria

Perusahaan wajib memiliki prosedur tertulis tentang penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria. Produk tersebut tidak boleh terjual ke konsumen dan harus dimusnahkan.

Berikut wawancara dengan bapak Anjar selaku bagian pengemasan sekaligus sebagai pengantar pesanan juga menjelaskan:¹⁰⁵

Bagian saya itu kan pengemasan sama nganter pesenan itu mbak, ya kalau pengemasan gitu ngerti lah saya. Ya misal kudu rapet, terus kalau yang di pres gitu dilihat bocor apa tidak, soalnya kan kalau bocor bisa ayem dan jadi basi kan nantinya. Lalu untuk nganter pesenan ya juga gitu, kendaraan yang saya pakai bersih apa ndak, terus tempatnya basah apa ndak, ya untungnya itu saya nggak punya hewan peliharaan jadi aman. Itu aja sih yang selalu tak lihat.

Hasil wawancara dengan Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya:¹⁰⁶

Kalau itu kadang saya juga ikut ngecek mbak, tapi hampir selalu suami yang pegang, karena kan itu emang tugas dia, baru kalau sebelum di pack itu kayak abon atau snacknya yang ternyata masih berminyak banget gitu saya yang tangani, karena kan kalo abonnya nggak bener-bener keset itu cepet bau mbak, rasanya juga jadi beda gitu, selebihnya ya suami bagian ngepack sama pastiin barang yang mau dianter sudah sesuai dan aman, begitu.

Mbak hanif selaku pekerja di kediaman Ibu Lusi menambahkan:¹⁰⁷

Kalau saya itu sebenarnya kan cuman bersih-bersih rumah tugasnya itu mbak, cuman kadang memang diminta buat bantu ngepack gitu kalau misal nggak lagi ikut ibu belanja, ya saya sih biasanya bantu masukin snacknya ke bungkusnya gitu mbak, nah yang apa itu njilid itu ya Pak Anjar, jadi yang ngecek-ngecek itu bapak baru ntar biasanya pas mau dipaketin gitu kan sambil di

¹⁰⁵ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 09 November 2021.

¹⁰⁶ Lusua, *wawancara*, Sumpersari, 09 November 2021.

¹⁰⁷ Mbak Hanif, *wawancara*, Sumpersari, 09 November 2021.

cek nah akla misal ternyata ada yang bocor atau gimana ya diganti sama yang lain.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya penanganan produk yang tidak sesuai kriteria di UD. Matrix Jaya telah mereka jaga sebaik mungkin. Mereka juga tidak pernah membuat produk secara berlebih yang sekiranya akan mendapat sisa, sehingga tidak pernah ada yang namanya daur ulang produk atau memproses ulang produk sisa tersebut.

h. Prosedur Tertulis Kegiatan Kritis

Aktivitas kritis merupakan seluruh aktivitas yang dapat memberi pengaruh terhadap kehalalan sebuah produk. Perusahaan pun harus memiliki prosedur tertulis tentang pelaksanaan aktivitas kritis yang dimaksud.

Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya Menjelaskan:¹⁰⁸

Ini kan saya juga ada laporan mbak buat ke dinas sama kalau ada tim audit datang, puji tuhan saya selalu sesuai kok nyatetnya. Kalau misal ada nambah bahan baru gitu biasanya saya tanya dulu ke orang dinas, misal ada yang mau diganti atau gimana gitu. Terus kalau kayak kebersihan mesin ya bisa dibilang saya jaga banget lah mbak, ya kan harganya mesin itu ndka murah ya jadi kalau mau awet ya perawatannya juga harus yang bagus, saya itu selalu kalau habis dipake ya langsung di bersihkan biar ndak neyengen mbak. Kalau minyak untuk penyimpanan stok produk kan ada ruangan sendiri itupun naruhnya di rak bukan dilantai gitu, terus buat nganter produk kan ini saya banyakan online ya jadi ya dibungkusnya yang rapet gitu lah, udah gitu aja kayae mbak.

Mbak Hanif selaku pekerja rumah tangga di kediaman Ibu Lusi

¹⁰⁸ Ibu Lusi, wawancara, Sumbersari, 03 Desember 2021.

menambahkan:¹⁰⁹

Ya gitu mbak, saya kan biasanya yang bantuin packing, ya dipackingnya yang serapet mungkin biar nggak apa itu namanya, ya pokoknya yang sekiranya rapet ndak nyisa tempat gitu, terus luarnya masih dibungkus rapet. Pokoknya packingnya bagus wes mbak, ndak cuman kresek gitu aja.

Bapak Anjar menambahkan:¹¹⁰

Ya sebenarnya gitu-gitu aja kan mbak, kalau mau mesinnya awet harus rajin bersihkan, mau dapat komentar bagus ya kalau packing kudu bagus, jadi aslinya semua kan balik lagi kita pinginnya gimana. Cuman kalau mesin emang bagian saya yang bersihkan, setiap habis produksi itu selalu saya bersihkan, kalau misal ada yang butuh dicuci ya tak cuci, kalau nggak ya diserbet aja mbak, biar ndak karaten itu kan, ya biar awet juga kemesin. Kalau misal pesenan banyak yang harus dianter sendiri ya ada mobil itu juga tertutup kan bukan mobi pick up gitu, ya lagian pasti kan di packing di box dulu ndak langsung ditaruh di mobil gitu, ya aman lah mbak seharusnya.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa aktivitas diluar produksi yang ada pada UD. Matrix Jaya sesuai dengan kriteria produk halal, yang artinya tidak ada aktivitas diluar produksi yang dapat memengaruhi status kehalalan produknya. UD. Matrix Jaya sangat menjaga kehalalan produk dari masih membeli bahan mentah hingga produk sampai kepada pelanggan.

i. Audit Internal

Audit internal dilakukan setidaknya sebanyak dua kali dalam satu tahun oleh auditor internal yang independen dan kompeten. Hasil dari audit internal biasanya disampaikan ke LPPOM MUI dalam bentuk laporan secara berkala.

¹⁰⁹ Mbak Hanif, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

¹¹⁰ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

Hasil wawancara dengan Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix

Jaya:¹¹¹

Ya nggak ada to mbak, lah gimana ada audit internal orang pegawai aja saya kan ndak punya, lagian itu kan ndak diwajibkan jadi ya ndak masalah sih setau saya. Baru memang yang ngajukan sertifikat halal sekarang ini saya harus punya penyelia halal tapi itupun juga bukan audit internal ya, iya nggak ada mbak, lagian selama ndak dipermasalahin ya sudah saya nggak pernah mikir sampe kesana.

Hasil wawancara dengan Bapak Anjar selaku pegawai UD.

Matrix Jaya:¹¹²

Audit internal itu maksudnya orang yang kerja disini cuman tugasnya nge-audit gitu ta mbak. Kalau yang gitu ya nggak ada mbak, kita ndak punya audit internal, lah kan samean tau kita gaada pegawai tetap, cuman kalau audit yang dari surabaya gitu kadang datang, apa itu auditor halal itu ya, ya itu aja sih. Lagian ini kan nggak jadi masalah, ya sudah ngapain dipikir.

Ibu Ita menambahkan:

Nggak ada mbak, ya mungkin udah dijawab sama bu lusi, selama ini nggak jadi masalah yasudah ngapain dipikir, lagian usaha kecil begini masa juga harus ada begitu mbak.

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya UD.

Matrix Jaya hingga saat ini tidak memiliki audit internal. Melihat dari aturan yang sepertinya juga tidak menjadikan UD. Matrix Jaya kehilangan sertifikat halal karena tidak memiliki audit internal, maka hal tersebut menjadi sesuatu yang tidak pernah terpikirkan oleh Ibu Lusi sebagai pemilik UD. Matrix Jaya untuk memiliki audit internal.

¹¹¹ Lusia, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

¹¹² Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

j. Proses Manajerial

Proses manajemen adalah daur beberapa gugusan kegiatan dasar yang didalam manajemen secara umum, yaitu proses perencanaan, proses pengorganisasian, proses pelaksanaan, dan proses pengendalian dalam rangka mencapai suatu tujuan secara ekonomis.

Hasil wawancara dengan Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix jaya menjelaskan:¹¹³

Ya sampean ngerti sendiri lah mbak, saya itu sistemnya lebih ke kekeluargaan. Bukannya gimana ya tapi memang nggak nutut mbak kalau harus pake karyawan tetap, jadi ya itu saya ambil karyawan lepas aja kalau memang sudah butuh banget, jadi selama saya bisa kerjakan sendiri ya saya kerjakan sendiri bareng suami dan mama saya. saya memang sebagai pemilik dari usaha ini, tapi saya juga bisa bantu di semua kerjaan, cuman memang kalau lagi ada acara seperti event-event atau pelatihan yang mengharuskan saya hadir ya baru pekerjaan saya diambil alih sama suami. Makanya bagian produksi itu saya kasih wewenang penuh ke mama saya mbak, karena kan saya gabisa selalu ditempat, jadi kadang yang panggil karyawan lepas atau gimana ya mama saya itu sudah.

Suami Ibu Lusi yaitu Bapak Anjar yang juga sebagai pemilik UD. Matrix Jaya menambahkan:¹¹⁴

Ya gimana mbak, kita kan ini juga usaha kecil ya, produksi banyaknya juga lebih sering kalau ada pesanan gitu, jadi ngapain cari karyawan, ya sebenarnya butuh, tapi kan kalau ada karyawan juga harus mikirin cara bayarnya, masih harus ngasih makan, sedangkan kita makan ya apa adanya sudah, kalau ada karyawan kan nggak bisa gitu mbak, kalau harus beli makan diluar juga ada harga, jadi ya kerjakan sendiri aja, baru kalau sudah keteteran ya mau nggak mau harus panggil orang. Gitu aja sih mbak, kadang ya itu saudara-saudara saya sering kesini buat bantu, kebetulan saudara-saudara saya juga lumayan banyak yang muslim dan pada resikan kalau kata orang dulu jadi saya seneng kalok pas mereka ke sini.

¹¹³ Lusua, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

¹¹⁴ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

Ibu Ita juga menambahkan:¹¹⁵

Saya itu cuman bantu mbak, gimana ya namanya anak sama mantu mau buat usaha terus saya juga bisa ngolahnya, tenaga saya juga masih kuat, daripada saya nggak ngapa-ngapain malah bikin badan saya sakit semua ya mending ikut jalalij usaha ini bareng-bareng, toh hasilnya saya juga dapat. Cuman saya memang kadang yang lebih dulu minta bantuan kalo misal lagi bikin abon banyak atau bikin adonan banyak gitu, kadang saya juga suruh panggil orang saja, kan bu lusi juga harus ngurusin yang lain. Ya pokoknya dikelola bersama buat bersama gitu aja sudah.

Dari wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem manajerial yang ada pada UD. Matrix Jaya dibentuk sesuai dengan anggota keluarga itu sendiri, UD. Matrix Jaya lebih memilih mengurus usahanya secara internal sehingga keputusan-keputusan yang mereka ambil selama ini juga benar-benar tidak ada campur tangan dari eksternal. Untuk masalah strategi pemenuhan standarisasi jaminan produk halal yang dilakukan oleh UD. Matrix Jaya kurang lebih sudah sesuai dengan ketentuan dalam sistem jaminan halal yang sudah ada, dan sudah memenuhi persyaratan dalam sistem jaminan halal. Oleh sebab itu, selama dua tahun memiliki sertifikat halal, UD. Matrix jaya tidak merasa keberatan akan aturan-aturan yang harus dilakukan dan UD. Matrix Jaya dapat mempertahankan kepemilikan sertifikat halal hingga habis masa penggunaannya.

¹¹⁵ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpersari, 03 Desember 2021.

2. Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember

Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu hubungan, baik itu yang terjadi antar pihak atau lebih. Dalam bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama karena kepercayaan merupakan peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan. Kepercayaan yang dimiliki pelanggan merupakan salah satu keyakinan individu bahwasanya orang atau perusahaan yang dipercaya akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik sesuai yang diharapkan. Berikut beberapa strategi UD. Matrix Jaya Jember dalam membangun dan memperoleh kepercayaan pelanggan:

a. Integritas

Sebagai mana dijelaskan oleh Ibu Lusi selaku pemilik UD.

Matrix Jaya:¹¹⁶

Menurut saya konsisten itu perlu banget mbak, karna nggak mudah buat konsisten itu, apalagi saya kan non-muslim ya, ya ngerti najis, haram, dosa gitu ngerti tapi kan ya gimana ya beda lah mbak pokoknya, jadi pas awal itu jujur nggak mudah buat saya konsisten dan jujur. Tapi balik lagi, ya meskipun mungkin dosa yang samean pahami sama yang saya pahami itu beda tapi saya ndak berani makan omongan sendiri mbak, saya kan sudah serius dari awal mau produknya lebih dikenal, salah satu caranya ya dengan punya sertifikat halal jadi ya saya harus konsisten sama aturan yang harus saya jalani, gitu kan mbak. Jadi banyak hal yang harus saya jalani secara konsisten salah satunya demi mempertahankan kepercayaan pelanggan saya tentunya.

Hal serupa dijelaskan oleh Bapak Anjar selaku suami dari Ibu

Lusi:¹¹⁷

¹¹⁶ Lusia, *wawancara*, Sumbersari, 11 Desember 2021.

Bener mbak, konsisten itu nggak gampang, iya kalau kayak kerja di kantor yang memang jam masuk sama jam pulang sudah dijadwal atau kalau kita ngikut orang dan ngerjakannya sesuai yang disuruh ya itu mudah karena kan sudah tugasnya gitu, kendalinya bukan ada di kita. Lah kalau ini kan kita yang jalanin, kita yang pegang kendalinya jadi kalau hati kita sudah goyang yasudah selesai mbak, makanya itu puji tuhan kita bisa konsisten sampai saat ini. Ya semoga juga dengan kita selalu konsisten kita dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan kita dan membangun kepercayaan pelanggan lainnya terhadap produk kita.

Pernyataan pendukung disampaikan oleh Ibu Ita:¹¹⁸

Kalau saya itu ngikut mbak, pokok ikutin perintah aja sudah, tapi memang juga perlu untuk konsisten ngikutin perintah, ya kalau saya kan sudah tua mbak, namanya orang tua itu kadang maunya sendiri, kadang teledor juga jadi ya saya butuh juga buat selalu konsisten dalam mengelola produknya. Cara saya konsisten gimana, salah satunya itu selalu cuci mesin atau semua alat yang digunakan pas lagi produksi.

Dari hasil wawancara diatas sapat disimpulkan bahwa integritas yang dimiliki UD. Matrix Jaya dalam menciptakan produk sesuai dengan kriteria halal sangatlah mereka jaga, dalam hal ini tidak hanya kejujuran dalam menyiapkan bahan serta dalam proses produksi saja, akan tetapi konsistensi mereka juga mereka jaga sebaik mungkin. Dengan kejujuran dan konsisten UD. Matrix Jaya dalam menghasilkan produk halal, mereka menjadi lebih percaya diri dalam menarik kepercayaan pelanggan terhadap produknya.

¹¹⁷ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

¹¹⁸ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

b. Niat

Hasil wawancara dengan Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix

Jaya:¹¹⁹

Ya harus itu mbak, samean tanya kan sebelumnya gimana saya bisa tetep konsisten, ya ini alasannya karna sudah niat, karna saay di awal sudah niat untuk terus menghasilkan produk halal sesuai aturan makanya dengan niat saya, saya tetep bisa selalu konsisten mbak. Lagian niat baik itu nggak akan pernah rugi mbak.

Hasil wawancara dari Bapak Anjar selaku suami Ibu Lusi:¹²⁰

Ya tentu mbak, niat itu yang utama kalau menurut saya, kayak pas akhirnya saya memutuskan berhenti dari kantor buat bantu usaha istri saya, kalau nggak ada niat saya pasti sudah stress mbak, apalagi rintis usaha itu ndak gampang, belum lagi ngurus ini itu, jadi niat itu penting banget buat keseluruhannya. Lagian yaitu niat itu nggak akan bikin kita rugi, meskipun emang awal-awal susah buat lakuinnya.

Ibu Ita juga menambahkan:¹²¹

Ya bener mbak, niat itu penting banget, tanpa niat pasti semua jadi berantakan, kok ini yang kendalanya kita pegang sendiri, lah dapet tugas yang sifatnya wajib aja kalau kita ndak ada niat buat ngerjainnya kadang jadi keteteran mbak. Lagian betul itu, salah satu cara kita untuk mempertahankan pelanggan itu ya dengan punya niat yang baik buat selalu menghasilkan produk yang sesuai ini.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, niat yang telah UD. Matrix Jaya miliki dari awal mempersiapkan berkas untuk mangajukan sertifikat halal hingga saat ini benar-benar mereka kerjakan. Dengan niat yang mereka punya, UD. Matrix Jaya dapat terus menghasilkan produk sesuai dengan kriteria halal hingga saat ini. Hal

¹¹⁹ Lusia, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

¹²⁰ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

¹²¹ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

tersebut dapat menjadikan kepercayaan pelanggan bertambah karena produknya yang tidak pernah berubah atau selalu konsisten dengan hasil produk.

c. Kemampuan

Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya menjelaskan:¹²²

Ya perlu lah mbak, namanya kita usaha kan makanan jelas butuh orang lain, nah kalau kita ndak punya keahlian buat bikin orang percaya sama produk kita ya gimana, makanya niat dan konsisten untuk menghasilkan produk yang baik dan banyak ikut pameran itu jadi salah satu kemampuan kita untuk menarik minat pelanggan agar bisa percaya terhadap produk kita.

Hasil wawancara dengan Ibu Ita selaku pegawai UD. Matrix Jaya:¹²³

Gimana ya mbak, namanya juga kita kan jualan ya jadi ya pasti butuh yang namanya pelanggan, nah buat narik pelanggan biar bisa beli produk kita itu ternyata ndak gampang mbak, kudu ada keahliannya, ntah itu dari cara promosi atau gimana gitu. Jadi bukan hanya bikin produk saja yang butuh keahlian tapi masarinnya juga. Ya mungkin salah satu cara bu lusi untuk narik pelanggan itu dengan cara memiliki sertifikat halal sama sering ikut pameran itu mbak, karena kan di beberapa pameran biasanya banyak pelancong yang datang apalagi kalau pameran besar, nah disitu kesempatan kita, ditambah dengan produk kita yang sudah ada label halalnya itu bisa jadi nilai tambah buat kita untuk ambil kepercayaan pelanggan ya kan mbak.

Bapak Anjar juga menambahkan:¹²⁴

Sebenarnya ya mbak, kita tuh sehari-hari sudah selalu mempraktekkan keahlian kita loh, ya misal salah satunya kayak gini, samean tanya ke saya terus saya jawab, nah ini kan keahlian samean dalam berkomunikasi makanya saya yang ditanya bisa terus menanggapi pertanyaan samean. Sama kayak jualan, kita kan butuh produk kita laku, nah salah satu cara agar produk kita laku ya harus bisa memasarkan dengan baik, kita keluarkan tuh

¹²² Lusia, *wawancara*, Sumbersari, 11 Desember 2021.

¹²³ Ibu Ita, *wawancara*, Sumbersari, 11 Desember 2021.

¹²⁴ Bapak Anjar, *wawancara*, Sumbersari, 11 Desember 2021.

keahlian kita dalam berjualan agar kita dapat menarik minat pelanggan dan menarik kepercayaan pelanggan terhadap produk kita. Untungnya produk kita sudah ada label halalnya, nah ini bisa jadi nilai tambah kita dalam memasarkan produk kita, jadi bisa bikin pelanggan lebih percaya sama produk yang kita bikin.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya kemampuan UD. Matrix Jaya dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dapat dilakukan dengan baik. Melihat dari konsistensi mereka kan produknya membuat kepercayaan diri lebih meningkat sehingga mereka dapat dengan mudah meyakinkan pelanggan akan produk yang dihasilkan.

d. Hasil

Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Anjar selaku pegawai UD.

Matrix Jaya:¹²⁵

Nah kalau ini itu hasil dari konsisten yang kita bangun mbak, ini kan dilihat dari gimana kita nyiptain produk, masarinnya, sesuai nggak sama yang ada di iklan, sama yang kita posting, kalau sesuai berarti kita sudah bisa buat narik kepercayaan pelanggan terhadap kita bahwa produk kita sudah sesuai.

Hasil wawancara dari Ibu Lusi selaku pemilik UD. Matrix Jaya:¹²⁶

Hasil itu kan sesuatu yang tampak ya mbak, berarti kalau ini tuh produknya sesuai sama yang di iklanin nggak, sesuai sama yang dibilang orang ndak, nah dari situ kalau memang ternyata sesuai baru bisa dibilang semua sudah sesuai ekspektasi, bahwa produk kita sesuai sama yang ada di gambar. Sama kaya saya sering ikut pameran buat lebih memperkenalkan produk saya, dilain sisi saya juga berambisi untuk mendapatkan nomor atau penghargaan karna hal tersebut dapat saya jadiin sebagai nilai tambah mbak, gitu.

¹²⁵ Bapak Anjar, wawancara, Sumpersari, 11 Desember 2021.

¹²⁶ Lusia, wawancara, Sumpersari, 11 Desember 2021.

Ibu Ita menambahkan:¹²⁷

Ya hasil itu kan sudah akhir ya mbak, itu sesuatu alasan besar buat orang beli produk kita, kira-kira sesuai ndak sama yang di gambar, sama yang dibaca di facebook, instagram, kalau ternyata sesuai ekspektasi, baru bisa dibilang kita berhasil untuk konsisten membuat hasil yang serupa sama apa yang kita pasarkan.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya produk yang dikeluarkan oleh UD. Matrix Jaya benar-benar sesuai dengan gambar dan pernyataan mereka akan produknya. Jadi mereka dapat lebih meyakinkan pelanggan agar tidak perlu khawatir produknya akan tidak sesuai ekspektasi, dengan hal tersebut UD. Matrix Jaya dapat banyak meningkatkan kepercayaan pelanggan akan produk yang dihasilkannya.

Seluruh pernyataan diatas merupakan strategi yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Ditambah dengan kepemilikan sertifikat halal menjadikan point lebih bagi UD. Matrix Jaya untuk lebih percaya diri akan produk yang akan mereka pasarkan untuk akhirnya menarik minat pelanggan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Lusia, memiliki sertifikat halal sebagai salah satu strategi dalam memperoleh kepercayaan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat bisa di apresiasikan. Serta komitmen beliau dalam memenuhi kriteria dalam Sistem Jaminan Halal juga dapat dikatakan terpenuhi. Semua itu terbukti dengan bertambahnya konsumen UD. Matrix Jaya, maka dapat di

¹²⁷ Ibu Ita, *wawancara*, Sumpersari, 11 Desember 2021.

buktikan bahwa dengan UD. Matrix Jaya memiliki sertifikat halal sebagai standarisasi jaminan produk halal, mereka dapat lebih mudah dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pernyataan tersebut dibenarkan oleh informan Harfini Fifin yang menjadi teman dari Ibu Lusi sekaligus konsumen matrix jaya dari sebelum memiliki sertifikat halal:¹²⁸

Saya itu awalnya kenal matrix jaya ini dari temen mbak, pas itu yang dijual masih nugget lele saja. Ya saya sih karena temen bilanganya enak terus pas saya coba memang rasanya sesuai yang saya harapkan, ya sudah jadi sering beli nuggetnya. Apalagi kan beda tuh ya bahannya dari lele, biasanya kan saya taunya lele itu ya di jadikan lalapan atau di jadikan mangut lele, jadi pas denger ada nugget dari lele ya saya penasaran. Awalnya selalu titip temen, lalu mulai beli sendiri ndak nitip temen lagi, tambah lama jadi kenal sama yang punya, jadi setiap ada produk baru ya saya ngerti karena selalu dikabari. Apalagi saat mulai produksi makanan ringan itu, saya jadi sering beli soalnya juga saya kenalin ke temen-temen akhirnya banyak yang titip. Nah dari situ akhirnya ada yang tanya kesaya, produk ini kok nggak ada label halalnya ya, produk ini punya sertifikat halal apa ndak, ya semacam itu lah. Saya mah sebelumnya ndak pernah mempermasalahkan itu mbak, ya mungkin karena saya kenal pertama dari temen yang sudah deket, terus saya juga tau lah gimana bu lusi itu memproduksi, karena kan ya juga jadi sering main ke rumahnya. Tapi sepertinya terbukti seh mbak, setelah bu lusi udah punya sertifikat halal itu yang beli lumayan bertambah, ya saya kan lihatnya dari yang titip ke saya sih, tapi ada kok kata bu lusi yang langsung menghubungi beliau katanya tau produk ini dari bu fifin gitu.

Wawancara juga dilakukan bersama Yoan Kurnia, konsumen matrix jaya setelah memiliki sertifikat halal, beliau mengatakan:¹²⁹

Saya tau makanan ringan ini dari rumah temen mbak, saat itu ada sumpia terus bentuknya itu beda dari biasanya, ini tuh sumpianya diikat gitu terus rasanya juga enak, nggak berminyak, terus rasa abonnya itu dilidah nggak berbekas dan ndak amis, biasanya kan bau ikannya itu kecium banget. Lalu karena penasaran ya saya tanya, itu

¹²⁸ Harfini Fifin, *Wawancara*, Jember, 12 November 2021

¹²⁹ Yoan Kurnia, *Wawancara*, Kebonsari, 12 November 2021.

beli dimana, terus temen saya kasih tau ig sama nama shopeenya, temen saya juga bilang kalo abonnya itu dari lele, dia juga kasih tau kalau lidah kucing sama stik yang di meja itu juga dari lele. Ya makin penasaran kan saya mbak setelah tau itu dari lele. Akhirnya saya coba lihat ig sama shopeenya, ternyata bener produknya ada berbagai macam, ada jual abon lele juga dan kayanya abonnya itu banyak peminatnya, yasudah saya beli, di ignya itu juga ada foto sertifikat halal dan di feed ig juga foto di kemasannya itu berlogo halal, ya sudah tambah yakin saya buat beli. Karena kan gimana ya mbak, saya itu kan juga muslim terus dirumah itu juga ada anak-anak yang nanti juga makan jajannya, jadi jaga-jaga aja, katanya kan makanan yang berlabel halal itu banyak persyaratannya, yang harus ini lah harus bersih lah bahan-bahannya harus terjamin, jadi ya menurut saya lebih aman juga kalau saya memastikan selalu lihat kemasannya apakah ada logo halalnya apa tidak sebelum membeli.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Mbak Ela, konsumen matrix jaya yang kenal setelah melihat di pameran:

Saya itu pertama tau pas di pameran mbak, di alun-alun pas itu ada pameran umkm gitu, kata saya itu kok unik ada olahan lele tapi jadi snack, terus saya datengin deh standnya sambil tanya-tanya terus ada tester kan disitu, nah rasanya itu enak, gimana ya kayak ada rasa beda tapi enak, terus ndak bikin eneg gitu rasanya, jadi ya saya coba beli. Pas sampe rumah ternyata bener, anak saya pada suka sama sumpia ikat sama bidarannya itu, yaudah setelah itu ada beberapa kali saya beli. Kalau saya sih gak tanya masalah sertifikat halal gitu ya mbak, yang penting saya tau itu terbuat dari apa terus ditambah di kemasannya ini sudah ada logo halalnya, ya sudah ngapain harus tanya lagi.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di paparkan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwasannya memenuhi standarisasi jaminan produk halal sebagai strategi dalam memperoleh kepercayaan pelanggan merupakan suatu hal yang telah terbukti hasilnya. Dengan memiliki sertifikat halal sebagai pemenuhan jaminan produk halal dan dapat mencantumkan label halal pada kemasan produk, menjadikan matrix jaya lebih dikenal dan lebih banyak mendapatkan perhatian konsumen. Berkat memiliki label halal pada kemasan, banyak konsumen dari luar kota bahkan

luar negeri yang tertarik untuk mencoba produk dari matrix jaya tersebut. Sehingga terjadi peningkatan penjualan pada UD. Matrix Jaya setelah mendapatkan sertifikat halal dari BPJPH. Hal ini terbukti dengan data penjualan yang dimiliki oleh UD. Matrix Jaya sebagai berikut:

Tabel 4.1
Laporan Penjualan UD. Matrix Jaya Jember
Periode 2014 – 2021

No	Nama Produk	Sebelum				Sesudah			
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Keripik duri lele	—	25.920.000	26.120.000	25.700.000	26.825.200	29.025.000	27.105.000	27.225.000
2	Sumpia ikat	129.600.000	130.000.000	130.500.000	130.800.000	131.150.000	132.850.000	131.825.200	131.225.000
3	Sus kering abon	—	—	—	32.400.000	32.515.000	33.015.000	32.765.000	32.015.000
4	Pastel abon	—	—	—	—	30.600.000	30.750.000	29.850.000	30.100.000
5	Lidah kucing	—	—	—	—	43.200.000	44.720.000	42.820.000	42.600.000
6	Abon lele	15.750.000	16.050.000	16.175.000	16.150.000	18.250.000	23.425.000	20.115.000	19.105.000
7	Widaran abon	81.000.000	82.115.000	82.500.000	82.415.000	83.815.000	84.115.000	83.600.000	83.645.000
	Total	226.350.000	254.085.000	255.295.000	287.465.000	366.355.200	377.900.000	368.080.200	365.915.000

Sumber: Data penjualan UD. Matrix Jaya Jember periode 2014-2021 di olah tahun 2022

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian pembahasan temuan ini penulis akan membahas keterkaitan antara temuan di lapangan dengan teori yang relevan. Data yang dipaparkan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan dianalisis melalui pembahasan temuan yang dikaitkan dengan teori. Pembahasan akan dirinci sesuai fokus masalah penelitian yang telah di temukan sehingga akan mampu menjawab semua permasalahan yang ada di lapangan, adapun pembahasannya sebagai berikut:

1. Strategi Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal di UD.

Matrix Jaya Jember

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan di UD. Matrix Jaya diperoleh pemahaman bahwa, dalam pemenuhan standarisasi jaminan produk halal yang dilakukan Ibu Lusi selaku pemilik matrix jaya ialah dengan memiliki sertifikat halal, sesuai dengan yang telah ditentukan pada UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 4 yang berbunyi “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”.¹³⁰ Usaha yang telah dilalui matrix jaya dalam mendapatkan sertifikat halal tidaklah mudah, Ibu Lusi yang sejatinya seorang non-muslim harus lebih banyak mengikuti pelatihan-pelatihan guna mempelajari bagaimana sistem jaminan halal secara keseluruhan.

Pada awal Ibu Lusi membuka usaha, beliau tidak begitu mengerti akan aturan-aturan yang harus dilakukan saat memastikan produk yang dihasilkan halal dan *tayyib* untuk dikonsumsi umat muslim, yang Ibu Lusi mengerti hanya memproduksi dengan bahan baku yang baik, mengolahnya secara bersih dan tepat. Namun setelah Ibu Lusi mengikuti banyak pelatihan terutama pelatihan sebelum mempersiapkan berkas-berkas untuk mendaftarkan sertifikat halal, Ibu Lusi menjadi paham bahwa produk yang bersertifikat halal adalah produk yang telah melalui berbagai persyaratan yang tidak mudah. Dalam HAS 23000 juga menyebutkan 11 kriteria dalam Sistem Jaminan Halal yang harus diterapkan:

¹³⁰ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

- a. Kebijakan Halal
- b. Tim Manajemen Halal
- c. *Training* dan Edukasi
- d. Bahan
- e. Fasilitas Produksi
- f. Produk
- g. Prosedur Tertulis Kegiatan Kritis
- h. Kemampuan Telusur (*traceability*)
- i. Penanganan Produk yang Tidak Memenuhi Kriteria
- j. Audit Internal
- k. Kaji Ulang manajemen (*management review*)

Melihat UD. Matrix Jaya hanyalah usaha menengah, maka dari 11 kriteria sistem jaminan halal tersebut ada beberapa yang tidak terpenuhi dengan baik, serta aturan tersebut berlaku dalam sertifikat halal yang dikeluarkan BPJPH sedangkan UD. Matrix Jaya menerima sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI.

2. Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi utama UD. Matrix Jaya dalam memperoleh kepercayaan konsumen melalui pemenuhan standarisasi jaminan produk halal yaitu dengan cara memiliki sertifikat halal. Tidak hanya itu, ada beberapa strategi

lain yang digunakan oleh UD. Matrix Jaya dalam memperoleh kepercayaan pelanggan, yaitu:

- a. Integritas
- b. Niat
- c. Kemampuan
- d. Hasil

Sebagai usaha kecil menengah, memiliki sertifikat halal dengan berbagai aturan yang harus dilakukan menunjukkan bahwa UD. Matrix Jaya bersungguh-sungguh terhadap pemberian keamanan, kenyamanan, dan kepastian tersedianya produk halal bagi para konsumen khususnya konsumen muslim sesuai dengan UU JPH Nomor 33 tahun 2014 pasal 3 yang berbunyi “penyelenggaraan jaminan produk halal bertujuan; memberi keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat yang mengkonsumsi dan menggunakan produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.¹³¹

Sebagai pemilik dari UD. Matrix Jaya, Ibu Lusi beberapa kali telah mengikuti pameran UMKM ataupun pameran yang diadakan dinas yang terkait serta universitas, baik itu yang diadakan di daerah Jember maupun diluar Jember. Hal tersebut dilakukan Ibu Lusi guna lebih memperkenalkan produk lele matrix dan menambah relasi dalam bisnis. Dan telah terlihat bahwa dengan keikutsertaan matrix jaya dalam berbagai event, matrix jaya

¹³¹ Ibid.,

menjadi lebih dikenal banyak orang. Cara tersebut juga bertujuan untuk menciptakan rasa percaya terhadap para konsumen. Dalam psikologi, kepercayaan pelanggan merupakan suatu hal yang dapat dibentuk dengan cara memberikan pengenalan kepada produk atau jasa yang akan ditawarkan secara rinci, menarik dan meyakinkan. Berbagai cara itulah yang dilakukan matrix jaya yang telah mengantongi ijin memberi label halal pada kemasan dalam memperoleh kepercayaan pelanggan.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemenuhan standarisasi produk halal yang dilakukan oleh UD. Matrix Jaya dalam menghasilkan produk sudah sesuai dengan kriteria produk halal. UD. Matrix Jaya juga menerapkan 11 kriteria dalam Sistem Jaminan Halal walaupun tidak semua terlaksana melihat dari UD. Matrix Jaya yang hanya sebuah UMKM. Oleh karena itu dengan niat dan tekad dalam menghasilkan produk halal yang sesuai, UD. Matrix Jaya dapat mempertahankan kepemilikan sertifikat halal hingga akhir penggunaan.
2. Strategi memperoleh kepercayaan pelanggan yang dilakukan oleh UD. Matrix Jaya adalah dengan menunjukkan integritas, niat, kemampuan, dan hasil yang dijalankan secara konsisten guna menarik minat pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Terbukti dengan dimilikinya sertifikat halal menjadikan adanya penambahan jumlah pelanggan yang percaya akan produk yang dihasilkan oleh UD. Matrix Jaya.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian di UD. Matrix Jaya maka penulis harap tidak hanya umkm yang berada dibawah naungan dinas atau instansi tertentu yang dapat fasilitas untuk memiliki sertifikat halal. Meskipun ada kesulitan dalam implementasinya, akan tetapi jika pemerintah membantu meringankan beban pelaku umkm dengan memfasilitasi kepemilikan sertifikat halal maka hal tersebut akan berjalan dengan lancar. Penulis juga memberi saran agar UD.

Matrix Jaya juga mengoptimalkan penjualan mereka di offline agar jika ada pelanggan yang ingin melihat secara langsung berbagai produknya dapat mendatangi store yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

- Yusuf, M Nasrullah. 2012. *Strategi Membangun Nilai Jasa Dan Kepercayaan Pelanggan*. Sleman: Deepublish.
- Barata, Fausta Ari. 2019. *Membangun Kepercayaan Dalam Bisnis*. Malang: Intelegensia Media.
- Qardhawi, Yusuf. 2005. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Surabaya: Karya utama.
- Konoras, Abdurrahman. 2017. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia; Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Assauri, Sofyan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wajdi, Farid. 2019. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia; Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Effendi, Usman. 2019. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tambunan, Tulus T.H. 2017. *Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. 2013. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Murphy, GB. dan AA. Blessinger, 2003, *Perception of No-Name Recognition Bussiness to Customer E-Commerce Trustworththiness: The Effectiveness of Potensial Influence Tactics*. *Journal of Heigh Technology Management Research*.
- Lewicki, R. dan B. Bunker, 1996, *Developing Trust and Maintaining Trust in Work Reletionship* dalam *Kramer, RM, dan T. Tyler (ed) Trust in Organizations* (USA: Sage Publications)
- Astuti, Mirsa. 2020. *Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)*. *Jurnal Iuris Studia*.
- Nurrachmi, Rininta. 2017. *The Global Development of Halal Food Industry: A Survey*. *journal of Tazkia Islamic Finance and Bussinessm Review*.
- Hidayat, Ahmad. 2015. *Fiqih Kurikulum 2013*. Jakarta: Kementrian Agama.
- Charity, May Lim. 2017. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee in Indonesia)*. *Jurnal Legislasi Indonesia*.

- Wigayati, sri. 2011. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam".
Jurnal Maliyah.
- Djimantoro, Priscilla dan Marcella Claudia. "Analisa Kepercayaan Konsumen Terhadap Merk Restoran CARL'S JR. Surabaya." *Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra.*
- Yousafzai, SY. 2003. "A Proposed Model of eTrust For Electronic Banking".
Jurnal Technovation.
- Mayer, Roger C. dan James H. Davis. 1995. *An Integrative Model of Organizational Trust.* Academy of Management Review.
- Aprilya, Trias. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyafashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer di Samarinda.* Ejournal Ilmu Komunikasi.
- Faturochman. 2000. *Dinamika Psikologis dan Sosial Kepercayaan.* Yogyakarta: Galang Printika.
- Ningsih, Suprpti. 2020. *Strategi Membangun Customer Trust Pada Online Shop Dikalangan Mahasiswa Milenial.* *Journal of Islamic Management and Bussiness.*
- Mesraini. 2007. *Islam dan Produk Halal (Serial Khutbah Jum'at).* Jakarta: Depastemen Agama RI.
- Oktima, Nurul. 2012. *Kamus Ekonomi.* Surakarta: Asara Sinergi Media.
- Fitri, dkk. 2018. *Tinjauan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2013 tentang Standarisasi Halal Terhadap Makanan yang Terbuat Dari Ketan Studi Kasus Desa Sukasenang Kec. Boyongbong Garut.*
- Aziz, Muhammad. 2019. "Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Statute Approach." *Jurnal Islamica.*
- Triasih, Dharu dan Rini Heryanti, Doddy Kridasakna. 2016. "Kajian Tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya.*
- Helmi, Badrus Soleh. 2019. *Pengaruh Undang-Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Pengembangan Produk Jamu Madura.* *Jurnal Pamator.*
- Chairunnisyah, Sheilla. 2017. *Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam*

Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Kosmetika.
Jurnal EduTech.

Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Matthew, B. Miles dan A. Michael Huberman, 2014, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, Edition 3* (USA: Sage Publications).

Bungin, M Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Prenada Media Group.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya.* online

Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah.* Jember, IAIN Jember Press.



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Putri Berliana Machfudz
Nim : E20172162
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini “Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember” adalah hasil penelitian / karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian ya di rujuk sumbernya.

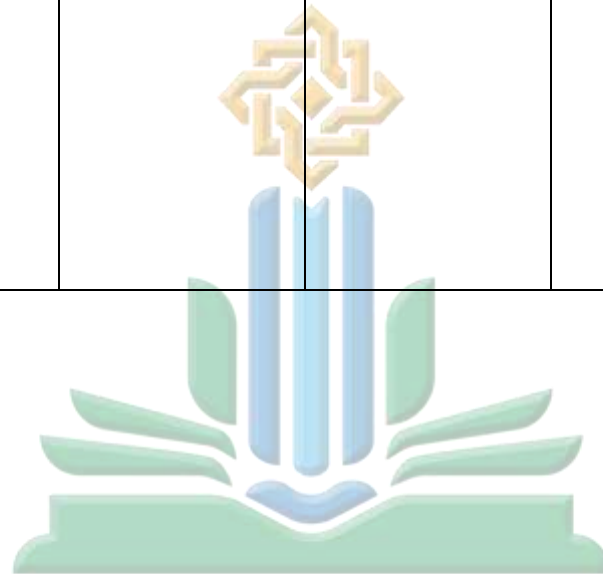
Jember, 13 Maret 2022
Saya yang menyatakan



Aisyah Putri Berliana Machfudz
E20172162

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus penelitian
Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal di UD. Matrix Jaya Jember	<p>a. Kepercayaan pelanggan</p> <p>b. Standarisasi jaminan produk halal</p>	<p>a. Kepercayaan pelanggan</p> <p>b. Standarisasi jaminan produk halal</p>	<p>1. Kemampuan</p> <p>2. Kebaikan hati</p> <p>3. Integritas</p> <p>1. Legalitas halal</p> <p>2. Sistem jaminan halal</p> <p>3. UUJPH</p>	<p>A. Informan</p> <p>1. Owner/Pemilik UD.Matrix Jaya</p> <p>2. Karyawan UD. Matrix Jaya</p> <p>3. Pelanggan UD. Matrix Jaya</p>	<p>1. Pendekatan dan Jenis Penelitian</p> <p>a. Pendekatan kualitatif</p> <p>b. Jenis penelitisn deskriptif</p> <p>2. Subjek Penelitian</p> <p>a. Purposive</p> <p>3. Teknik pengumpulan data</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Wawancara</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Teknik analisis data deskriptif</p> <p>5. Teknik keabsahan data</p> <p>a. Triangulasi sumber</p>	<p>a. Bagaimana strategi pemenuhan standarisasi jaminan produk halal UD. Matrix Jaya?</p> <p>b. Bagaimana strategi memperoleh kepercayaan pelanggan melalui pemenuhan standarisasi jaminan produk halal di UD. Matrix Jaya?</p>





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: uinkhas@gmail.com Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-667/UIN.20/7.a/PP.00.9/10/2021 15 November 2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik UD. Matrix Jaya
Letjend Sutoyo Gg Matrix no. 19 Kebonsari
Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Aisyah Putri Berliana Machfudz
NIM : E20172162
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Abdul Rokhim


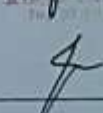
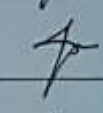
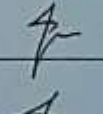

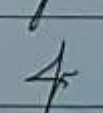

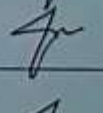
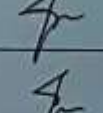
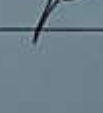

Jurnal Kegiatan Penelitian

Nama : Aisyah Putri Berliana Machfudz

NIM : E20172162

Judul : Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember

Lokasi : Letjend Sutoyo Gg Matrix no. 19, Kebonsari, Kec. Sumbersari, Kab. Jember

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1	23 Januari 2021	Survey tempat penelitian	
2	03 Maret 2021	Wawancara dengan Ibu Lusia selaku pemilik UD. Matrix Jaya jember	
3	31 May 2021	Meminta foto sertifikat halal	
4	09 November 2021	Wawancara dengan Bapak Anjar	
5	09 November 2021	Wawancara dengan Ibu Lusia	
6	10 November 2021	Wawancara dengan Ibu Akbar	
7	12 November 2021	Wawancara dengan Ibu Harfina fifin	
8	12 November 2021	Wawancara dengan Ibu Yoan Kurnia	
9	16 November 2021	Penyerahan surat ijin penelitian	
10	03 Desember 2021	Wawancara dengan Ibu Lusia	
11	04 Desember 2021	Wawancara dengan Ibu Ita	

SURAT KETERANGAN

yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lusia Irawati

Jabatan : Pimpinan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Aisyah Putri Berliana Machfudz

Nim : E20172162

Prodi : Ekonomi Syariah

Perguruan tinggi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan adalah benar-benar sebagai salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, sebagaimana dengan surat izin penelitian yang diajukan untuk melakukan penelitian di UD. Matrix Jaya sejak tanggal 1 Februari 2021 sampai tanggal 20 Desember 2021 dalam rangka penyusunan tugas skripsi dengan judul "*Strategi Memperoleh Kepercayaan Pelanggan Melalui Pemenuhan Standarisasi Jaminan Produk Halal Di UD. Matrix Jaya Jember*". Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan dengan semestinya.

Jember, 20 Desember 2021

UD. MATRIX JAYA



UD. MATRIX JAYA
Jl. Letnan Gubernur No. 14A Jember
Telp. 0311-830112-09, 0811

Lusia Irawati

DOKUMENTASI









J E M B E R







REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)

جمهورية إندونيسيا

SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)

شهادة الحلال

Nomor Sertifikat
Certificate Number

ID35110000208321021

رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan penetapan halal produk Majelis Ulama Indonesia nomor :
Based on the decree to stipulating halal products of the Indonesian Council of Ulama :

: استنادا على قرار مجلس العلماء الإندونيسي عن تحديد الحلال للمنتجات :

LPPOM JI-07100007210122 Tanggal 20 Januari 2022

Jenis Produk Type of Product	Makanan Ringan	نوع المنتج
Nama Produk Name of Product	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company	Matrix Jaya	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address	Jl. Letjend. Sutoyo Gg. Matrix No. 19, Kab. Jember, Jawa Timur, -, Indonesia	عنوان الشركة
Diterbitkan di Jakarta pada Issued in Jakarta on	21 Januari 2022	أصدرت الشهادة بجاكرتا في
Berlaku sampai dengan Valid until	21 Januari 2026	سارية المفعول حتى

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
قد استوفت أحكام التشريع

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY

رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال

Muhammad Aqil Irham

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, BSSN



BIODATA PENULIS



Nama : Aisyah Putri Berliana Machfudz
Nim : E20172162
Tempat dan Tanggal Lahir : Jember, 14 Maret 1999
Alamat : Jln. Argopuro 130, Dusun Langsung,
RT/RT 003/001, Desa Sukmakmur, Kec. Ajung,
Kab. Jember.
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon/Hp : 081233779519
Email : paisyah223@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Kurnia (2003-2005)
2. SDN Jenggawah 01 (2005-2011)
3. MMaI Baitul Arqom Jember (2011-2014)
4. MAN 01 Jember (2014-2017)
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2017-2022)