

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia semakin hari semakin meningkat. Menurut kajian firma konsultan MicKinsey yang diterbitkan pada tahun 2012 memperkirakan bahwa Indonesia pada tahun 2030 akan menjadi kekuatan ekonomi nomor tujuh di dunia.¹ Banyak hal yang dapat dirasakan dari perekonomian Indonesia yang semakin meningkat. Misalnya: pendidikan yang semakin baik, masyarakat semakin sejahtera, pengangguran berkurang dan lain sebagainya. Hal itu disebabkan karena, banyaknya UMKM yang bermunculan di masyarakat. Berikut ini data jumlah UMKM pada tahun 2012-2017:

Data jumlah UMKM tahun 2012-2017

Indikator	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	55.206.44	56.534.592	57.895.721	59.262.772	61.651.177	62.922.617
Usaha Mikro (UM)	54.559.969	55.856.176	57.189.393	58.521.987	60.863.578	62.106.900
Usaha Kecil (UK)	602.195	629.418	654.222	681.522	731.047	757.090
Usaha Menengah (UM)	44.280	48.997	52.106	59.263	56.551	58.627

Tabel 1.1 Data jumlah UMKM tahun 2012-2017

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

UMKM merupakan usaha yang kuat terhadap goncangan. Terbukti saat terjadi krisis pada tahun 1997-1998, UMKM tidak mengalami kekacauan, sedangkan perusahaan besar malah mengalami kebangkrutan. UMKM dapat meningkatkan perekonomian negara karena, mampu

¹ <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180404134501> diakses pada 21 Juli 2019 pukul 17.42 WIB.

membuka lapangan kerja sehingga meminimalisir pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah semakin serius dalam menggandeng UMKM, yang dibuktikan dengan dibuatnya peraturan tentang UMKM yang tercantum dalam UU No. 20 Tahun 2008.²

Peraturan mengenai UMKM memang sudah dibuat sejak tahun 2008. Namun, bukan berarti UMKM sepenuhnya bebas dari hambatan dalam perkembangannya. UMKM masih mengalami beberapa kendala diantaranya adalah karena persaingan dengan produk impor, permodalan, kurangnya penggunaan alat teknologi, rendahnya pengetahuan dan keterampilan Sumber Daya Manusia (SDM). Meskipun, banyak kendala yang dihadapi UMKM, namun UMKM terus menunjukkan eksistensinya. UMKM biasanya memproduksi mulai dari makanan ringan hingga industri. Pemerintah berusaha selalu menggandeng UMKM, selain dengan dibuatnya UU tentang UMKM, pemerintah sering membiayai pemilik UMKM untuk mengadakan bazar di berbagai daerah di Indonesia. Hal itu berfungsi agar pemilik UMKM dapat mempromosikan produknya sehingga produknya semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Masyarakat yang awalnya tidak mengenal produk dari UMKM yang terdapat di daerah lain dapat mengenalnya. Promosi merupakan bagian dari pemasaran. Pemasaran bisa diartikan dengan suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu atau kelompok yang saling membutuhkan guna mendapatkan sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan dengan cara

² www.bi.go.id diakses pada tanggal 1 Desember 2018 pukul 15.32 WIB.

menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.³ Dalam pemasaran terdapat 4 unsur diantaranya adalah produk, harga, tempat, dan promosi.

Promosi merupakan salah satu hal terpenting dalam pemasaran produk UMKM. Karena, dengan adanya promosi dapat menunjang penjualan produk UMKM, sebab tanpa promosi sulit bagi konsumen untuk mengenal produknya. Namun, apabila promosi tidak dilakukan sesuai teori promosi maka, bisa jadi tidak dapat berpengaruh baik pada UMKM. Sebab, yang dimaksud promosi yaitu kegiatan memberitahukan dan mempengaruhi pasar atau konsumen tentang produk suatu perusahaan, sehingga pasar atau konsumen tersebut, dapat mengetahui produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan.⁴

Sebuah perusahaan atau pelaku usaha akan berupaya agar usahanya dapat berdiri tegak ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. Selain dengan promosi, UMKM juga terus memperbaiki kualitas produknya. Karena, banyaknya umat muslim di Indonesia maka, sebagian UMKM juga melakukan permohonan sertifikasi halal. Hal itu bisa jadi karena tuntutan dari Direktorat Ekektif *Indonesia Halal Watch* (IHW) yang bernama Ihsan, beliau mengatakan bahwa pada tahun 2019 produk yang dijual wajib memiliki label halal.⁵ Sertifikasi halal merupakan surat izin agar dapat

³ Khotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, cet. IV, (Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang, 2009), 6.

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

⁵ <https://www.google.co.id/amp/s/bisnis.tempo.co/amp1072363> diakses pada 15 November 2018 pukul 07.45 WIB.

mencantumkan label halal pada kemasan produk. Manfaat dari adanya label halal salah satunya untuk melindungi konsumen.

Sebagaimana dalam peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan persoalan kehalalan pangan. Hal ini dibuktikan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.⁶ Oleh karena itu, banyak bisnis yang mengajukan permohonan sertifikasi halal. Apabila telah melakukan permohonan, maka produsen berhak mencantumkan label halal pada produknya. Manfaat pencantuman label halal pada produk, salah satunya agar dapat bersaing dengan usaha lain. Karena, label halal merupakan salah satu cara guna meyakinkan konsumen sehingga, konsumen tertarik untuk membeli suatu produk dikarenakan produk tersebut halal. Dengan mayoritas masyarakat Jombang yang muslim bisa jadi label halal berpengaruh pada penjualan produk makanan UMKM. Adanya label halal untuk produk UMKM, dinilai sangat penting khususnya di kabupaten Jombang.

Kabupaten Jombang merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Timur dan memiliki banyak potensi di sektor UMKM dalam menunjang perekonomian daerah. Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, UMKM di kabupaten Jombang berjumlah 188.614

⁶Panji Adam, *“Kedudukan Label halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam”* Amwaluna, Vol. 1 No. 1, Januari 2017. 152.

unit.⁷ Terdapat komunitas usaha makanan dan minuman atau biasa disebut PERMAMIN Jombang (Perhimpunan Makanan dan Minuman kabupaten Jombang). PERMAMIN merupakan perkumpulan dari IKM (Industri Kecil Menengah) dan/atau UKM (Usaha Kecil Menengah) khusus di bidang makanan dan minuman. Perhimpunan tersebut mulai dirintis sejak tahun 2000. IKM (Industri Kecil Menengah) atau UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Dalam upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di kabupaten Jombang, pemerintah daerah setempat maupun pelaku UMKM tentu berusaha melakukan promosi untuk memasarkan produknya. Di samping itu, apabila UMKM yang telah berlabel halal, dinilai dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat khususnya masyarakat muslim sehingga tidak ada keraguan dalam mengkonsumsi produk-produk UMKM, hal tersebut berpotensi berpengaruh terhadap omzet penjualan bagi UMKM. Sehingga, UMKM akan semakin berkembang.

Promosi yang dilakukan dengan strategi yang tepat oleh para pelaku usaha dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan omzet penjualan, apalagi diimbangi oleh adanya label halal. Dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh berbagai sumber, menunjukkan bahwa promosi dan label halal terbukti dapat memberikan dampak dalam meningkatkan omzet penjualan. Dalam penelitian skripsi ini, peneliti akan meneliti apakah dengan adanya promosi dan label halal dapat

⁷ Diskopukm.jatimprov.go.id diakses pada tanggal 27 Juni 2019 pukul 8.40 WIB.

memberikan pengaruh terhadap omzet penjualan pada anggota Perhimpunan Makanan dan Minuman Kabupaten Jombang. Oleh sebab itu, berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti **“PENGARUH PROMOSI DAN LABEL HALAL TERHADAP OMZET PENJUALAN (Studi Kasus Perhimpunan Makanan dan Minuman di Kabupaten Jombang yang Berlabel halal)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terkait :

1. Bagaimana pengaruh promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada Perhimpunan Makanan dan Minuman Kabupaten Jombang yang berlabel halal secara simultan?
2. Manakah yang lebih dominan antara promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada Perhimpunan Makanan dan Minuman Kabupaten Jombang yang berlabel halal?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui promosi dan label halal secara simultan terhadap omzet penjualan pada PERMAMIN Kabupaten Jombang yang telah berlabel halal.

- b) Untuk mengetahui manakah yang lebih dominan berpengaruh antara promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada PERMAMIN Kabupaten Jombang yang berlabel halal.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam hal pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada PERMAMIN kabupaten Jombang yang telah berlabel halal.

b. Bagi Pembaca

Secara umum penelitian ini dapat membantu pembaca untuk memberikan suatu wawasan mengenai pengaruh dari promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada PERMAMIN kabupaten Jombang yang telah berlabel halal.

c. Bagi Universitas

Adanya penelitian ini akan memberikan suatu kontribusi referensi keilmuan dan informasi yang berhubungan dengan studi Ekonomi Islam yang diterapkan di masyarakat.

D. Kajian Pustaka

Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa persamaan dengan penelitian ini, akan tetapi secara global memiliki konsentrasi yang berbeda, antara lain:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nadya Arrezia pada tahun 2015 dengan judul *Pengaruh sertifikasi halal Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Jasaboga Kota Bogor*, yang dikeluarkan oleh Institut Pertanian Bogor. Dalam penelitian tersebut menjelaskan karakteristik pelaku UMKM jasaboga kota Bogor yang mengajukan sertifikat halal MUI, faktor-faktor yang mendukung pengajuan sertifikasi halal MUI pada UMKM jasaboga dan menganalisis bahwa adanya pengaruh kepemilikan sertifikat halal terhadap peningkatan penjualan UMKM jasaboga di kota Bogor. Persamaan skripsi tersebut dengan skripsi penulis adalah pengaruh label halal terhadap penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah variabel X penulis tidak hanya label halal, namun juga promosi. Sehingga skripsi penulis menjelaskan bagaimana pengaruh promosi dan label halal secara simultan terhadap omzet penjualan dan menjelaskan manakah yang lebih berpengaruh antara promosi ataukah label halal terhadap omzet penjualan pada PERMAMIN kabupaten Jombang yang berlabel halal.
2. Skripsi yang ditulis oleh Zulfadliah Nugeraha pada tahun 2013 dengan judul *Pengaruh promosi dalam meningkatkan Penjualan pada PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar*, yang dikeluarkan oleh

Universitas Negeri Alaudin Makassar. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang promosi yang digunakan PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar. Dalam hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap volume penjualan pada PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar. Persamaan skripsi tersebut dengan skripsi penulis adalah menjelaskan pengaruh promosi terhadap penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah objek dalam skripsi tersebut difokuskan pada satu perusahaan, sedangkan skripsi penulis terdapat beberapa produsen yang dijadikan objek penelitian.

E. Sitematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian ini penulis membagi sistematika penulisan menjadi lima bab, masing-masing bab memiliki keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lain.

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan tentang penegasan judul penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian, yaitu: teori pemasaran, sertifikasi halal, label halal, dan omzet penjualan.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini mencantumkan sekaligus menjelaskan jenis data, obyek penelitian, jenis penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini membahas tentang pengaruh pengaruh promosi dan label halal terhadap omzet penjualan pada anggota PERMAMIN di Kabupaten Jombang yang telah berlabel halal.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya. Penulis juga akan memberikan saran yang dapat dimanfaatkan oleh pihak pembaca, pengguna serta untuk peneliti selanjutnya yang sekiranya penelitian dapat dilanjutkan atau terdapat sebuah variabel yang layak untuk diteliti lagi.