

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Sertifikasi Halal**

##### 1. Pengertian Sertifikasi Halal

Menurut pernyataan Eka Rahayuningsih kata “sertifikasi” dalam KBBI sebenarnya adalah “penyertifikatan”. Sertifikasi dapat digambarkan sebagai prosedur untuk mendapatkan pengakuan dan sebagai bentuk dukungan formal dari suatu lembaga untuk sebuah produk yang layak dikonsumsi. Tujuan dari sertifikasi adalah untuk mempromosikan dan memberikan informasi tentang keaslian kepada masyarakat. Pengertian halal dalam bahasa Arab menurut Eka Rahayuningsih adalah “dibolehkan” (halal) sesuai dengan hukum islam, sangat memungkinkan untuk mengedukasi semua orang bahwa sarana dan prasarana yang mendukung keluarnya hasil pada penyertifikasian halal sudah sesuai dengan syariat Islam yaitu *halalan toyyib* (halal dan baik). Ajaran islam menjelaskan bahwa mendapat barang yang tidak halal sangat bermasalah apalagi untuk dikonsumsi, maka dari itu dianjurkan baiknya menggunakan dan mengonsumsi produk halal supaya bisa menjalankan ibadah dengan baik.<sup>19</sup>

Pelaku UMKM atau produsen muslim memiliki tanggung jawab untuk menyatakan produk yang dibuat dengan bahan halal untuk mendapatkan sertifikasi, untuk menjaga keamanan nasional. Undang-undang No. 8 tahun 1999

---

<sup>19</sup> Eka Rahayuningsih Dan M. Lathoif Ghozali, “Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 07, No. 01, (2021), 136-137

tentang “perlindungan konsumen” menyatakan bahwa “konsumen memiliki tanggung untuk memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan jujur mengenai keadaan barang atau jasa”. Pelaku usaha yang menjual produk baru harus memberikan informasi yang akurat dan standar logo yang sesuai dengan MUI, sebab sertifikasi halal digunakan untuk melindungi konsumen dari produk yang masih ilegal dan memberikan informasi status kehalalan produk. Produk yang tersertifikasi tersebut jika dikonsumsi sudah ditetapkan aman dan layak pakai, maka konsumen merasa lebih tenang dalam mengonsumsinya. Siapa saja yang apabila ingin membeli barang apapun baik itu barang baru maupun bekas, harus mempertimbangkan kehalalan produk, agar jiwa dan agama dapat bekerja sama untuk memajukan kehidupan di dunia.<sup>20</sup>

Produk yang terbuat dari bahan halal secara khusus atau wajib memiliki sertifikasi halal. Produk yang dikecualikan tidak diwajibkan memiliki atau menyertifikasikan produknya, tetapi produk itu sendiri perlu mencantumkan label non-halal. Produk yang terbuat dari bahan yang diharamkan tidak harus memiliki sertifikasi halal, tetapi membutuhkan sertifikasi bahwa produk itu sendiri mengandung bahan yang tidak halal.<sup>21</sup>

## 2. Proses Pemberian Sertifikasi Produk Halal

Badan pelaksana jaminan produk halal adalah badan penyelenggara jaminan produk halal yang disebut juga BPJPH. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur kewenangan BPJPH dalam menjalankan fungsinya. Pasal 34 UU JPH menjelaskan

---

<sup>20</sup> Eka Rahayuningsih Dan M. Lathoif Ghozali, “Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif MashlahahMursalah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 07, No. 01, (2021), 138.

<sup>21</sup> Mutiara, Fajrin, dkk, “Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia”, *Jurnal Kertha Wicaksana*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2021), 155.

tentang cara penerbitan sertifikasi halal, yang menyebutkan bahwa sidang fatwa halal menentukan kehalalan produk yang dimohonkan oleh pelaku usaha dan menjadi landasan bagi BPJPH untuk menerbitkan sertifikat halal. BPJPH menerbitkan sertifikat halal setelah sidang fatwa halal yang dilakukan oleh MUI, dan dilakukan paling lambat 1 (satu) hari kerja setelah diterimanya keputusan MUI mengenai kehalalan produk. Sertifikat halal yang sudah diterima pelaku usaha memiliki masa berlaku 4 (empat) tahun.<sup>22</sup>

Permohonan sertifikasi halal ada dua jenis, yaitu reguler dan *self declare* (program pelaku usaha mikro dan kecil). Perbedaan keduanya terletak pada tarif yang ditetapkan untuk pengajuan sertifikasi halal. Tarif layanan yang ditetapkan untuk sertifikasi halal sebagai berikut:

- a. Rp. 300.000 untuk usaha mikro dan kecil (tarif bisa Rp0 dan termasuk dalam kategori program *self declare* dengan surat pernyataan pelaku usaha mikro dan kecil);
- b. Rp. 5.000.000,- untuk usaha menengah (belum termasuk biaya pemeriksaan kehalalan produk LPH); dan
- c. Rp. 12.500.000 untuk usaha besar (belum termasuk biaya pemeriksaan kehalalan produk LPH).

---

<sup>22</sup> Ahmad Fiz Akbar, Tri Mulyani, Dan Endah Pujiastuti, "Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan", *Jurnal Semarang Law Review (SLR)*, Vol. 04, No. 01, (2023), 114-115

Pelaku usaha bisa menggunakan program sertifikasi halal self declar harus sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan BPJPH. Berikut ini kriteria pelaku usaha yang telah ditetapkan :

- a. Produk tanpa risiko atau mengandung bahan-bahan yang telah terverifikasi halal.
- b. Proses produksinya dipastikan kehalalannya dan sederhana.
- c. Ditunjukkan dengan surat pernyataan dari pelaku usaha, mempunyai hasil penjualan (omzet) tahunan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- d. Memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha).
- e. Memiliki ruangan dan peralatan yang diperlukan untuk proses produk halal (PPH), terpisah dari pengolahan produk atau barang non halal.<sup>23</sup>
- f. Memiliki atau tidak memiliki Sertifikat Laik Higiene (SLHS) dan izin edar (PIRT/MD/UMOT/UKOT) untuk produk makanan dan minuman yang umur simpannya kurang dari tujuh (tujuh) hari, atau izin industri lainnya atas produk yang dihasilkan dari dinas atau instansi.
- g. Mempunyai 1 (satu) lokasi toko dan/atau fasilitas produksinya.
- h. Diproduksi terus menerus selama 1 (satu) tahun sebelum mengajukan permohonan sertifikasi halal.

---

<sup>23</sup> BPJPH.halal.go.id/diakses pada tanggal 10 Mei 2024, web: bpjph.halal.go.id

- i. Produk yang diproduksi adalah barang melainkan bukan jasa, kedai makanan, restoran, kantin, atau jasa katering.
- j. Bahan-bahan yang digunakan telah terverifikasi kehalalannya, dibuktikan dengan sertifikat halal, dan termasuk bahan yang dikecualikan dari persyaratan sertifikasi halal berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 1360 Tahun 2021.
- k. Menghindari penggunaan bahan berbahaya.
- l. Status kehalalannya sudah dipastikan oleh pendamping proses produk halal.
- m. Menggunakan jenis produk tertentu yang telah mendapat sertifikasi halal tidak mengandung unsur hewan sembelihan, kecuali produsen penyembelihan tersebut sudah bersertifikasi halal.<sup>24</sup>
- n. Mengoperasikan mesin produksi secara manual, semi otomatis, atau dengan teknologi dasar (usaha rumahan, bukan usaha pabrik).
- o. Rekayasa genetika, teknik radiasi, ozonisasi, atau gabungan beberapa teknik pengawetan (teknologi rintangan) tidak digunakan dalam proses pengawetan produk yang dihasilkan.

---

<sup>24</sup> BPJPH.halal.go.id/diakses pada tanggal 10 Mei 2024, web: bpjph.halal.go.id

- p. Melengkapi dokumen permohonan sertifikasi halal dengan menggunakan mekanisme pernyataan pelaku usaha secara online di SIHALAL.<sup>25</sup>

Pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikasi halal harus memisahkan lokasi, tempat, dan peralatan pengolahan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian produk halal dan tidak halal, serta melaporkan setiap perubahan komposisi bahan kepada BPJPH. Kehalalan produk selanjutnya akan diperiksa atau diuji oleh lembaga pemeriksa halal sebagai bagian dari proses verifikasi permohonan yang telah dilengkapi. Persyaratan dan dokumen pendukung berikut ini harus dilengkapi agar permohonan sertifikasi halal dapat disetujui:<sup>26</sup>

- a. Surat permohonan pendaftaran sertifikat halal (dapat diunduh di [halal.go.id](http://halal.go.id)).
- b. Informasi mengenai pelaku usaha yang sudah memiliki NIB.
- c. Surat penunjukan sebagai penyelia halal, salinan KTP, daftar riwayat hidup dan surat pengangkatan penyelia halal (diperlukan bagi pelaku menengah dan besar).
- d. Nama produk, merek, dan bahan-bahannya beserta gambar produknya.

---

<sup>25</sup> BPJPH.halal.go.id/diakses pada tanggal 10 Mei 2024, web: [bpjph.halal.go.id](http://bpjph.halal.go.id)

<sup>26</sup> Ahmad Fiz Akbar, Tri Mulyani, Dan Endah Pujiastuti, "Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan", *Jurnal Semarang Law Review (SLR)*, Vol. 04, No. 01, (2023), 115

- e. Tata cara pengolahan produk halal disajikan dengan narasi yang ringkas dan mudah dipahami.
- f. Pernyataan mengenai kehalalan suatu produk dan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatannya dituangkan dalam akad atau ikrar.
- g. Sistem jaminan produk halal telah diisi, disusun dengan baik dan jelas. .
- h. Surat izin edar (tidak wajib).<sup>27</sup>

Dokumen atau persyaratan yang telah diuraikan diperlukan untuk mengajukan sertifikasi halal program self declare . Permohonan sertifikasi halal ada dalam dua bentuk: reguler dan self declare. Mengisi formulir pendaftaran yang hanya diperlukan untuk pendaftaran jasa pemotongan hewan dan proses audit yang akan dilakukan oleh pihak yang bertugas untuk mengecek lebih detail mengenai produk bagi pelaku usaha yang masuk kategori usaha menengah dan besar, menjadi pembeda antara persyaratan atau dokumen untuk program reguler dan self declare. Pelaku usaha harus memenuhi persyaratan yang tercantum dalam Pasal 59 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal untuk dapat mengajukan permohonan sertifikasi halal. Persyaratan tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> BPJPH.halal.go.id/diakses pada tanggal 10 Mei 2024, web: bpjph.halal.go.id

- a. Data pelaku usaha (NIB adalah data pelaku usaha yang dimaksud).
- b. Nama dan jenis produk
- c. Daftar produk dan bahan perlengkapan yang digunakan; Dan
- d. Pengolahan atau proses produksi produk.

LPH menyampaikan hasil pemeriksaan atau pengujian kehalalan produk kepada MUI dengan tembusan kepada BPJPH, setelah selesai dilakukannya pengujian atau pemeriksaan produk yang diperlukan. Proses untuk mendapatkan sertifikasi halal adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

- a. Pelaku usaha mendaftarkan diri di SIHALAL dan menyiapkan permohonan sertifikasi halal kepada BPJPH.
- b. Pelaku usaha memilih Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan mengumpulkan data, sebelum data tersebut diajukan.
- c. LPH memverifikasi hasil kurasi data melalui aplikasi SIHALAL.
- d. Biaya pemeriksaan ditetapkan oleh LPH.
- e. Faktur pembayaran dikirimkan oleh BPJPH.
- f. Pelaku usaha membayar, dan SIHALAL digunakan untuk mengunggah bukti pembayaran.
- g. BPJPH menerbitkan STTD (Surat Tanda Terima Dokumentasi), menetapkan LPH, dan melakukan verifikasi sistem permohonan sertifikasi halal.

---

<sup>28</sup> Ahmad Fiz Akbar, Tri Mulyani, Dan Endah Pujiastuti, "Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan", *Jurnal Semarang Law Review (SLR)*, Vol. 04, No. 01, (2023), 115-116



- h. Prosedur pengujian produk (audit) dilakukan oleh LPH.
- i. MUI menyelenggarakan sidang fatwa; jika tenggat waktu terlewati, maka Komite Fatwa Produk Halal yang akan melakukan sidang.
- j. BPJPH yang menerbitkan sertifikat halal, setelah sidang MUI dilakukan.
- k. Pelaku usaha bisa memperoleh Sertifikasi Halal di SIHALAL bila status permohonannya “Selesai”.<sup>29</sup>

Proses sertifikasi halal reguler dengan self declare terdapat perbedaan dari tahapannya sebagai berikut: pelaku usaha menerbitkan invoice pembayaran dari BPJPH setelah LPH menetapkan biaya pemeriksaan, pelaku usaha membayar invoice dan mengunggah bukti pembayaran melalui SIHALAL. Proses tahapan pada *self declare* yang membedakan permohonan sertifikasi halal bisa secara gratis bagi pelaku usaha mikro dan kecil. SEHATI atau program penerapan sertifikasi halal gratis ditawarkan kepada usaha mikro dan kecil oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag). Program ini juga dikenal sebagai program self declare.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal memberikan jaminan kehalalan suatu produk, BPJPH bekerja sama dengan MUI yang merupakan badan yang menilai kehalalan suatu produk sebagaimana

---

<sup>29</sup> BPJPH.halal.go.id/diakses pada tanggal 10 Mei 2024, web: bpjph.halal.go.id

dimaksud dalam Pasal 76 Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 yang menyatakan:<sup>30</sup> MUI menggunakan sidang fatwa halal MUI untuk menentukan kehalalan suatu produk. Sidang mengenai fatwa halal MUI dapat diselenggarakan oleh Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh, MUI pusat, MUI provinsi, atau MUI kabupaten/kota.

Penentuan kehalalan suatu produk menghasilkan dua hasil yaitu penentuan kehalalan atau ketidakhalalan suatu produk. MUI memberikan temuan penetapan halal kepada BPJPH sebagai landasan penerbitan sertifikat halal, dan BPJPH menerbitkan sertifikat halal untuk jangka waktu 4 (empat) tahun. Penerbitan sertifikat halal bisa dilakukan setelah keputusan penetapan kehalalan produk dari MUI diterima oleh BPJPH.<sup>31</sup>

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag) teguh dalam mengadakan program kerja untuk produk di Indonesia supaya bisa bersertifikasi halal. Peran pemilik usaha yang sudah memiliki sertifikasi halal harus tetap menjaga kehalalan produk yang ia akan produksi dan tidak dipindah tangankan sertifikat halal tersebut. Sertifikat yang telah mencapai tahun ketiga masa berlakunya, termasuk salinan foto sertifikat, tidak dapat digunakan atau didistribusikan untuk tujuan yang dimaksud.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Ahmad Fiz Akbar, Tri Mulyani, Dan Endah Pujiastuti, “Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan”, *Jurnal Semarang Law Review (SLR)*, Vol. 04, No. 01, (2023), 117

<sup>31</sup> Ahmad Fiz Akbar, Tri Mulyani, Dan Endah Pujiastuti, “Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan”, *Jurnal Semarang Law Review (SLR)*, Vol. 04, No. 01, (2023), 117

<sup>32</sup> Koeswinarno, dkk, Sertifikasi Halal : Yes or No, (Jakarta : Libangdingklat Press, 2020), 156

## B. Tujuan Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal MUI adalah persyaratan untuk mendapatkan label halal resmi pada suatu produk dari lembaga tinggi pemerintah. Memproduksi produk pangan berlabel halal merupakan kewajiban dari produsen. Menteri Perdagangan menerbitkan Permendag No. 62/M- DAG/PER/12/2009 tentang kewajiban penandaan barang untuk mengidentifikasi produk yang mencantumkan label halal.<sup>33</sup> Label halal memudahkan konsumen untuk memilih atau membeli produk makanan halal untuk dikonsumsi.

Label adalah bagian dari produk yang berisi informasi tertulis tentang produk atau orang yang menjualnya. Pemberian label memiliki beberapa tujuan yaitu mengidentifikasi produk atau merek, menjelaskan produk secara rinci, dan berfungsi sebagai alat untuk promosi. Tujuan dari labelitas halal adalah untuk melindungi konsumen dari tindakan curang produsen terhadap makanan yang dijual. Produk yang pada kemasan tertera keterangan sertifikasi halal merupakan iklan atau informasi bagi umat Islam, serta memiliki standar sesuai hukum Islam pengelolaan dan penanganan selama proses pembuatannya.<sup>34</sup>

Sumber lain membenarkan pernyataan Hani Tahlani bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sehingga keberadaan label halal menjadi sangat penting dan memiliki banyak manfaat, yang terpenting

---

<sup>33</sup> Faizal, "Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Fanybella Resto Di Kota Pekanbaru", Skripsi, (Pekanbaru: Universitas Islam Riau, 2022), 19.

<sup>34</sup> Yusuf Qardhawi dan Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, (Surabaya : Bina Ilmu, 2007), 149.

adalah melindungi kita dari mengonsumsi makanan yang mengandung bahan yang diharamkan atau dilarang oleh Allah SWT. Tujuan sertifikasi halal bagi pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kepercayaan dari konsumen

Manfaat pertama dari sertifikasi halal untuk produk bagi produsen adalah meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Label halal yang tercantum pada kemasan produk anda, dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk membeli produk anda.

2. Omset meningkat

Berbarengan dengan meningkatnya kepercayaan konsumen pada produk. Omset penjualan otomatis akan semakin meningkat, selain meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan dapat memperluas jangkauan produk.

3. Dapat memperluas pasar ke negara muslim

Kepercayaan konsumen yang cukup baik, telah meningkatkan jangkauan pasar produk di masyarakat. Produk akan semakin dikenal dan menjadi pilihan oleh masyarakat luas. Produk yang dihasilkan akan memiliki peluang untuk melebarkan sayapnya dengan melakukan ekspor ke beberapa negara. Sertifikasi halal pada produk akan dengan mudah diterima oleh negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Meningkatkan pasar produk ke luar negeri yang akan memberikan dampak tinggi pada omzet penjualan

produk.

#### 4. Produk Memiliki *Unique Selling Point* (USP)

Memiliki USP dibandingkan dengan produk kompetitor, adalah keuntungan kompetitif sehingga membuat produk menjadi lebih bernilai di mata konsumen. Produk yang sudah memiliki logo halal pada kemasannya memiliki *Unique Selling Point* sebagai strategi penjualan yang unik dan memiliki citra positif di mata para konsumen.<sup>35</sup>

#### 5. Mendapat Akses Pasar Global

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral dari praktik perdagangan dan ekonomi global. Adanya standar-standar dan kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas negara. Produk yang memiliki sertifikasi halal akan memiliki kesempatan untuk memasarkan produknya di Negara muslim lainnya selain Indonesia, dengan mendapatkan sertifikat halal, tentunya akan mendapatkan akses pasar global yang luas.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Hani Tahliani, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan", *Jurnal Syar'ie*, Vol. 6, No. 1, (2023), 10-11.

<sup>36</sup> *Ibid*, 12.

### C. Implikasi Sertifikasi Produk Halal bagi UMKM

Menurut yang dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) makna kata dari implikasi adalah keterlibatan atau keadaan terlibat.<sup>37</sup> Menurut Silalahi dalam Bagus Anwar Hidayatulloh, implikasi adalah akibat yang timbul dari adanya penerapan suatu program atau kebijakan yang dapat berdampak baik atau buruk terhadap pihak-pihak yang menjadi sasaran pelaksanaan program atau kebijakan tersebut.<sup>38</sup>

Menurut Farida dalam Wardo dan Samsuri dijelaskan proses sertifikasi halal berdampak signifikan terhadap produk UMKM di Indonesia. UMKM yang telah menyelesaikan proses sertifikasi halal LPPOM MUI kemudian berhak memakai label produk halal MUI. Peraturan yang mengatur tentang penerapan tanda halal pada kemasan produk diterbitkan dalam Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, disebutkan juga dalam Pasal 38 bahwa pemilik usaha yang telah memperoleh sertifikasi halal wajib menggunakan label “Halal” pada kemasan, wadah, atau tempat produk.<sup>39</sup>

Label Halal Indonesia beroperasi dalam skala nasional; selain itu, label berfungsi sebagai tanda persetujuan produk tertentu yang telah disertifikasi halal oleh BPJPH. Menjadi hal yang menarik memiliki bisnis

---

<sup>37</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online diakses pada tanggal 07 September 2023, web: <https://kbbi.web.id/implikasi>

<sup>38</sup> Bagus Anwar Hidayatulloh, “Implikasi Putusan Mahkamah Konstitusi terkait Penggunaan KTP Dan Paspor Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Dalam Kerangka Menjamin Hak Memilih Dalam Pemilu”, *Jurnal Pranata*, Vol. 01, No. 01, (2018),58.

<sup>39</sup> Wardo, dan Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, *Jurnal AL Maal*, Vol. 2, No. 1, (2020), 101.

halal khususnya di Indonesia negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dapat menjadikan peluang bisnis yang sangat bagus. Hal inilah yang membuat Indonesia memiliki potensi besar untuk pengembangan produk halal global. Produk halal Indonesia terbuka lebar untuk perdagangan internasional. Menurut Handoyo dalam Warta dan Samsuri menyebutkan maka dari itu Indonesia menyiapkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal telah menjadi undang- undang bagi negara dalam hal sertifikasi Jaminan Produk Halal untuk melindungi kepentingan konsumen dalam mengonsumsinya.

Pemilihan produk halal di Negara membawa implikasi yang besar. Setiap produk yang di pasarkan dengan label halal pada produk lain, memiliki peluang secara ekonomis. Memanfaatkan pasar *captive* dengan sebaik- baiknya, strategi sertifikasi halal sangat berperan dan memiliki manfaat ekonomi.<sup>40</sup> Pada tahun 2017-2018 telah terjadi peningkatan penerbitan sertifikasi halal sebesar 114%, angka tersebut menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menjual produknya di Indonesia merasa bahwa pelabelan halal merupakan nilai tambah tersendiri untuk mendorong daya serap produk mereka di pasar.<sup>41</sup> Implikasi positif lainnya dari sertifikasi halal ini adalah dibutuhkannya para pekerjaan baru, karena diperlukannya sertifikasi halal kebutuhan SDM pendukung cukup besar

---

<sup>40</sup> Ibid, 107-108.

<sup>41</sup> Moh. Kusnadi, "Problematika Penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Di Indonesia" *Islamika: Jurnal Keislaman dan Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, Vol. 1, No. 2(2019), 116.

untuk terlaksananya penyertifikasian produk halal. Salah satu alasannya adalah kebutuhan auditor halal yang merupakan kebutuhan penting dan harus ada di dalam LPH (Lembaga Pemeriksa Halal).<sup>42</sup>

#### **D. Peningkatan Penjualan**

##### 1. Pengertian penjualan

Penjualan adalah suatu proses manajemen sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang diperlukan oleh orang lain.<sup>43</sup> Menurut yang dikutip oleh Philip Kotler, bahwa penjualan adalah proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.<sup>44</sup>

Penjualan memiliki keterkaitan dengan upaya menjajakan produk hingga pembeli ke tahap transaksi.<sup>45</sup> Hasil transaksi dapat ditentukan oleh jumlah transaksi atau nilai penjualan. Nilai penjualan adalah suatu jumlah dari penjualan produk baik barang atau jasa oleh suatu perusahaan dalam bentuk angka, dengan pembayaran yang dilakukan dalam mata uang tertentu. Penjualan

---

<sup>42</sup> Warto, dan Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, *Jurnal AL Maal*, Vol. 2, No. 1, (2020), 109.

<sup>43</sup> Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta : PT Indeks, 2016),97.

<sup>44</sup> William G. Nickels, dkk, *Pengantar Bisnis : Understanding Business Edisi 8*, (Jakarta : Salemba Empat, 2010), 121.

<sup>45</sup> Taufik Alwi, Sunarso, dan R. Titin Maidarti, “Peningkatan Penjualan Melalui Eksbisi Dan SertifikasiHalal”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 21, No. 1,(2019),66.



disebut sebagai tahap akhir dari produsen. Mengenai manajemen penjualan yang memiliki arti bahwa perencanaan, pengarahan, dan pengawasan personal selling, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, survise, pembayaran, dan motivasi sebagai tugas para tenaga jual.<sup>46</sup>

Pengembangan usaha memerlukan kemampuan untuk memprediksi situasi ataupun kondisi di masa mendatang untuk dapat meningkatkan penjualan dan salah satu teori yang membahas mengenai hal tersebut adalah teori *forecasting* atau peramalan. Menurut yang dijelaskan oleh Supranto bahwa ramalan merupakan dugaan atau perkiraan mengenai terjadinya suatu kejadian atau peristiwa di waktu yang akan datang. Ramalan bisa bersifat kualitatif, artinya tidak berbentuk angka dan bisa bersifat kuantitatif, artinya berbentuk angka, dinyatakan dalam bilangan. peramalan permintaan produk menentukan seberapa banyak persediaan yang dibutuhkan, seberapa banyak produk yang harus dibuat dan seberapa banyak material yang harus dibeli dari *supplier* untuk mencapai kebutuhan pelanggan yang sudah diramalkan. Tanpa peramalan yang tepat, persediaan dalam jumlah dan biaya yang besar harus dipersiapkan untuk mengantisipasi

---

<sup>46</sup> Faizal, "Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Fanybella Resto Di Kota Pekanbaru", Skripsi, (Pekanbaru: Universitas Islam Riau, 2022), 24.

ketidakpastian permintaan oleh pelanggan.<sup>47</sup> Teori *forecasting* atau ramalan ini telah diterapkan pada pemilik Bakpia Sabil untuk meramalkan peningkatan penjualan bisa terjadi di bulan-bulan besar kalender Islam hijriyah maupun di kalender masehi.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan

Penjualan menurut Rangkuti adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Menurut Marbun, penjualan adalah total barang atau produk yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu, penjualan dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti penjualan langsung atau melalui agen penjualan. Swasta menyebutkan bahwa ada faktor-faktor yang bisa memengaruhi besar kecilnya omzet penjualan. Faktor yang dimaksud dapat dibagi menjadi dua kategori, faktor internal dan eksternal, sebagai berikut:

- a. Faktor Internal adalah faktor yang ditentukan oleh orang-orang yang berkepentingan di internal suatu perusahaan, seperti:
  - 1) Kemampuan organisasi untuk mengembangkan produk yang akan di pasarkan atau diperjual belikan.
  - 2) Penetapan harga dan promosi terbaru yang ditentukan oleh perusahaan.
  - 3) Kewajiban pengusaha untuk memperoleh perantara

---

<sup>47</sup> Charazevo Reynaldo dan Yonathan Palinggi, “Analisis Forecasting Volume Penjualan Produk Indihome PT. Telkom Cabang Tenggarong”, *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, Vol. 20, No. 2, (2020), 4.

yang dipekerjakan untuk perusahaan.

b. Faktor Eksternal adalah faktor yang tidak dapat diperhitungkan oleh pelaku usaha atau perusahaan, seperti:

- 1) Perluasan ekonomi perdagangan baik nasional maupun perdagangan moneter; dan
- 2) Keterlibatan pemerintah dalam masalah ekonomi, perdagangan, dan kebijakan moneter.
- 3) Terjadinya persaingan pasar,

Beberapa faktor di atas menjelaskan bahwa konsumen akan mempertimbangkan faktor eksternal pada peraturan pemerintah tentang perdagangan halal atau produk yang bersertifikasi halal, diikuti faktor internal kualitas produk dan harga. Eksekusi strategi penjualan pada perusahaan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor sebagai berikut:

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual maupun pembeli akan melibatkan dua pihak utama dalam setiap penjualan. Seorang penjual harus dapat berkomunikasi dengan pembeli agar transaksi berhasil dan memenuhi harapan penjual. Komunikasi ini harus berfokus pada sifat dan karakteristik produk yang dijual, harganya, dan ketentuan lain untuk bertransaksi, antara lain, seperti ketentuan pembayaran, kebijakan pengembalian, dan jaminan. Sifat-sifat berikut ini harus dimiliki oleh setiap pedagang: sopan, pandai

bergaul, pandai berbicara, memiliki kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur, dan memahami mekanisme perdagangan.

b. Kondisi Pasar

Pasar disebut sebagai kelompok pembeli yang sering melakukan transaksi dalam penjualan, juga dapat mempengaruhi kegiatan penjualan. Perlu diketahui faktor-faktor berikut: jenis pasarnya, sasaran pembeli atau segmen pasarnya, frekuensi pembelian yang dilakukan di sana, dan kebutuhan pembeli dan yang disediakan penjual.<sup>48</sup>

c. Modal

Modal adalah faktor penting dalam penjualan karena semuanya dapat berjalan jika penjual memiliki modal yang diperlukan.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Kondisi untuk bisnis besar dan kecil berbeda. Dalam perusahaan besar, penjualan ditangani oleh ditangani oleh orang-orang yang ahli dalam bidang penjualan. Namun, dalam bisnis kecil, masalah penjualan ditangani oleh individu yang juga terlibat dalam aktivitas lain-lainnya.

e. Faktor – faktor lain

Faktor lain yang sering memengaruhi penjualan antara lain periklanan, *point reward*, dan potongan harga. Hal

---

<sup>48</sup> Dadang Suparman, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor DiPT. SLM (Selamat Lestari Mandiri)”, *Jurnal Ekonomedia*, Vol. 7, No. 2, (2018), 9.

terpenting yang bisa dilakukan oleh bisnis kecil adalah membuat produk dengan kualitas yang selalu baik secara konsisten.<sup>49</sup> Peningkatan penjualan sangat erat kaitannya dengan niat konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak. Menurut Balawera, "pembelian" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses pembelian di mana konsumen didorong untuk melakukan perilaku tertentu, seperti melakukan pembelian atau bahkan menggunakan produk dan layanan yang ada.<sup>50</sup> Salah satu faktor lainnya yang bisa memengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu produk adalah penempatannya sebagai produk halal, yang diberikan oleh perusahaan yang memproduksinya. Hal ini karena umat Islam memahami bahwa menggunakan produk berlabel halal akan bermanfaat baik untuk orang yang mengonsumsi, menjadi berkah dan sehat, yang pada akhirnya akan meningkatkan kecenderungan mereka untuk membeli kembali.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Ibid, 10.

<sup>50</sup> Asrianto Balawera, "Green Marketing Dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4,(2013).75.

<sup>51</sup> Pramuditya Gama Nuari, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, Kompetitif, Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di RM Ayam Bakar Wong Solo", *Jurnal Ilmiah*, (Malang: Universitas Brawijaya,2021),1.