

**DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HYPERMART
PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

UMI KULSUM
NIM. 140 2120 299

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKARAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 1440 H / 2018 M**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG
TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI
HYPERMART PALANGKA RAYA
NAMA : Umi Kulsum
NIM : 1402120299
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARI'AH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, September 2018

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Akhmad Dakhoir, MHI
NIP. 198207072006041003


Muzalifah, MSI
NIP. 198204032015032001

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Plt. Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah


Dra. Hj. Rahmaniar, M.Si
NIP. 195406301981032001


Ali Sadikin, M.Si
NIP. 197402011999031002

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Umi Kulsum

Palangka Raya, September 2018

Kepada
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : Umi Kulsum

NIM : 1402120299

Judul : **DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE**
SAMYANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DI HYPERMART PALANGKA RAYA

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada
program studi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I



Dr. Akhmad Dakhoir, MHI
NIP. 198207072006041003

Pembimbing II



Muzalifah, MSI
NIP. 198204032015032001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HYPERMART PALANGKA RAYA** oleh Umi Kulsum NIM : 1402120299 telah dimunqasyahkan Tim Munqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 07 September 2018

Palangka Raya, September 2018

Tim Penguji

1. Ali Sadikin, M.Si
Ketua Sidang

(.....)

2. Dr. Sadiani, MH
Penguji Utama/I

(.....)

3. Dr. Akhmad Dakhoir, MHI
Penguji II

(.....)

4. Muzalifah, M.Si
Sekretaris Sidang

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dra. Hj. Rahmانيar, M.Si
NIP. 195406301981032001

DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HYPERMART PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh: Umi Kulsum

Mie Samyang pada awalnya digemari masyarakat karena memiliki daya tarik tersendiri dengan rasa pedasnya. Namun juga menimbulkan keresahan dimasyarakat terhadap kehalalannya. Keresahan tersebut membuat masyarakat menjadi lebih waspada dalam memilih produk. Kejadian ini menimbulkan daya beli masyarakat terhadap mie Samyang menjadi turun dibandingkan sebelum adanya label halal. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap penjualan mie Samyang.

Rumusan masalah: (1) Bagaimana volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)? (2) Bagaimana dampak label halal terhadap volume penjualan sebelum dan sesudah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)?. Tujuan penelitian: (1) Untuk mengetahui volume penjualan mie samyang sebelum dan sesudah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), (2) Untuk mengetahui dampak label halal terhadap volume penjualan sebelum dan sesudah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian yaitu para staf bagian produk mie Samyang. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengabsahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik triangulasi teori dan triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Hasil penelitian ini, yakni: (1) Sebelum adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia, volume penjualan mie Samyang jauh lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya label halal tersebut. Penjualan mie samyang sesudah adanya label halal mengalami penurunan, sehingga perusahaan melakukan upaya yaitu promo katalog yang berdampak terhadap kenaikan volume penjualan mie Samyang dan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang semakin meningkat atau semakin besar. (2) Berdasarkan data laporan penjualan mie Samyang di Hypermart yang menunjukkan bahwa label halal tidak berdampak apapun terhadap penjualan mie Samyang tersebut bahkan membuat volume penjualan mie Samyang menurun, volume penjualan mie Samyang pada saat sebelum label halal diterbitkan sebesar 64,6% sedangkan pada saat sesudah label halal diterbitkan hanya sebesar 34,7%.

Kata Kunci: Mie Samyang, Dampak Label Halal, dan Volume Penjualan.

THE IMPACT OF HALAL LABEL ON SALES VOLUME OF MIE SAMYANG AT HYPERMART PALANGKA RAYA

ABSTRACT

By: Umi Kulsum

Samyang noodles which initially favored by public, because it has its own attractiveness with its spicy taste. But it also creates social disquiet about its halalness. This disquiet makes people more cautious in choosing products. This incident caused the people's purchasing power to Samyang noodles decrease before there is a halal label. Of course, this will affect the sale of Samyang noodles.

Problem of the study: (1) How is the sales volume of Samyang noodles before and after having a halal label from the Indonesian Council of Ulama? (2) How is the impact of the halal label on the sales volume before and after having a halal label from the Indonesian Council of Ulama?. Objective of the study: (1) To find out the sales volume of samyang noodles before and after having a halal label from the Indonesian Council of Ulama, (2) To find out the impact of halal label on sales volume before and after having a halal label the Indonesian Council of Ulama.

The method used in this study was descriptive qualitative research. The subject of this study are the employees who handle product of Samyang noodles. Data collection procedure are using observation, interview, and documentation. Data sources consist of primary data and secondary data. Data validation in this study used triangulation technique, consist of triangulation technique theory and source triangulation. Data analysis procedure used are data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing / verification.

The results of this study: (1) Before there is a halal label from the Indonesian Council of Ulama, the sales volume of Samyang noodles more bigger than after there is a halal label. The sales volume of Samyang noodles decrease after there is a halal label. So the company made an effort that is a catalog promo that has an impact to increase in the sales volume of Samyang noodles and affect to the company's profit that more increasing. (2) Based on sales data of Samyang noodles at Hypermart showed that Halal label have no impact to the sales volume of Samyang noodles even made the sales volume of Samyang noodles decrease, Samyang noodle sales report at showed that before there is a label halal was 64.6% and after there is a halal label only 34.7%.

Key Words: Samyang Noodles, The Impact of Halal Label, Sales Volume.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HYPERMART PALANGKA RAYA”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumil qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ibnu Elmi AS Pelu, SH. MH. Selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Ibu Dra. Hj. Rahmانيar, M.S.I selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Istla Yunisva Aviva, M.E.Sy selaku ketua Program Studi Ekonomi Syaria'ah di IAIN Palangka Raya.
4. Ibu Dr. St. Rahmah, M.Si selaku dosen penasehat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan.

5. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Ibu Muzalifah, MSI sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dan keselamatan selama menempuh pendidikan
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palangka Raya, September 2018

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“DAMPAK LABEL HALAL PADA MIE SAMYANG TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI HYPERMART PALANGKA RAYA”** benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, September 2018

Penulis



Umi Kulsum
NIM. 1402120299

MOTTO

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*wakuloo mimmaa razaqakumu allaahu halaalan thayyiban waittaquu allaaha
alladzii antum bihi mu/minuuna*

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.”

QS. al-Maaidah: 88



PERSEMBAHAN

Segala puji syukur ku panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas karunia-Nya serta kemudahan yang telah Dia berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan dan juga sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW. Dengan ini kupersembahkan karya ini kepada orang-orang yang mempunyai ketulusan jiwa yang senantiasa membimbingku dan menjadi sahabat selama aku dilahirkan ke dunia ini.

- ❖ *Teruntuk ayah dan ibuku tercinta Ramlan Rafi dan Rusdinatul Ilmiyah ku persembahkan karya ini untuk kalian yang tiada hentinya selama ini selalu memberikan semangat, dorongan, nasihat, kasih sayang, serta do'a-do'a yang selalu terpanjatkan setiap saat demi kesuksesanku.*
- ❖ *Buat sahabat-sahabatku Aliya Khairunnisa, Septi Musdalifah, Janna Dini Hardina, terima kasih atas bantuan, do'a, nasihat, canda tawa, tangis dan semangat yang kalian berikan selama kita kuliah bersama, aku tak akan melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini. Terima kasih telah memberikan warna-warni dalam kehidupanku.*
- ❖ *Terima kasih kepada pihak Hypermart yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan terima kasih pula telah memberikan data berkaitan dengan judul penelitian saya.*
- ❖ *Untuk saudara sepupu saya Ifaat, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membantu saya selama penelitian.*
- ❖ *Terima kasih pula kepada kak Dea yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir kuliah saya ini.*
- ❖ *Bapak Dr. Ahmad Dakhoir M.HI dan Ibu Muzalifah, MSI, selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak saya ucapkan kepada Bapak dan Ibu yang sudah membantu, menasihati, dan mengajari saya selama saya mengikuti perkuliahan dan juga dalam proses penyelesaian skripsi ini.*
- ❖ *Serta tidak lupa kepada seluruh dosen pengajar dan staf akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan, dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami.*
- ❖ *Semua teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2014 terkhusus teman-teman kelas saya yaitu kelas A, terima kasih telah berbagi ilmunya dan semua kenangannya selama ini. Serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian skripsi ini saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut daftar huruf Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain		Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---	Fathah	A	A
---	Kasroh	I	I
---	Dhommah	U	U

Contoh:

كَتَبَ : kataba

يَذْهَبُ : yazhabu

ذَكَرَ : zukira

سُئِلَ : su'ila

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ --	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ --	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَؤُلَ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ-اِ-اِى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِ-يِى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ-وِى	Ḍhommah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : qāla
رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla
يَقُولُ : yaqūlu

D. Ta Marbuṭah

Transliterasi untuk *ta marbuṭah* ada dua, yaitu:

1. Ta Marbuṭah hidup

Ta marbuṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan damah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbuṭah mati

Ta marbuṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbuṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbuṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raḍdah al-aṭfāl
raḍdatul-aṭfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah
al-Madīnatul-Munawwarah

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu:

Contoh:

رَبَّانَا : rabbanā
الْبِرَّ : al-birr
نَزَّلَ : nazzala
الْحَجَّ : al-h}ajju

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik yang diikuti huruf *Syamsiah* maupun huruf *Qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu

الْقَلَمُ : al-qalamu

G. *Hamzah* (ء)

Telah dinyatakan di atas di dalam Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah*(ء)ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah*(ء)itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal:

أَمِرْتُ : umirtu

أَكَلَ : akala

Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuḏūna

تَأْكُلُونَ : ta'kulūna

Hamzah di akhir:

سَيِّءٌ : syai'un

النَّوْءُ : an-nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَفُؤَا الْكَيْلِ وَالْمِيزَانِ : Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna
Fa aufūl-kaila wal-mīzāna

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا : Bismillāhi majrēhā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : Wa mā Muḥammadun illā rasūl
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ : Syahru Ramaḍāna al-laẓī unzila fīhi al-Qur'an

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ : Naṣrum minallāhi wa faṭḥun qarīb
لِلَّهِ : Lillāhi al-amru jamī'an
الْأَمْرُ جَمِيعًا : Lillāhi amru jamī'an

Sumber : Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya*, Palangka Raya: STAIN Palangka Raya Press, 2007.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GRAFIK	xxi
DAFTAR SINGKATAN	xxii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Batasan Masalah.....	6
E. Kegunaan Penelitian	7

F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Deskripsi Teoritik.....	13
1. Teori Label Halal	14
2. Teori Volume Penjualan	25
3. Konsep Dampak	30
C. Kerangka Berfikir dan Pertanyaan Penelitian	31
1. Kerangka Pikir	31
2. Pertanyaan Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
1. Waktu Penelitian	34
2. Tempat Penelitian	34
B. Jenis, Objek, dan Subjek Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Objek dan Subjek Penelitian	35
C. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Observasi	37
2. Wawancara	38
3. Dokumentasi	39
D. Sumber Data.....	39
1. Data Primer	40

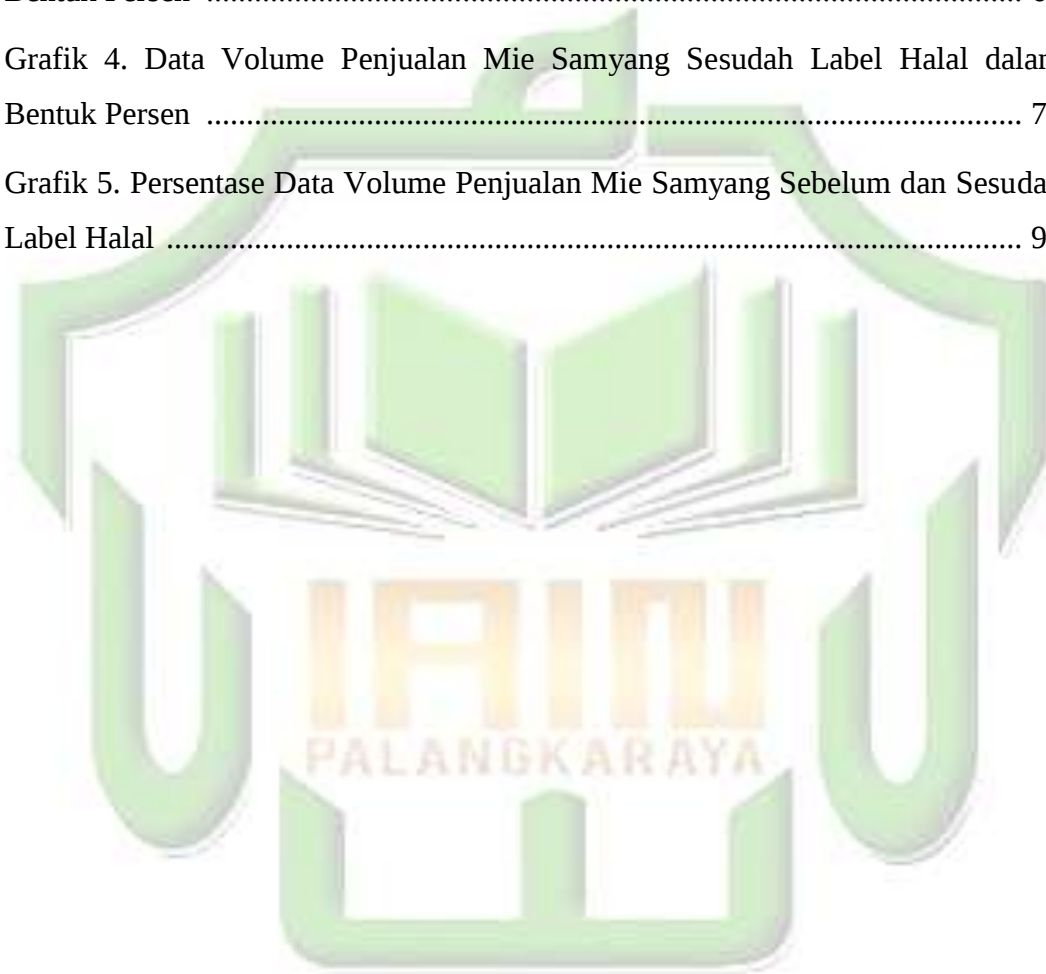
2. Data Sekunder	40
E. Pengabsahan Data	41
F. Analisis Data	42
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Penyajian Data Dampak Label Halal Pada Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan di Hypermart Palangka Raya	46
C. Analisis Data	57
1. Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal	57
2. Dampak Label Halal Terhadap Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal	80
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
C. Keterbatasan Penelitian	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Perbedaan Penelitian	12
Tabel 2. Subjek Penelitian.....	36
Tabel 3. Informan Konsumen	37
Tabel 4. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal	52
Tabel 5. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal	54
Tabel 6. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal dalam Bentuk Persen	63
Tabel 7. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal dalam Bentuk Persen	69
Tabel 8. Persentase Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Label Halal	93

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal	53
Grafik 2. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal	55
Grafik 3. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal dalam Bentuk Persen	64
Grafik 4. Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal dalam Bentuk Persen	70
Grafik 5. Persentase Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Label Halal	94



DAFTAR SINGKATAN



BALITBANG	: Badan Penelitian, Pengembangan, Inovasi, dan Teknologi
BPOM	: Badan Pengawas Obat Dan Makanan
HAS	: Halal Assurance System
HIPMI	: Himpunan Pengusaha Muda Indonesia
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
LPPOM	: Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika
MTC	: Megatop Trade Center
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
PT	: Perseoran Terbatas
SAW	: Shallahu'alaihi Wasallam
SJH	: Sistem Jaminan Halal
SLTP	: Sekolah Lanjutam Tingkat Pertama
SMA	: Sekolah Menengah Atas
STIE	: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
STIH	: Sekolah Tinggi Ilmu Hukum
STM	: Sekolah Teknik Menengah
SWT	: Subhanahu Wa Ta'ala
UU	: Undang-Undang

The logo of Universitas Palangkaraya is a green shield-shaped emblem. Inside the shield, there is a stylized representation of an open book with green pages. Below the book, the word "PALANGKARAYA" is written in a smaller, orange-brown font. The entire logo is centered in the background of the page.

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis suatu perusahaan tentu dirasa cukup ketat. Untuk itu perusahaan memerlukan sesuatu yang menjadi faktor penting dalam menguatkan *branding* usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang menjadi pembeda terhadap kompetitor atau para pesaingnya yang biasanya disebut dengan nama label. Label ini menjadi atribut sebagai informasi bagi konsumen dari barang yang ingin dibelinya, sehingga sebelum membeli biasanya konsumen dapat membaca informasi yang tertera pada label produk tersebut.

Label merupakan alat penyampai informasi tentang produk yang tercantum pada kemasan dalam suatu barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Selain memberikan informasi mengenai nama produk, label juga memberikan informasi mengenai daftar bahan-bahan yang terkandung dalam produk, biasanya label juga memberikan informasi yang berisi tentang berat bersih produk tersebut, daya tahan waktu ketahanan dari produk, maupun nilai ataupun kegunaan produk yang biasa beserta keterangan tentang halal dari produk tersebut.¹ Kesadaran produsen untuk mencantumkan label halal pada produknya adalah suatu keharusan, hal ini dikarenakan mayoritas penduduk negara Indonesia adalah beragama Islam.

¹ Yuli Mutiah Dan Syaad Afifuddin, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Univesitas Al-Washliyah Medan)*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol. 1, No.1, 2012, h. 36.

Produsen harus menggunakan bahan-bahan yang halal, dan menghindari bahan-bahan yang tidak halal yang biasanya tercantum dalam suatu label produk.²

Suatu negara perlu menjamin produk yang ada dinegaranya mengeluarkan sertifikasi halal terutama untuk negara yang mayoritas masyarakatnya adalah muslim, salah satunya Indonesia. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, sehingga setiap produsen perusahaan berkewajiban untuk memberikan informasi kepada konsumennya bahwa produk makanan tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi melalui logo halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.³ Sehingga melalui logo halal tersebut para konsumen dapat mengetahui produk mana yang memang telah halal sesuai syariat yang diatur dalam agama Islam.

Sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dapat memberikan keamanan, kenyamanan bagi para masyarakat dalam menggunakan maupun mengonsumsi suatu produk. Makanan yang halal

² Friska Ester dan I Ketut Sandi Sudarsana, *Peranan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen Dalam Aspek Perlindungan Konsumen*, Artikel Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana, h. 5.

³ Ibid.

serta baik adalah merupakan makanan yang mengandung banyak khasiat serta baik untuk kesehatan. Allah SWT. pada dasarnya telah menciptakan segala apa yang ada di bumi ini adalah halal melainkan terdapat bahaya di dalamnya, maka Allah SWT. mengharamkannya.⁴ Dalam masalah makanan, kebanyakan makanan dianggap halal kecuali bahan-bahan makanan khusus yang telah disebutkan dalam Al-Qur'an atau Hadist (perkataan Nabi Muhammad SAW).⁵ Makanan yang baik adalah makanan yang dianggap lezat mengikut citarasa manusia yang normal. Makanan yang buruk adalah makanan yang dianggap jijik oleh manusia yang normal.⁶ Masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim mewajibkan mengkonsumsi makanan yang tentunya telah memiliki label halal.

Seperti halnya pada yang terdapat pada produk mie instan asal Korea dengan merek Samyang yang diimpor dari PT. Korinus yang dijual disalah satu supermarket di kota Palangka Raya. Mie Samyang merupakan mie korea yang merupakan produk mie instan dengan memiliki cita rasa yang sangat pedas yang diproduksi dari Negara Korea Selatan. Mie Samyang ini digemari karena memiliki rasa yang terkenal dengan rasa pedasnya yang memberikan daya tarik tersendiri untuk mencicipi rasa pedasnya mie instan ini. Selain itu, mie Samyang memiliki porsi lebih

⁴ Salma Binti Mat Yasim, *Makanan Halal: Kepentingannya Menurut Perspektif Islam*, Tesis Universiti Teknologi Malaysia, 2011, h. 2.

⁵ Mohammad Jauhar, *Makanan Halal Menurut Islam*, Jakarta: PT. Prestasi Pustaka, 2009, h. 19.

⁶ Salma Binti Mat Yasim, *Makanan Halal: Kepentingannya Menurut Perspektif Islam*, h. 2.

besar dibandingkan mie instan pada umumnya sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi para penikmat mie Samyang itu sendiri.

Mie Samyang yang berasal dari Korea Selatan didistribusikan langsung dari distributor mie Samyang yang berada di Indonesia yaitu Heonz Corporation yang terletak di jalan TB Simatupang Kav. 18 Jakarta dan diperjual belikan secara bebas di setiap supermarket yang ada dipenjuru berbagai kota salah satunya di Palangka Raya. Beberapa tahun belakangan popularitas dari mie Samyang asal Korea Selatan ini kian tak terbendung dimana saja. Salah satu pemicu dari fenomena mie Samyang ini adalah adanya *challenge* mengkonsumsi mie Samyang dengan waktu tertentu maupun porsi lebih besar disertai tingkat kepedasan yang menjadi lebih tinggi. *Challenge* ini tersebar diberbagai akun media sosial berupa video ketika mengkonsumsi mie Samyang. Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) telah mengeluarkan fatwa halal untuk beberapa varian mie Samyang dengan merek baru yaitu Samyang Green. Varian rasa yang sudah dinyatakan halal yaitu Samyang Green Original, Samyang Green Cheese, dan Samyang Green Ice.⁷

Namun, polemik⁸ mie Samyang muncul. Faktanya yang pernah terjadi di lapangan bahwa Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menemukan sejumlah mie instan asal Korea mengandung unsur babi

⁷ Kumparannews, 2017. LPPOM MUI: 3 Varian Produk Green Samyang Sudah Halal, <https://kumparan.com/@kumparannews/lppom-mui-3-varian-produk-green-samyang-sudah-halal> (Online 08 April 2108).

⁸ Perdebatan mengenai suatu masalah yang dikemukakan secara terbuka dalam media massa.

seperti merek Samyang (dua varian), yaitu Nongshim dan Ottogi. Produk tersebut di antaranya U-Dong, Nongshim Shim Ramyun Black, Samyang rasa Kimchi, dan Ottogi Yeul Ramen, di antara empat rasa tersebut diproduksi oleh PT. Koin Bumi.⁹ Pada saat kabar tersebut beredar, penjualan PT. Korinus sempat terdampak terhadap isu produk Samyang yang tidak halal karena pada saat itu produk Mie Samyang yang diimpor dari PT. Korinus tersebut belum memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) tetapi telah memiliki sertifikasi halal dari Korea Muslim Federation (KMF) dan telah mendapatkan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).¹⁰

Indonesia sebagai salah satu negara yang mengimpor mie Samyang dan memiliki konsumen dari berbagai kalangan tentu merasa khawatir dengan *issue* ini. Ditambah lagi orang Indonesia tentu sangat sulit untuk membaca bahasa Hangeul Korea sehingga menjadi sulit untuk memastikan mie Samyang tersebut haram atau halal karena produk kemasan mie Samyang beserta bahan-bahan yang terkandung didalam kemasan mie Samyang menggunakan bahasa korea.

Mie Samyang yang pada awalnya digemari masyarakat dan memiliki daya tarik tersendiri terhadap rasa pedasnya, menimbulkan keresahan dimasyarakat terhadap kehalalan dari produk ini. Masyarakat

⁹ Liputan 6, 2017. YLKI : Waspada Mie Korea, Diduga Mengandung Babi, <http://health.liputan6.com/read/3127356/ylki-waspada-mie-korea-diduga-mengandung-babi> (Online 14 Januari 2018).

¹⁰ Kompas.com, 2017. MUI Terbitkan Sertifikasi Halal Mi Samyang, <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/11/13/21115791/mui-terbitkan-sertifikasi-halal-mi-samyang> (Online 08 April 2018).

menjadi lebih waspada dalam memilih produk. Kejadian ini menimbulkan daya beli masyarakat terhadap mie Samyang menjadi turun dibandingkan sebelumnya. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap penjualan mie Samyang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul **“Dampak Label Halal Pada Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan Di Hypermart Palangka Raya”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)?
2. Bagaimana Dampak Label Halal Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).
2. Untuk Mengetahui Dampak Label Halal Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

D. Batasan Masalah

Dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas. Label halal adalah bukti adanya perlindungan konsumen dari

bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, produk yang bahan bakunya tercemar dan merusak atau membahayakan dengan menjamin produk makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika aman dari bahan yang membahayakan konsumen. Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Menambah wawasan pengetahuan penulis dibidang kelimuan Ekonomi Islam khususnya tentang Dampak Label Halal Terhadap Volume Penjualan.
- b. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang hukum ekonomi.
- c. Dapat dijadikan tital tolak bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

- b. Sebagai literatur sekaligus sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur kesyari'ahan bagi kepastakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dari penelitian ini, terdiri dari 3 Bab, yaitu secara rinci sebagai berikut:

Bab I, menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, Kajian Pustaka, yang isinya memaparkan aspek-aspek teoritis tentang fenomena atau masalah yang diteliti.¹¹

Bab III, Metode Penelitian yang terdiri dari jenis, objek, dan subjek penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

Bab IV, penyajian dan analisis yang berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data tentang volume penjualan mie Samyang sebelum label halal dan volume penjualan mie Samyang sesudah memiliki label halal. Analisis data tentang dampak volume penjualan Mie Samyang sebelum dan sesudah memiliki label halal di Hypermart Palangka Raya.

Bab V, penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran, dan keterbatasan penelitian.

¹¹ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Penelitian Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011, h. 213.



BAB II

KAJIAN

PUSTAKA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran yang peneliti lakukan didapatkan beberapa judul penelitian sebelumnya, yakni sebagai berikut:

Parida Muliana, (2012) meneliti tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour’s Mart Pekanbaru”. Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut dinyatakan bahwa hasil regresi secara simultan menunjukkan nilai signifikansi probabilitas sebesar $0.001 < 0.05$, maka hipotesis diterima, hasil ini menunjukkan bahwa harga, produk, promosi, dan persaingan mempengaruhi tidak tercapainya target penjualan produk pada mini market colour’s mart pekanbaru. Nilai R sebesar 0.471 berarti hubungan secara bersama-sama antara variabel dependent dan variabel independent lemah karena nilai R sebesar 0.471 jauh dari 1. Nilai R Adjusted quare sebesar 0.180 yang artinya 18% dari harga, produk, promosi dan persaingan mempengaruhi tidak tercapainya terget penjualan produk pada

mini market colour's mart pekanbaru, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.¹²

Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaannya terletak pada objek penelitian yaitu mengkaji volume penjualan pada produk. Sedangkan, perbedaannya terletak pada permasalahan dalam penelitian ini adalah harga, produk, promosi, dan persaingan apakah menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi tidak tercapainya target penjualan produk pada mini market colour's mart pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian Mini Market Colour's Mart Pekanbaru.

Karlina Boedileksono, (2007), meneliti tentang “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan” (Studi kasus pada PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta)”. Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut dinyatakan bahwa pengaruh atau kontribusi promosi terhadap volume penjualan adalah positif sebesar 56%, dan koefisien regresi kegiatan periklanan sebesar 62,581 dan koefisien regresi kegiatan promosi penjualan sebesar 158,194. Kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan adalah kegiatan promosi penjualan. Hal ini

¹² Parida Muliana, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour's Mart Pekanbaru, Skripsi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2012.

dapat dilihat dari nilai koefisien regresi variabel promosi penjualan lebih besar daripada nilai variabel koefisien regresi periklanan.¹³

Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaannya terletak pada objek penelitian yaitu mengkaji mengenai volume penjualan. Sedangkan, perbedaannya yaitu penelitian ini membahas mengenai apakah ada pengaruh antara bauran promosi terhadap volume penjualan pada PT. Intan Tunggal Kharisma Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta.

Yuliana, (2015), meneliti tentang “Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang”. Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut dinyatakan bahwa Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulan Hijab Semarang berkaitan erat antara pengembangan produk dengan penjualan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang diperoleh dari Miulan yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak perlu ragu dalam melakukan pengembangan produk, karena dengan pengembangan produk perusahaan

¹³ Karlina Boedileksono, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan” (Studi kasus pada PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta), Skripsi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2007.

tidak akan mengalami penurunan penjualan, sebaliknya pengembangan produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan.¹⁴

Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaannya yaitu penelitian ini mengkaji mengenai volume penjualan dan jenis penelitiannya yaitu kualitatif. Sedangkan, perbedaannya pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengembangan produk yang dilakukan Miulan Hijab, dan sejauhmana peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulan Hijab. Subjek penelitian pegawai di Miulan Hijab Semarang.

Untuk memudahkan dalam membedakan penelitian penulis dengan para peneliti sebelumnya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Parida Muliana (2012), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour’s Mart Pekanbaru”	Mengkaji mengenai volume penjualan	Permasalahan dalam penelitian ini adalah harga, produk, promosi, dan persaingan apakah menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi tidak tercapainya target penjualan produk pada mini market colour’s mart pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian Mini Market Colour’s Mart Pekanbaru.

¹⁴ Yuliana, Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang), Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015.

2.	Skripsi Karlina Boedileksono (2007, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan” (Studi kasus pada PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta)”)	Mengkaji mengenai volume penjualan	Pada penelitian ini membahas mengenai apakah ada pengaruh antara bauran promosi terhadap volume penjualan pada PT. Intan Tunggal Kharisma Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Subjek penelitian PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta.
3.	Skripsi Yuliana (2015), “Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang)”	Mengkaji mengenai volume penjualan. Jenis penelitian kualitatif.	Pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengembangan produk yang dilakukan Miulan Hijab, dan sejauhmana peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di Miulan Hijab. Subjek penelitian pegawai di Miulan Hijab Semarang.

Sumber: Diolah oleh penulis

B. Deskripsi Teoritik

Deskripsi teoritik berisikan beberapa teori dan konsep yang berkaitan dengan judul penelitian yang peneliti angkat diantaranya ada teori label halal, teori volume penjualan, dan konsep dampak.

1. Teori Label Halal

Peneliti memasukkan didalam teori label halal yang berisi penjelasan berupa pengertian label, pengertian halal, pengertian label halal, tujuan label halal pada produk, dan standarisasi bahan pangan halal menurut MUI.

a. Pengertian Label

Label merupakan alat penyampai informasi tentang produk yang tercantum pada kemasan. Selain memberikan informasi mengenai nama produk, label juga memberikan informasi daftar bahan yang terkandung dalam produk, berat bersih, daya tahan, nilai ataupun kegunaan produk serta keterangan tentang halal.¹⁵

Menurut Fajar Laksana label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa tentang keterangan keterangan tentang produk tersebut. Label merupakan ciri lain dari produk yang perlu diperhatikan. Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya.¹⁶

Label bisa merupakan bagian sebuah kemasan, atau merupakan etiket lepas yang ditempelkan pada produk. Sewajarnya

¹⁵ Yuli Mutiah Dan Syaad Afifuddin, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Univesitas Al-Washliyah Medan)*, Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol. 1, No.1, 2012, h. 36.

¹⁶ Menurut Fajar Laksana dalam Skripsi Fatkhurohmah, *Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal*” dalam Skripsi Universitas Yogyakarta, 2015, h. 35.

jika antara kemasan, label, dan merek terjalin satu hubungan yang erat sekali. Berikut ini fungsi label, yaitu:

1. *Identifies* (identifikasi): label dapat mengenalkan mengenai produk.
2. *Grade* (nilai): label dapat menunjukkan nilai atau kelas suatu produk.
3. *Diskribe* (memberikan keterangan): Label akan menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari suatu produk, dimana produk dibuat, kapan produk dibuat, apa komposisi dari produk tersebut, bagaimana cara penggunaan produk secara aman.
4. *Promote* (mempromoskan): Label akan mempromosikan lewat gambar dan produk menarik.¹⁷

Secara garis besar terdapat tiga macam label yaitu:

- a. *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive Label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.

¹⁷ Menurut Kotler dalam Skripsi Tri Widodo, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015, h. 9.

- c. *Grade Label*, yaitu label yang mengidentifikasikan penilaian kualitas produk (product's judged quality) dengan suatu huruf, angka, atau kata.¹⁸

b. Pengertian Halal

Halal adalah istilah bahasa Arab yang berarti diperbolehkan secara hukum.¹⁹ Dari segi bahasa, pengertian halal ialah perkara atau perbuatan yang dibolehkan, diharuskan, diizinkan atau dibenarkan syari'at Islam. Dalam aspek makanan, minuman, obat, kosmetika, dan barang guna halal ialah makanan atau barang guna yang harus atau tidak dilarang untuk dimakan atau digunakan oleh orang-orang Islam.²⁰ Dalam masalah makanan, kebanyakan makanan dianggap halal kecuali bahan-bahan makanan khusus yang telah disebutkan dalam al-Qur'an atau Hadist (perkataan Nabi Muhammad SAW). Manusia tidak bisa mengubah hukum haram menjadi halal. Apa yang dianggap haram adalah menjadikan hal-hal yang haram menjadi halal.²¹

Aisjah Girindra mengatakan dalam bukunya *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal* mengatakan secara umum ada tiga kategori makanan yang dikonsumsi manusia adalah nabati, hewani dan

¹⁸ Menurut Tjiptono dalam Skripsi Tri Widodo, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015, h. 8-9.

¹⁹ Mohammad Jauhar, *Makanan Halal Menurut Islam*, h. 19.

²⁰ Departemen Agama R.I., peny. Imam Masykoer Alie, *Bunga Rampai: Jaminan Produk Halal Di Negara Anggota MABIMS*, Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, 2003, h. 21-22.

²¹ Mohammad Jauhar, *Makanan Halal Menurut Islam*,... h. 19.

produk olahan. Makanan bahan nabati secara keseluruhan adalah halal, karena itu boleh dikonsumsi kecuali yang mengandung racun, bernajis, dan/atau memabukkan. Adapun makanan yang berasal dari hewani terbagi dua, yaitu hewan laut yang secara keseluruhan boleh dikonsumsi dan hewan darat yang hanya sebagian kecil saja yang tidak boleh dikonsumsi. Sementara itu kehalalan atau keharaman makanan olahan sangat tergantung dari bahan (baku, tambahan, dan/atau penolong) dan proses produksinya.²²

Dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bahkan bukan cuma halal, tetapi juga *thayyib* (baik). Para ulama menafsirkan *thayyib* sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan.²³ Makanan yang baik adalah makanan yang dianggap lezat mengikut citarasa manusia yang normal. Makanan yang buruk adalah makanan yang dianggap jijik oleh manusia yang normal. Firman Allah dalam Q.S. al-A'raf, 157:

...وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ...

Artinya: “.....dan ia menghalalkan bagi mereka segala benda yang baik, dan mengharamkan kepada mereka segala benda yang buruk.....”²⁴

²² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, Jakarta, Kencana, 2013, h. 111.

²³ Ady Syahputra Dan Haroni Doli Hamoraon, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 8, h. 475.

²⁴ Kementerian Agama R.I., *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan), jilid III, Jakarta: Lentera Abadi, 2010, h. 492.

Makanan yang halal serta baik adalah merupakan makanan yang mengandung banyak khasiat serta baik untuk kesehatan. Allah SWT pada dasarnya telah menciptakan segala apa yang ada di bumi ini adalah halal melainkan terdapat bahaya di dalamnya, maka Allah SWT. mengharamkannya.²⁵ Firman Allah SWT dalam Q.S. al-Baqarah, 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah (Allah) yang menjadikan untuk kamu segala yang ada di bumi, kemudian ia menuju dengan kehendakNya ke arah (bahan-bahan) langit, lalu dijadikannya tujuh langit dengan sempurna; dan ia maha mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.”²⁶

c. Pengertian Label Halal

Label halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI.²⁷

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan wadah musyawarah para Ulama, Zu’ama dan Cendikiawan Muslim

²⁵ Salma Binti Mat Yasim, *Makanan Halal: Kepentingannya Menurut Perspektif Islam*, h. 2.

²⁶ Kementerian Agama R.I., *Al-Qur’an dan Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan), jilid I, Jakarta: Lentera Abadi, 2010, h. 69.

²⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan (*ifta'*) yang senantiasa timbul dan dihadapi masyarakat Indonesia. Hal yang mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan dan mazhabnya. Oleh karena itu, fatwa yang dikeluarkan oleh MUI diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijakan.²⁸

Pemerintah di Indonesia juga mengatur tentang jaminan produk halal yang tercantum dalam UU Nomor 33 tahun 2014, pada UU ini Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Hal ini bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat yang akan mengkonsumsi produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.²⁹

Kehadiran sertifikasi halal diterima dengan tangan terbuka oleh masyarakat. MUI sendiri dianggap sebagai institusi keagamaan yang sah dan kredibel dalam mewakili kepentingan umat Islam. Pengawasan dilakukan oleh MUI meliputi produk-

²⁸ Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, Jakarta: Erlangga, 2011, h.13.

²⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

produk makanan (dan minuman), obat-obatan, dan kosmetika, melalui LPPOM. Dalam perkembangannya, sertifikasi halal berbentuk selembur kertas berisi pengakuan dari MUI, diteruskan dengan pencantuman tulisan Arab (حلال) dalam kemasan produk yang disebut dengan label halal Sementara, sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Kepemilikan sertifikasi halal merupakan syarat agar dapat mencantumkan label halal sehingga dapat diketahui bahwa produsen memegang sertifikasinya. Selain itu, logo halal harus ditunjukkan kepada masyarakat luas agar diketahui halal tidaknya produk yang diedarkan. Tulisan halal dengan aksara Arab pada dasarnya bukan berasal dari peraturan yang dikeluarkan oleh MUI, tetapi diinisiasi sendiri oleh para produsen. Hal tersebut sebagai kelanjutan dari diperolehnya sertifikasi halal. Sikap tersebut kemudian memengaruhi produsen-produsen yang lain, seolah-olah menjadi kesepakatan bersama untuk mencantumkan label halal dalam setiap produk yang beredar di pasaran. Tentunya pengusaha tidak ingin sia-sia bahwa produk yang dikeluarkan telah halal tanpa diketahui oleh masyarakat luas. Label halal baru diwajibkan kepada pengusaha pada tahun 1996. Peraturan ini muncul setelah dilihat pentingnya sertifikasi halal untuk melindungi kepentingan umat Islam di Indonesia. Produk-produk dari luar negeri pun harus diseleksi dan bagi yang lolos

wajib. Kenyataannya, label halal mudah sekali untuk dipalsukan. Beberapa produsen dan pengusaha diketahui tidak memiliki sertifikasi halal tetapi melabelkan simbol halal pada produknya. MUI sebagai lembaga sertifikasi halal merasa dirugikan, sehingga MUI pun menetapkan label halal secara resmi. Hal ini mulai diketahui publik sejak diterbitkannya. Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia tentang logo LPPOM MUI bernomor surat SK10/Dir/LPPOM MUI/XII/07 tahun 2007. Label halal dengan bertuliskan aksara Arab kini diubah tidak hanya bertuliskan halal dilengkapi dengan simbol resmi berbentuk bulat berwarna hijau dari MUI. Pengubahan bentuk label halal ini pun tidak mengubah persoalan, karena masih banyak produk yang beredar memiliki label halal palsu, atau diperbanyak secara ilegal tanpa kepemilikan sertifikasi halal. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI pernah menemukan satu produk dendeng sapi hasil produksi suatu perusahaan di Surabaya ternyata mengandung suatu unsur babi. Padahal produknya telah “berlabel” halal dari LPPOM MUI. Dengan uji sampel yang berbeda dengan BPOM Pusat, LPPOM MUI Jawa Timur membantah temuan BPOM dengan menegaskan produk tersebut tidak mengandung unsur babi.³⁰

³⁰ Lies Afroniyati, *Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia*, Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik Vol. 18 No. 1, 2004, h. 39-40.

Berikut adalah gambar label halal yang asli dan resmi dibuat oleh LPPOM MUI:



Gambar: Label Halal MUI Resmi

Sumber: www.halalmui.org



Gambar: Label Halal KMF Resmi

Sumber: www.koreahalal.org

d. Tujuan Label Halal pada Produk

Adapun beberapa tujuan LPPOM MUI memberi label halal kepada suatu produk yaitu sebagai berikut:

- 1) Melindungi konsumen dari produk yang bahan bakunya tercemar dan merusak atau membahayakan dengan menjamin produk makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika aman dari bahan yang membahayakan konsumen.
- 2) Mengurangi kecenderungan umat muslim mengonsumsi barang luar negeri yang tidak ada label halal.
- 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat mengonsumsi produk makanan, obat-obatan maupun kosmetik yang halal.

- 4) Agar meningkatkan daya saing produk berlabel halal yang mampumenambah kualitas dan keamanan produk.³¹

e. Standarisasi Bahan Pangan Halal Menurut MUI

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) tentang Persyaratan Bahan Pangan Halal, Halal Assurance System (HAS) 23201 menyatakan bahwa salah satu kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) adalah pemenuhan persyaratan bahan pangan halal. Persyaratan umum untuk bahan pangan yaitu:

- 1) Bahan tidak berasal dari babi atau turunannya.
- 2) Bahan tidak mengandung bahan dari babi atau turunannya.
- 3) Bahan bukan merupakan khamr (minuman beralkohol) atau turunan khamr yang dipisahkan secara fisik.
- 4) Bahan tidak mengandung khamr (minuman beralkohol) atau turunan khamr yang dipisahkan secara fisik.
- 5) Bahan bukan merupakan darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia.
- 6) Bahan tidak mengandung darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia.

³¹ Departemen Agama R.I, *Modul Pelatihan dan Audior Internal halal*, Jakarta: 2003, h.66-67.

- 7) Bahan tidak boleh dihasilkan dari fasilitas produksi yang juga digunakan untuk membuat produk yang menggunakan babi atau turunannya sebagai salah satu bahannya.
- 8) Bahan tidak bercampur dengan bahan haram atau najis yang dapat berasal dari bahan tambahan, bahan penolong dan fasilitas produksi.
- 9) Bahan yang memiliki potensi/kemungkinan diproduksi di fasilitas yang sama dengan bahan dari babi atau turunannya, harus disertai pernyataan *pork free facility* dari produsennya.
- 10) Perusahaan yang menerapkan pengkodean terhadap bahan atau produk harus dapat menjamin masih dapat ditelusuri dengan jelas, baik terhadap bahan yang digunakan, produsen maupun status halal dari masing-masing bahan. Pengkodean juga harus menjamin barang dengan kode yang sama berstatus halal yang sama.³²

Sedangkan untuk persyaratan bahan hewani untuk bahan pangan yaitu, bahan hewani harus berasal dari hewan halal. Untuk hewani sembelihan, maka harus penyembelihan sesuai dengan syariah Islam yang dibuktikan dengan Sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau dari lembaga yang diakui MUI atau dengan cara audit langsung oleh Lembaga

³² Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), *Persyaratan Bahan Pangan Halal HAS 23201*, 2012, h. 4.

Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).³³

2. Teori Volume Penjualan

Peneliti memasukkan didalam teori volume penjualan yang berisi penjelasan berupa pengertian volume penjualan, tujuan penjualan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

a. Pengertian Volume Penjualan

Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan sang pembeli agar dapat dicapai manfaat baik bagi yang menjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Jadi penjualan merupakan proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan alat tukar berupa uang dan orang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dalam penjualan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang karena tidaklah mudah untuk mengarahkan kemampuan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.³⁴

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit

³³ Ibid.

³⁴ Maduretno Widowati, Pengaruh Harga, Promosi Dan Merk Terhadap Volume Penjualan Barang Farmasi Di PT. Anugrah Pharmedo Lestari, Fokus Ekonomi, Vol. 5 No 1, 2010, h. 59.

suatu produk. Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, atau liter.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.

Keterangan tersebut dipertegas oleh Basu Swastha yang menyatakan bahwa hasil kerja dalam penjualan yang dihasilkan dan bukan dari laba perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa volume penjualan merupakan hasil total yang didapat perusahaan dari kegiatan penjualan barang dagangan.³⁵

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya adalah:³⁶

- 1) Menjajakan produk sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.

³⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009, h. 207.

³⁶ Rizki Dan Winarnigsih, "Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Montor", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 1 No. 1, 2013, h.154.

- 2) Menetapkan dan pengaturan yang teratut sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- 3) Mengadakan analisis pasar.
- 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- 5) Mengadakan pameran.
- 6) Mengadakan discount atau potongan harga.³⁷

b. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

1. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.³⁸
2. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya.

Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian

³⁷ Ibid.

³⁸ Fandy Tjiptono, dkk, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008, h. 604.

yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.³⁹

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:⁴⁰

1. Kondisi kemampuan penjual

Transaksi jual beli secara komersil atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua orang pihak yaitu penjual sebagai perantara dan pembeli sebagai pihak kedua. Peranan penjual adalah meyakinkan kepada konsumen agar dapat berhasil.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat mempengaruhi kegiatan penjualan. Dalam hal ini faktor yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasar, apakah itu pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar internasional dan lain-lain.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.

³⁹ Sadono Sukirno, dkk, Pengantar Bisnis, Jakarta: Kencana, 2006, h. 151.

⁴⁰ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001, h. 129-

- c) Daya beli.
- d) Frekuensi pembeli.
- e) Keinginan dan kebutuhan.⁴¹

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang di pegang orang-orang tertentu tau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya sederhana masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks

⁴¹ Ibid, h. 130.

perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Pelaksanaan tersebut diperlukan dana yang tidak sedikit bagi perusahaan besar kegiatan tersebut secara rutin dapat dilakukan sedangkan untuk perusahaan kecil hal ini jarang dilakukan.⁴²

3. Konsep Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.⁴³ Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.⁴⁴

Dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas.⁴⁵ Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat, dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang

⁴² Ibid, h. 131.

⁴³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989, h. 183.

⁴⁴ <http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf>, diunduh pada tanggal 10-04-2018 pada pukul 23:46 WIB, h. 1.

⁴⁵ Otto Soemarwoto, *Analisis Dampak Lingkungan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990, h. 43.

atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.⁴⁶

C. Kerangka Berfikir dan Pertanyaan Penelitian

1. Kerangka Pikir

Produk mie instan asal Korea dengan merek Samyang yang diimpor dari PT. Korinus, kini Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) telah mengeluarkan fatwa halal untuk beberapa varian mie Samyang dengan merek baru yaitu Samyang Green. Varian rasa yang sudah dinyatakan halal yaitu Samyang Green Original, Samyang Green Cheese, dan Samyang Green Ice.

Sempat beredar kabar bahwa Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) menemukan sejumlah mie instan asal Korea mengandung unsur babi seperti merek Samyang (dua varian), yaitu Nongshim dan Ottogi. Produk tersebut di antaranya U-Dong, Nongshim Shim Ramyun Black, Samyang rasa Kimchi, dan Ottogi Yeul Ramen, di antara empat rasa tersebut diproduksi oleh PT. Koin Bumi. Pada saat kabar tersebut beredar, penjualan PT. Korinus sempat terdampak terhadap isu produk Samyang yang tidak halal karena pada

⁴⁶ <http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf>, diunduh pada tanggal 10-04-2018 pada pukul 23:46 WIB, h. 1.

saat itu produk Mie Samyang yang diimpor dari PT. Korinus tersebut belum memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) tetapi telah memiliki sertifikasi halal dari Korea Muslim Federation (KMF) dan telah mendapatkan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Berdasarkan kerangka pikir diatas maka dibuat bagan penelitian sebagai berikut:



2. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan peneliti diajukan kepada dua subjek staf mie samyang di Hypermart Palangka Raya, yaitu:

- a. Bagaimana kuantitas penjualan Mie Samyang sebelum memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)..
- b. Bagaimana kuantitas penjualan Mie Samyang setelah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

- c. Berapa banyak menyimpan persediaan produk Mie Samyang sebelum memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).
- d. Berapa banyak menyimpan persediaan produk Mie Samyang setelah setelah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Memperkuat jawaban dari subjek staf mie samyang maka peneliti membuat pertanyaan untuk informan, yaitu konsumsen heypermart.

Pertanyaan yang diajukan:

- 1) Berapa lama konsumen mengetahui produk mie samyang.
- 2) Sejak kapan konsumen mengonsumsi mie samyang.
- 3) Apa alasan konsumen mengonsumsi mie samyang.
- 4) Berapa sering konsumen mengonsumsi mie samyang.



BAB III

METODE

PENELITIAN

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini selama tiga bulan, terhitung setelah seminar proposal dilakukan dan ada surat perintah dari Lembaga IAIN Palangka Raya. Dengan tenggang waktu tersebut penulis merasa cukup untuk menggali serta mengumpulkan data dan fakta berupa informasi dari subjek maupun informan yang berhubungan dengan permasalahan tersebut.

2. Tempat Penelitian

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Hypermart Palangka Raya, Jalan Yos Sudarso Mega Top Grade Center No. 57, Menteng, Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah.

B. Jenis, Objek, dan Subjek Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang ada yaitu keadaan gejala menurut apa

adanya saat penelitian dilakukan.⁴⁷ Penelitian kualitatif atau *naturalistic inquiry* adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁴⁸

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal terpenting suatu barang atau jasa. Hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna di balik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori.⁴⁹

Pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi dalam lokasi penelitian secara lugas dan terperinci serta berusaha untuk mengungkapkan data mengenai “Dampak Label Halal Pada Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan Di Hypermart Palangka Raya”.

2. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Nasution definisi objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai *variasi* tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁰ Jadi, pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu label halal pada mie Samyang. Sedangkan subjek

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, h. 309.

⁴⁸ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2012, h. 181.

⁴⁹ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, h. 25.

⁵⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 55.

penelitian adalah volume penjualan. Untuk melengkapi data maka peneliti mengambil beberapa subjek yang lainnya dengan cara teknik purposive sampling. Purposive sampling dilakukan dengan cara mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.⁵¹ Sampel dipilih dengan jumlah yang tidak ditentukan, melainkan dipilih dari segi representasinya tujuan penelitian.⁵² Kemudian dijadikan subjek yang dapat memberikan data inti atau menjadi data primer. Penentuan subjek dari Hypermart dilakukan terhadap beberapa kriteria diantaranya:

- a. Staf bagian produk mie samyang.
- b. Bersedia diteliti.

Kriteria di atas peneliti memperoleh dua subjek staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya. Untuk lebih jelasnya subjek penelitian dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 3.1
Subjek Penelitian

No	Nama	Nama Inisial	Usia	Lama bekerja
1	Yanto	YT	24 tahun	3 tahun
2	Pardi	PD	24 tahun	2 tahun

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

⁵¹S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, h. 98.

⁵²Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012, h. 90.

Subjek penelitian di atas dikuatkan juga dengan mengambil informan dari konsumen dalam bentuk sampel berjumlah 4 orang sampel. Berikut tabel informan konsumen:

Tabel 3.2
Informan Konsumen

No	Nama	Nama Inisial	Usia	Pekerjaan
1	Gina Amalia	GA	15 tahun	Pelajar
2	Fatriah	FT	23 tahun	Ibu Rumah Tangga
3	Risa	RS	17 tahun	Pelajar
4	Umi Hani	UH	22 tahun	Pegawai Perpustakaan Poltekes

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi sebagai alat pengumpulan data ini banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan. Teknik pelaksanaan observasi ini dapat dilakukan secara langsung yaitu pengamat berada langsung bersama objek yang diselidiki dan tidak langsung yakni pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang diselidiki.⁵³ Observasi pada penelitian ini yaitu turun ke lapangan untuk melihat penjualan Mie Samyang. Data yang diperoleh melalui observasi antara lain yaitu:

⁵³Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 84.

- a. Melihat seberapa banyak jumlah produk mie samyang yang tersedia di Hypermart, dan
- b. Melihat banyaknya penjualan produk mie samyang.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara kualitatif. Artinya penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lebih bebas dan leluasa, tanpa terikat oleh suatu susunan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.⁵⁴ Melalui tahap wawancara ini, secara umum peneliti ingin menggali data tentang volume penjualan mie samyang di Hypermart Palangka Raya, pertanyaan peneliti diajukan kepada subjek staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya, yaitu:

- a. Bagaimana kuantitas penjualan Mie Samyang sebelum memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)..
- b. Bagaimana kuantitas penjualan Mie Samyang setelah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).
- c. Berapa banyak menyimpan persediaan produk Mie Samyang sebelum memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).
- d. Berapa banyak menyimpan persediaan produk Mie Samyang setelah setelah memiliki label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI).

⁵⁴Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 68.

Memperkuat jawaban dari subjek staf mie samyang maka peneliti membuat pertanyaan untuk informan, yaitu konsumen Hypermart. Pertanyaan yang diajukan:

- a) Berapa lama konsumen mengetahui produk mie samyang.
- b) Sejak kapan konsumen mengonsumsi produk mie samyang.
- c) Apa alasan konsumen mengonsumsi produk mie samyang.
- d) Berapa sering konsumen mengonsumsi produk mie samyang.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti.⁵⁵ Dokumen menurut Sugiyono adalah catatan-catatan peristiwa yang telah lalu, yang bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Dengan kata lain, dokumen adalah sumber informasi yang berbentuk bukan manusia (*non human resources*) menurut Nasution, baik foto maupun bahan statistik.⁵⁶ Adapun dokumen yang disertakan yaitu:

- a. Laporan penjualan Mie Samyang.
- b. Foto hasil observasi.
- c. Catatan lapangan.

D. Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan berhubungan dengan fokus penelitian, dalam penelitian kualitatif data-data tersebut terdiri atas dua jenis yaitu data yang bersumber dari manusia dan data bersumber dari non

⁵⁵ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metologi Penelitian Kualitatif*, h. 141.

⁵⁶ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 94.

manusia. Data dari manusia diperoleh dari orang yang menjadi informan dalam hal ini orang yang secara langsung menjadi subjek penelitian. Sedangkan data non manusia bersumber dari dokumen-dokumen berupa catatan, rekaman gambar atau foto, hasil-hasil observasi yang berhubungan dengan fokus penelitian ini.⁵⁷

1. Data Primer

Data primer adalah (1) data yang memperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya dan (2) tidak ada risiko kadaluwarsa (*out of date*) karena harus dikumpulkan setelah proyek penelitian dirumuskan. Data primer penelitian ini berupa hasil wawancara dari informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Ada dua bentuk data sekunder, yaitu (1) internal data, tersedia dalam perusahaan tempat penelitian dilakukan misalnya, laporan hasil riset yang lalu. (2) eksternal data, diperoleh dari sumber-sumber luar meliputi keterangan-keterangan baik yang diterbitkan ataupun yang belum atau tidak diterbitkan, serta data yang diperoleh dari badan atau perusahaan yang aktivitasnya mengumpulkan keterangan-keterangan yang relevan masalah.⁵⁸ Data

⁵⁷ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, h. 58.

⁵⁸ Cholid Narbuko dkk, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Askara, 2003, h. 57.

sekunder penelitian ini berupa dokumen seperti laporan penjualan Mie Samyang di Hypermart.

E. Pengabsahan Data

Keabsahan data adalah bagian yang penting dalam penelitian.⁵⁹ Untuk menganalisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahanyaitu:⁶⁰

1. Triangulasi Sumber (data)

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Penyidik

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seseorang analisis dengan analisis lainnya.

4. Triangulasi Teori

⁵⁹ Ibid, h. 120.

⁶⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005, h. 330.

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.⁶¹

Empat macam triangulasi di atas, penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi teori dan teknik triangulasi sumber.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶² Jika data diumpamakan sebagai tumpukan informasi dan fakta yang berserakan, maka proses menyusun data, mengolahnya ke dalam suatu pola atau format yang lebih teratur sehingga mudah dipahami dan dimaknai itulah yang disebut dengan analisis data.⁶³ Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:⁶⁴

1. *Data Collection*, pada saat wawancara, penulis sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka

⁶¹ Ibid.

⁶² Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metologi Penelitian Kualitatif*, h. 183.

⁶³ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 103.

⁶⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 91-99.

penulis akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

2. *Data Reduction*, data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
3. *Data Display*, setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.
4. *Conclusion Drawing/verification*, langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti

kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁶⁵



⁶⁵ Ibid.

The logo of Universitas Palangkaraya is a green shield-shaped emblem. It features a stylized open book in the center, with the word 'UNIVERSITAS' written in a semi-circle above it and 'PALANGKARAYA' written in a semi-circle below it. The entire logo is rendered in a light green, semi-transparent style.

BAB IV

PENYAJIAN

DATA DAN

ANALISIS DATA

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Peneliti akan menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian yaitu Profil Hypermart Palangka Raya.

Pasar modern yang dikenal dengan Megatop Trade Center (MTC) adalah pusat niaga dan bisnis di bawah naungan PT. Tunas Artha Perkasa. Megatop Mall berdiri pada tahun 2000 dan sampai saat ini di bawah pimpinan Tugiyono Wiratmodjo, Ph.D (Ketua Umum HIPMI Kalteng 2003 - 2008). Megatop Mall Palangka Raya terletak di Jalan Yos Sudarso, sebuah kawasan pendidikan yang terkenal di Kalimantan Tengah karena berada di tengah jantung Kota Palangka Raya, di kelilingi oleh; Kampus Universitas Palangkaraya/Negeri, Kampus IAIN Palangkaraya / Negeri, Kampus STIE / Swasta, Kampus STIH / Swasta, Akademi Perawat/Akper Negeri, Politeknik Kesehatan Negeri, SMA Negeri 1 Jekan Raya, SMA Negeri 2 Jekan Raya, SMK Ise Palangka Raya, STM Bethel, SLTP Budi Luhur, Komplek Perumahan Dan Perumahan Masyarakat.

Dengan letak yang sangat strategis diatas, membuat Megatop Mall setiap hari selalu ramai dikunjungi masyarakat, baik mahasiswa, pelajar maupun masyarakat umum untuk berbelanja di Megatop Mall.⁶⁶

⁶⁶ Megatop Mall Palangka Raya, <http://megatop-mall.blogspot.co.id/> (Online 22 Mei 2018).

B. Penyajian Data Dampak Label Halal Pada Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan di Hypermart Palangka Raya

Sebelum peneliti memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin peneliti dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) ke Badan Penelitian, Pengembangan, Inovasi, dan Teknologi (BALITBANG), kemudian setelah mendapatkan surat tebusan tersebut selanjutnya disampaikan langsung Manajer Hypermart Palangka Raya. Selanjutnya peneliti langsung dipersilakan untuk terjun ke lapangan melakukan penggalan data.

Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti langsung menemui staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya yang menjadi subjek penelitian untuk menanyakan perihal dampak label halal pada mie samyang terhadap volume penjualan di Hypermart Palangka Raya dan dikuatkan oleh konsumen mie samyang. Agar lebih jelas berikut peneliti uraikan mengenai subjek penelitian dan keterangan yang didapatkan peneliti.

YT salah seorang staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya menjelaskan:

“Dahulu rami jua, tapi pas sudah ada halalnya makin rami, kami jua kadang mengadakan promo katalog. Penjualan mie samyang waktu tahun 2017 sebelum ada label halalnya tu sekitar 419 bungkus selama setahun. Amunnya tahun 2018 ni dari bulan Januari sampai April sekitar 345 bungkus. Menurutku meningkat pang mbak, ini kan baru sampai April udah sekitar 300 lebih sedangkan tahun 2017 semalam Januari sampai Desember cuman dapat 400 lebih dikit. Kalo stokbarang mie samyang pas tahun 2017 tu sekitar 750 lebih. Kalo

tahun 2018 kami menyediakan barang tu sekitar 600 lebih dikit ja. Kalo bentuk persennanya aku kada tau soalnya kada menghitung jua pang.”⁶⁷

Terjemah teks di atas yaitu:

“Dahulu ramai juga, tapi saat sudah ada halalnya semakin ramai, kami juga kadang mengadakan promo katalog. Penjualan mie samyang waktu tahun 2017 sebelum ada label halalnya itu berkisar 419 bungkus selama setahun. Sedangkan tahun 2018 ini dari bulan Januari hingga April berkisar 345 bungkus. Menurut saya meningkat, karena tahun 2018 ini kan baru sampai April sudah mencapai berkisar 300 lebih sedangkan tahun 2017 kemarin Januari sampai Desember hanya mendapatkan 400 lebih sedikit. Untuk persediaan barang mie samyang pada tahun 2017 itu berkisar 750 lebih. Sedangkan tahun 2018 kami menyediakan barang itu berkisar 600 lebih sedikit saja. Kalau bentuk persennya saya tidak mengetahuinya karena tidak menghitung juga.”

Menurut YT di atas menjelaskan bahwa penjualan mie samyang meningkat sebelum ada label halal hingga sesudah ada label halal. Menurut YT juga bahwa mereka sering mengadakan promo katalog. Pada tahun 2017 sebelum ada label halalnya yaitu penjualan mie samyang berkisar 419 bungkus selama 1 tahun. Sedangkan pada tahun 2018 sesudah ada label halalnya penjualan mie samyang berkisar 300 bungkus dari bulan Januari hingga April. Persediaan barang untuk mie samyang di tahun 2017 sebelum ada label halalnya berkisar 750 bungkus mie samyang, sedangkan di tahun 2018 sesudah ada label halalnya berkisar 600 bungkus dari bulan Januari hingga April. Menurut YT banyaknya persen penjualan tidak terlalu mengetahui. Pendapat lain juga dikemukakan oleh PD salah seorang staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya menjelaskan:

⁶⁷ Wawancara dengan YT di Hypermart Palangka Raya, Rabu, 2 Mei 2018, pukul 10:00 WIB.

“Untuk penjualan mie samyang sebelum ada label halalnya lawan sesudah label halal tu meningkat pang sekitar 80%. Soalnya kan dulu kebanyakan orang muslim tu masih banyak nanya-nanya kenapa gak ada label halalnya jadi masih ragu menukarnya. Kalo untuk persediaan barang mie samyang dulu sebelum ada label halalnya lebih banyak mesan daripada tahun 2018, kami lebih banyak mesan mie merk-merk lokal jadi kami kurangi mesan gasan produk luar. Tapi ni lagi kededa promo pas awal bulan semalam ada promonya, amun promo selanjutnya kada tahu pabila lagi.”⁶⁸

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Untuk penjualan mie samyang sebelum ada label halalnya dengan sesudah label halal itu meningkat berkisar 80%. Karena dahulu kebanyakan orang muslim itu masih banyak bertanya-tanya kenapa tidak ada label halalnya jadi masih ragu membelinya. Kalau untuk persediaan barang mie samyang dahulu sebelum ada label halalnya lebih banyak memesannya daripada tahun 2018, kami lebih banyak memesan mie merk-merk lokal jadi kami mengurangi pemesanan untuk produk luar. Tapi saat ini belum ada promo kalau awal bulan kemarin ada promonya, kalau promo selanjutnya masih belum tau kapan lagi.”

Menurut PD menjelaskan bahwa penjualan mie samyang sebelum dan sesudah adanya label halal meningkat hingga 80% karena sebelum ada label halalnya kebanyakan orang muslim masih menanyak tentang kenapa tidak ada label halalnya jadi sebagian dari konsumen masih ragu membelinya. Sedangkan untuk persediaan barang sebelum ada label halalnya lebih banyak dibandingkan sesudah label halal, karena menurut PD mereka lebih banyak memesan mie produk dalam negeri daripada mie produk luar negeri. Menurut PD pada saat akhir bulan April tidak ada promo sedangkan pada saat awal bulan April sudah diadakan promo, dan untuk promo selanjutnya PD tidak mengetahui kapan diadakan promo lagi.

Pendapat dari kedua staf bagian produk mie samyang tersebut yaitu

⁶⁸ Wawancara dengan PD di Hypermart Palangka Raya, Jum'at, 4 Mei 2018, pukul 11:00 WIB.

YT dan PD, dikuatkan oleh beberapa informan yaitu konsumen di Hypermart Palangka Raya yaitu GA menjelaskan bahwa:

*“Aku taunya tu sebelum ada rame di berita yang tentang halalnya tu, tapi aku belum pernah menukarnya jua tapi pas sudah ada berita kalo mie samyang sekarang ada label halalnya jadi aku nukar ai handak mencoba soalnya penasaran jua aku dengan rasanya. Tapi pas semalam aku mencoba sekalinya padas banar jadi meolah ku jara ai menukarnya.”*⁶⁹

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Saya mengetahui itu sebelum ada ramai di berita yang tentang halalnya itu, tapi saya belum pernah membelinya juga tapi saat sudah ada berita kalau mie samyang sekarang ada label halalnya jadi saya membeli mie samyang ingin mencoba karena penasaran juga saya dengan rasanya. Tapi saat kemarin saya mencobanya ternyata rasanya pedas sekali sehingga membuat saya jera untuk membelinya.”

Menurut GA menjelaskan bahwa GA mengetahui mie samyang pada saat sebelum beredar kabar kehalalan mie samyang tersebut. Setelah ada berita kalau mie samyang telah mendapat label halal maka GA ingin membelinya karena penasaran dengan rasanya. Namun pada saat GA mengonsumsi mie samyang tersebut GA tidak menyukainya karena rasanya terlalu pedas sehingga membuat GA menjadi jera untuk membelinya. Pendapat lain juga dijelaskan oleh FT yaitu:

*“Kalo mie samyang aku taunya dari kawanku pang, tapi belum pernah mencoba olehnya belum ada halalnya kalo, pernah ai kawanku membawai makan itu tapi aku kada handak. Pas aku melihat ada mie samyang yang ada halal handak ai aku mencobanya penasaran dengan rasanya jua. Kalomenukarnya aku kadang-kadang ja amunnya lagi handak ja, soalnya rasanya pedas jua mana larang harganya.”*⁷⁰

Terjemah dari teks di atas yaitu:

⁶⁹ Wawancara dengan GA di Hypermart Palangka Raya, Kamis, 3 Mei 2018, pukul 15:30 WIB.

⁷⁰ Wawancara dengan FT di Hypermart Palangka Raya, Sabtu, 5 Mei 2018, pukul 12:00 WIB.

“Kalau mie samyang saya tau dari teman saya, tapi belum pernah mengonsumsinya karena belum ada halalnya, pernah saja teman saya mengajak saya untuk memakannya tapi saya tidak ingin. Saat saya melihat ada mie samyang yang ada halal jadi saya ingin mencobanya penasaran dengan rasanya juga. Kalau membelinya saya kadang-kadang saja kalau lagi saat maunya saja, karena rasanya pedas lagi pula harganya juga mahal.”

Menurut FT menjelaskan bahwa FT mengetahui mie samyang berawal dari temannya tapi FT belum pernah mengonsumsinya karena belum ada halalnya. Saat FT melihat kalau ada mie samyang yang ada halalnya maka FT tertarik untuk mencoba mengonsumsinya karena penasaran dengan rasanya. Menurut FT untuk membeli mie samyang FT membelinya hanya kadang-kadang karena rasanya yang pedas dan harganya yang mahal. Pendapat lain juga dijelaskan oleh RS salah seorang konsumen mie samyang yaitu:

“Mie samyang ni aku sudah lawas taunya, mun makannya lawas jua sudah olehnya aku suka pedas sebelum ada berita yang semalam sampai wahini aku masih makannya, tapi pas ada berita tentang label halal semalam tu aku tekajut ai pang soalnya aku kada suah mencek labelnya. Kalo berapa sering aku nukarnya kada nentu jua mun ku lagi handak makan mie samyang aku nukar, mun kada handak kada nukar.”⁷¹

Terjemah teks di atas yaitu:

“Mie samyang ini saya sudah lama taunya, kalau makannya lama juga sudah karena saya suka pedas sebelum ada berita yang kemarin sampai sekarang saya masih makannya, tapi saat ada berita tentang label halal kemarin itu saya terkejut karena saya tidak pernah mencek labelnya. Kalau berapa sering saya membelinya tidak menentu juga kalau saya lagi ingin makan mie samyang saya beli, kalau tidak ingin tidak beli.”

⁷¹ Wawancara dengan RS di Hypermart Palangka Raya, Kamis, 3 Mei 2018, pukul 15:30 WIB.

Menurut RS menjelaskan bahwa RS telah mengetahui dan mengonsumsi mie samyang sudah lama sejak sebelum ada pemberitaan tentang label halal mie samyang dan sampai sekarang masih mengonsumsinya karena RS termasuk penyuka pedas. RS menjelaskan bahwa RS tidak pernah mengecek label halal pada mie samyang ketika membeli, sehingga ketika ada pemberitaan tentang label halal mie samyang RS pun terkejut. Seberapa sering RS membeli menurut RS ketika RS ingin membeli maka RS akan membeli dan ketika RS tidak ingin membeli maka RS tidak akan membeli maksudnya yaitu tidak menentu tergantung keinginannya. Pendapat lain juga dijelaskan oleh UH salah seorang konsumen menjelaskan yaitu:

“Aku tau mie samyang tu dari dulu pang pas awal keluar, waktu dulu makan mie samyang jua sampai wahini makan jua, tapi pas ada berita ditarik balai POM tu aku ampik makannya. Pas sudah ada berita lagi kalo mie samyang ada halal MUInya langsung ai aku makan lagi. Karna aku suka pedas, jadi lumayan rancak ai pang aku nukarnya.”⁷²

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Saya mengetahui mie samyang itu dari dahulu sejak awal keluar, waktu dahulu makan mie samyang juga hingga sekarang makan juga, tapi sejak ada berita ditarik balai POM itu saya berhenti makannya. Sejak sudah ada berita lagi kalau mie samyang ada halal MUInya langsung saya makan lagi. Karena saya suka pedas, jadi lumayan sering saya membelinya.”

Menurut UH menjelaskan bahwa UH mengetahui mie samyang sejak awal mie samyang keluar hingga sekarang UH masih mengonsumsinya, tapi pada saat ada berita penarikan mie samyang oleh balai POM maka UH berhenti mengonsumsinya. Namun pada saat ada berita bahwa mie

⁷² Wawancara dengan UH di Hypermart Palangka Raya, Selasa, 1 Mei 2018, pukul 14:00 WIB.

samyang telah ada yang halal MUInya jadi UH langsung mengonsumsinya kembali. Menurut UH mengatakan bahwa kalau UH kalau UH penyuka pedas maka dari itu UH sering membelinya.

Selain melakukan wawancara, peneliti juga mengambil data volume penjualan mie Samyang di Hypermart yang terbagi menjadi dua yaitu data volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal dari MUI. Berikut ini adalah data penjualan mie samyang di Hypermart Palangka Raya sebelum memiliki label halal dari MUI.

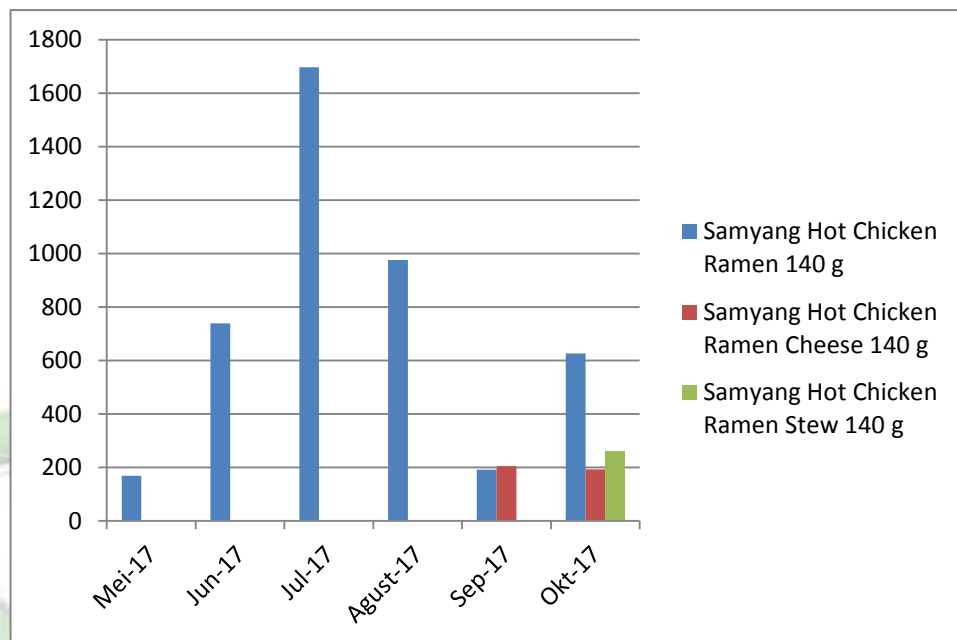
Tabel 4.1
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal

Nama Produk	Bulan (tahun 2017)					
	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Samyang Hot Chicken Ramen 140 g	169	739	1697	976	191	626
Samyang Hot Chicken Ramen Cheese 140g	0	0	0	0	205	193
Samyang Hot Chicken Ramen Stew 140 g	0	0	0	0	0	259
Total Volume Penjualan Mie Samyang	169	739	1697	976	306	1078

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Untuk memudahkan dalam membaca laporan penjualan Mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dapat dilihat dari grafik sebagai berikut:

Grafik 4.1
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal



Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Dari data yang telah diuraikan tersebut diketahui volume total penjualan mie Samyang pada bulan Mei sebesar 169 bungkus, terjadi peningkatan pada bulan Juni yaitu sebanyak 739 bungkus. Pada bulan selanjutnya bulan Juli mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu sebesar 1697 bungkus. Tetapi pada bulan selanjutnya, bulan Agustus terjadi penurunan dalam penjualan mie Samyang, yaitu sebesar 976 bungkus, dan pada bulan berikutnya penjualan mie Samyang mengalami penurunan sangat drastis. Pada bulan September mie Samyang hanya mampu terjual sebesar 306 bungkus. Tetapi pada bulan selanjutnya yaitu

bulan Oktober, penjualan mie Samyang mengalami kenaikan sangat pesat, dimana penjualan mie Samyang menjadi sebesar 1078 bungkus.

Dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang pada bulan Mei mengalami peningkatan sangat pesat penjualan mie samyang dibulan Juni dan Juli. Tetapi memasuki bulan Agustus volume penjualan mie samyang mengalami penurunan. Tidak hanya pada bulan Agustus, pada bulan September volume penjualan mie Samyang kembali mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal ini tentu berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan yang juga mengalami penurunan drastis. Jika hal ini terus terjadi, maka akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Tetapi, memasuki bulan Oktober, volume penjualan mie Samyang kembali mengalami kenaikan sangat pesat. Sehingga, dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal dari MUI di Hypermart Palangka Raya tidak selalu mengalami kenaikan tetapi terkadang juga mengalami penurunan, sehingga berpengaruh terhadap naik laba perusahaan dari hasil penjualan mie Samyang yang juga mengalami naik turun.

Berikut ini adalah data penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya sesudah memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia.

Tabel 4.2
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal

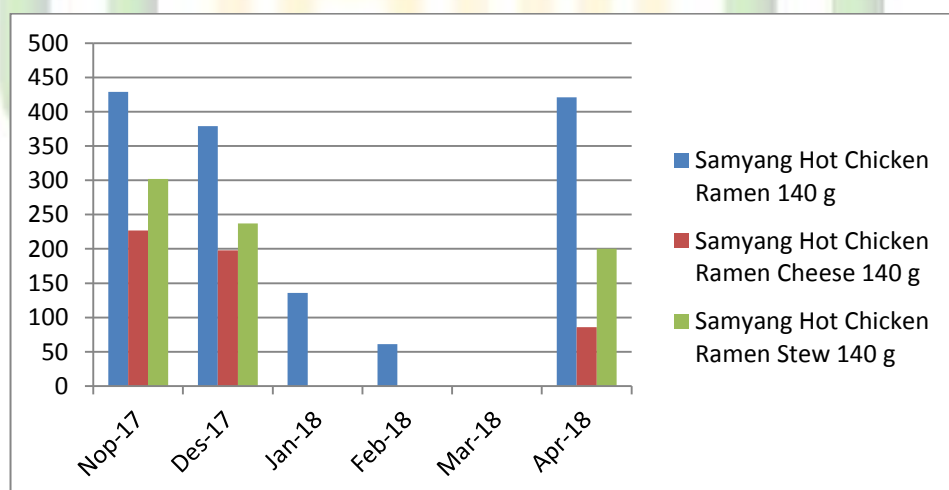
Nama Produk	Bulan (tahun 2017-2018)					
	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
Samyang Hot Chicken	429	379	136	61	0	421

Ramen 140 g						
Samyang Hot Chicken Ramen Cheese 140g	227	198	0	0	0	86
Samyang Hot Chicken Ramen Stew 140 g	302	237	0	0	0	200
Total Volume Penjualan Mie Samyang	958	811	136	61	0	707

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Untuk memudahkan dalam membaca laporan penjualan Mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dapat dilihat dari grafik sebagai berikut:

Grafik 4.2
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal



Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Dari data yang telah diuraikan tersebut diketahui total volume penjualan mie Samyang pada bulan November 2017 sebesar 958 bungkus. Pada bulan selanjutnya yaitu bulan Desember 2017, volume penjualan mie Samyang mengalami penurunan yaitu hanya terjual 811 bungkus. Memasuki tahun baru 2018 penjualan mie Samyang justru mengalami penurunan yang sangat drastic dibandingkan pada tahun 2017. Pada bulan Januari mie Samyang hanya mampu terjual 136 bungkus. Memasuki bulan Februari penjualan mie Samyang mengalami penurunan sangat drastis karena hanya mampu terjual sebanyak 61 bungkus. Hal ini tentu berpengaruh terhadap laba perusahaan yang tentu juga menurun seiring dengan penurunan volume penjualan mie Samyang di awal tahun 2018.

Pada bulan Maret 2018, produk mie Samyang di Hypermart Palangka Raya mengalami kekosongan stock, sehingga tentu volume penjualan hanya 0. Memasuki bulan April 2018, penjualan mie Samyang lebih membaik dibandingkan yang terjadi pada bulan Januari dan Februari, dimana pada bulan April mie Samyang mampu terjual sebanyak 707 bungkus. Dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya mengalami penurunan sejak adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal ini terlihat dari data volume penjualan pada bulan November ke bulan Desember 2018, Januari dan Februari 2018. Pada bulan Maret 2018 volume penjualan 0 dikarenakan adanya stok barang yang kosong, sehingga tidak ada penjualan mie Samyang pada bulan Maret. Pada bulan April 2018 seiring dengan adanya kembali stok

mie Samyang di Hypermart Palangka Raya, volume penjualan kembali meningkatkan, dari data volume penjualan mie Samyang pada awal tahun 2018, volume penjualan yang terlihat naik turun, sehingga berpengaruh terhadap volume penjualan yang juga mengalami naik turun.

C. Analisis Data

Pada sub pembahasan ini, berisi tentang pembahasan dan analisis data kesimpulan hasil dari penelitian yang berjudul dampak label halal pada mie samyang terhadap volume penjualan di Hypermart Palangka Raya.

1. Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal MUI

Label halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI.⁷³

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan wadah musyawarah para Ulama, Zu'ama dan Cendikiawan Muslim dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan (*ifta'*) yang senantiasa timbul dan dihadapi masyarakat Indonesia. Hal yang mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan

⁷³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

dan mazhabnya. Oleh karena itu, fatwa yang dikeluarkan oleh MUI diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijakan.⁷⁴

Pemerintah di Indonesia juga mengatur tentang jaminan produk halal yang tercantum dalam UU Nomor 33 tahun 2014, pada UU ini Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Hal ini bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat yang akan mengkonsumsi produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.⁷⁵

Kehadiran sertifikasi halal diterima dengan tangan terbuka oleh masyarakat. MUI sendiri dianggap sebagai institusi keagamaan yang sah dan kredibel dalam mewakili kepentingan umat Islam. Pengawasan dilakukan oleh MUI meliputi produk-produk makanan (dan minuman), obat-obatan, dan kosmetika, melalui LPPOM. Dalam perkembangannya, sertifikasi halal berbentuk selebar kertas berisi pengakuan dari MUI, diteruskan dengan pencantuman tulisan Arab (حلال) dalam kemasan produk yang disebut dengan label halal. Sementara, sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam.

⁷⁴ Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, Jakarta: Erlangga, 2011, h.13.

⁷⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

Kepemilikan sertifikasi halal merupakan syarat agar dapat mencantumkan label halal sehingga dapat diketahui bahwa produsen memegang sertifikasinya. Selain itu, logo halal harus ditunjukkan kepada masyarakat luas agar diketahui halal tidaknya produk yang diedarkan. Tulisan halal dengan aksara Arab pada dasarnya bukan berasal dari peraturan yang dikeluarkan oleh MUI, tetapi diinisiasi sendiri oleh para produsen. Hal tersebut sebagai kelanjutan dari diperolehnya sertifikasi halal. Sikap tersebut kemudian memengaruhi produsen-produsen yang lain, seolah-olah menjadi kesepakatan bersama untuk mencantumkan label halal dalam setiap produk yang beredar di pasaran. Tentunya pengusaha tidak ingin sia-sia bahwa produk yang dikeluarkan telah halal tanpa diketahui oleh masyarakat luas. Label halal baru diwajibkan kepada pengusaha pada tahun 1996. Peraturan ini muncul setelah dilihat pentingnya sertifikasi halal untuk melindungi kepentingan umat Islam di Indonesia. Produk-produk dari luar negeri pun harus diseleksi dan bagi yang lolos wajib. Kenyataannya, label halal mudah sekali untuk dipalsukan. Beberapa produsen dan pengusaha diketahui tidak memiliki sertifikasi halal tetapi melabelkan simbol halal pada produknya. MUI sebagai lembaga sertifikasi halal merasa dirugikan, sehingga MUI pun menetapkan label halal secara resmi. Hal ini mulai diketahui publik sejak diterbitkannya. Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia tentang logo LP POM MUI

bernomor surat SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07 tahun 2007. Label halal dengan bertuliskan aksara Arab kini diubah tidak hanya bertuliskan halal dilengkapi dengan simbol resmi berbentuk bulat berwarna hijau dari MUI. Pengubahan bentuk label halal ini pun tidak mengubah persoalan, karena masih banyak produk yang beredar memiliki label halal palsu, atau diperbanyak secara ilegal tanpa kepemilikan sertifikasi halal. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI pernah menemukan satu produk dendeng sapi hasil produksi suatu perusahaan di Surabaya ternyata mengandung suatu unsur babi. Padahal produknya telah “berlabel” halal dari LP POM MUI. Dengan uji sampel yang berbeda dengan BPOM Pusat, LPPOM MUI Jawa Timur membantah temuan BPOM dengan menegaskan produk tersebut tidak mengandung unsur babi.⁷⁶

Berikut adalah gambar label halal yang asli dan resmi dibuat oleh LPPOM MUI:



Gambar: Label Halal MUI Resmi
Sumber: www.halalmui.org

Adapun beberapa tujuan LPPOM MUI memberi label halal kepada suatu produk yaitu sebagai berikut:

⁷⁶ Lies Afroniyati, *Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia*, h. 39-40.

- a. Melindungi konsumen dari produk yang bahan bakunya tercemar dan merusak atau membahayakan dengan menjamin produk makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika aman dari bahan yang membahayakan konsumen.
- b. Mengurangi kecenderungan umat muslim mengonsumsi barang luar negeri yang tidak ada label halal.
- c. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengonsumsi produk makanan, obat-obatan maupun kosmetik yang halal.
- d. Agar meningkatkan daya saing produk berlabel halal yang mampu menambah kualitas dan keamanan produk.⁷⁷

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) tentang Persyaratan Bahan Pangan Halal, Halal Assurance System (HAS) 23201 menyatakan bahwa salah satu kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) adalah pemenuhan persyaratan bahan pangan halal. Persyaratan umum untuk bahan pangan yaitu:

1. Bahan tidak berasal dari babi atau turunannya.
2. Bahan tidak mengandung bahan dari babi atau turunannya.
3. Bahan bukan merupakan khamr (minuman beralkohol) atau turunan khamr yang dipisahkan secara fisik.

⁷⁷ Departemen Agama R.I, *Modul Pelatihan dan Auditor Internal halal*, Jakarta: 2003, h.66-67.

4. Bahan tidak mengandung khamr (minuman beralkohol) atau turunan khamr yang dipisahkan secara fisik.
5. Bahan bukan merupakan darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia.
6. Bahan tidak mengandung darah, bangkai dan bagian dari tubuh manusia.
7. Bahan tidak boleh dihasilkan dari fasilitas produksi yang juga digunakan untuk membuat produk yang menggunakan babi atau turunannya sebagai salah satu bahannya.
8. Bahan tidak bercampur dengan bahan haram atau najis yang dapat berasal dari bahan tambahan, bahan penolong dan fasilitas produksi.
9. Bahan yang memiliki potensi/kemungkinan diproduksi di fasilitas yang sama dengan bahan dari babi atau turunannya, harus disertai pernyataan *pork free facility* dari produsennya.
10. Perusahaan yang menerapkan pengkodean terhadap bahan atau produk harus dapat menjamin masih dapat ditelusuri dengan jelas, baik terhadap bahan yang digunakan, produsen maupun status halal dari masing-masing bahan. Pengkodean juga harus menjamin barang dengan kode yang sama berstatus halal yang sama.⁷⁸

⁷⁸ Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), *Persyaratan Bahan Pangan Halal HAS 23201*, 2012, h. 4.

Sedangkan untuk persyaratan bahan hewani untuk bahan pangan yaitu, bahan hewani harus berasal dari hewan halal. Untuk hewani sembelihan, maka harus penyembelihan sesuai dengan syariah Islam yang dibuktikan dengan Sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau dari lembaga yang diakui MUI atau dengan cara audit langsung oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).⁷⁹

Label halal di Indonesia dirasa sangat penting. Hal ini dikarenakan penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim. Label yang dikeluarkan oleh MUI biasanya tertera pada label produk yang diperjualbelikan di Indonesia. Melalui label halal, masyarakat tidak akan resah dan merasa aman, tentram serta nyaman dalam mengkonsumsi produk yang diperjualbelikan. Sehingga label halal menjadi syarat yang harus ada didalam label produk yang ada di Indonesia.

Berikut ini adalah data penjualan mie samyang di Hypermart Palangka Raya sebelum memiliki label halal dari MUI.

Tabel 4.3
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal dalam Bentuk Persen

Bulan (tahun 2017)					
Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober

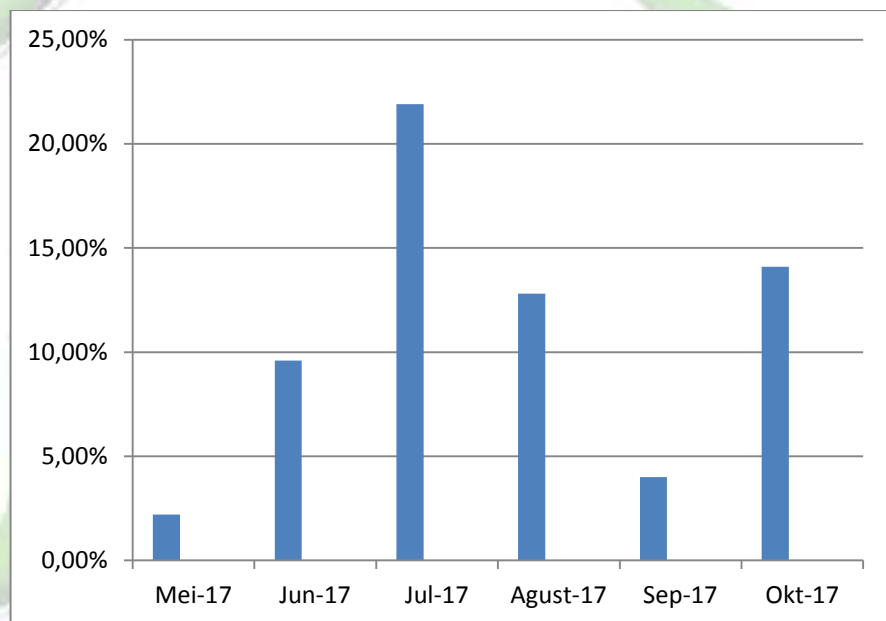
⁷⁹ Ibid.

2,25%	9,6%	21,9%	12,8%	4%	14,1%
-------	------	-------	-------	----	-------

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Untuk memudahkan dalam membaca laporan penjualan Mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dapat dilihat dari grafik sebagai berikut:

Grafik 4.3
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum Label Halal dalam Bentuk Persen



Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Dari data yang telah diuraikan tersebut diketahui volume total penjualan mie Samyang pada bulan Mei sebesar 2,25%, pada bulan Juni 9,6%, Juli 21,9%, Agustus 12,8%, September 4% dan Oktober 14,1%. Dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang pada bulan Mei mengalami peningkatan sangat pesat dibulan Juni

dan Juli. Tetapi memasuki bulan Agustus volume penjualan mengalami penurunan. Tidak hanya pada bulan Agustus, pada bulan September volume penjualan mie Samyang kembali mengalami penurunan. Memasuki pada bulan Oktober, volume penjualan mie Samyang kembali mengalami kenaikan cukup pesat. Sehingga, dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal dari MUI di Hypermart Palangka Raya tidak selalu mengalami kenaikan tetapi terkadang juga mengalami penurunan.

Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan sang pembeli agar dapat dicapai manfaat baik bagi yang menjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Jadi penjualan merupakan proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan alat tukar berupa uang dan orang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dalam penjualan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang karena tidaklah mudah untuk mengarahkan kemampuan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.⁸⁰

⁸⁰ Maduretno Widowati, Pengaruh Harga, Promosi Dan Merk Terhadap Volume Penjualan Barang Farmasi Di PT. Anugrah Pharmindo Lestari, Fokus Ekonomi, Vol. 5 No 1, 2010, h. 59.

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, atau liter.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.⁸¹

Dari data volume penjualan mie Samyang pada bulan Mei mengalami peningkatan sangat pesat dibulan Juni dan Juli. Tetapi memasuki bulan Agustus volume penjualan mengalami penurunan. Tidak hanya pada bulan Agustus, pada bulan September volume penjualan mie Samyang kembali mengalami penurunan. Memasuki pada bulan Oktober, volume penjualan mie Samyang kembali mengalami kenaikan cukup pesat. Sehingga, dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal

⁸¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, h. 207.

dari MUI di Hypermart Palangka Raya tidak selalu mengalami kenaikan tetapi terkadang juga mengalami penurunan.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Volume penjualan mie Samyang tersebut mengalami kenaikan pada bulan Juni dan Juli 2017. Kenaikan tersebut tentu berpengaruh terhadap laba yang perusahaan yang juga semakin meningkat. Tetapi ketika memasuki bulan Agustus 2017, volume penjualan semakin menurun.

Pada bulan September 2017 volume penjualan kembali mengalami penurunan, sehingga mempengaruhi laba perusahaan yang juga akan menurun. Laba perusahaan yang pada awalnya meningkat ketika penjualan mengalami peningkatan ketika bulan Juni dan Juli mengalami penurunan ketika bulan Agustus dan September. Setelah mengalami penurunan di dua bulan, akhirnya pada bulan Oktober 2017 volume penjualan mie Samyang kembali mengalami peningkatan. Hal ini tentu mempengaruhi laba perusahaan yang kembali meningkat dan semakin besar juga laba yang diterima perusahaan melalui peningkatan volume penjualan mie Samyang yang terjadi di bulan Oktober 2017.

Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo,

atau liter. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.⁸² Volume penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal dari MUI di Hypermart Palangka Raya mengalami peningkatan di bulan Juni dan Juli, tetapi mengalami penurunan di bulan Agustus dan September, kemudian pada bulan Oktober kembali mengalami peningkatan, sehingga tentu berpengaruh terhadap laba dari Hypermart yang juga memperoleh laba yang besar melalui peningkatan volume penjualan di bulan Juni dan Juli, tetapi mengalami penurunan di bulan Agustus dan September. Kemudian mengalami peningkatan pada bulan Oktober sehingga laba Hypermart pada bulan Oktober juga semakin besar dari peningkatan volume penjualan tersebut.

Dari data penjualan tersebut terlihat penjualan mie Samyang tidak selalu mengalami kenaikan. Penjualan mie Samyang yang pada awalnya naik mungkin disebabkan antusias para konsumen di Palangka Raya yang tertarik membeli mie Samyang ini. Seiring berjalan waktu, penjualan mie Samyang mengalami penurunan,

⁸² Ibid, h. 207.

sehingga berpengaruh terhadap omset perusahaan yang mengalami penurunan. Penurunan mie Samyang secara terus menerus dapat menyebabkan penurunan laba yang bahkan dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Akan tetapi memasuki bulan Oktober, penjualan mie Samyang mengalami kenaikan dibandingkan sebelumnya sehingga menambah keuntungan bagi perusahaan.

Penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal dari awal kehadirannya di Hypermart Palangka Raya ternyata mampu menarik konsumen. Hal ini dikarenakan ketidaktahuan konsumen dan sebelum adanya fenomena yang ditemukan yaitu adanya kandungan tidak halal dalam mie Samyang. Sebelum adanya label halal, penjualan mie Samyang ternyata mengalami naik turun. Hal ini biasa terjadi dalam penjualan suatu produk. Volume penjualan tidak selalu mengalami kenaikan, tetapi juga mengalami penurunan.

Berikut ini adalah data penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya sesudah memiliki label halal dari MUI.

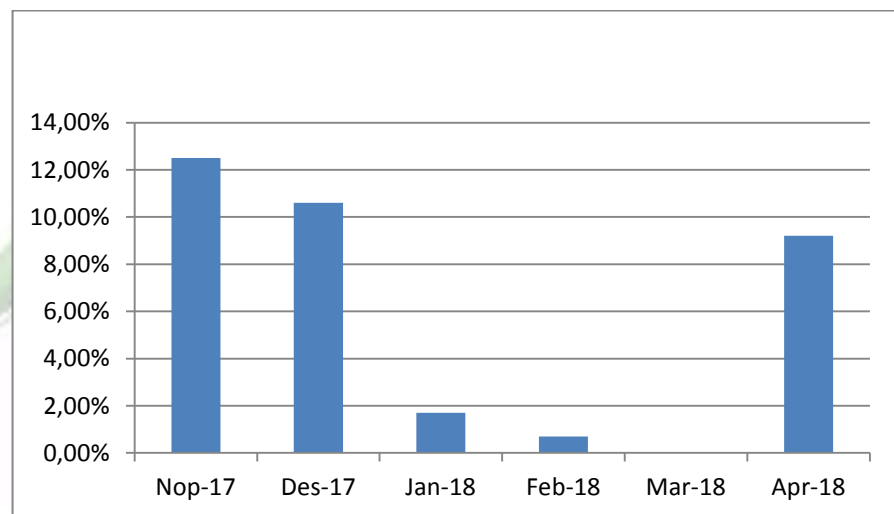
Tabel 4.4
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal
dalam Bentuk Persen

Bulan (tahun 2017-2018)					
November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
12,5%	10,6%	1,7%	0,7%	0%	9,2%

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Untuk memudahkan dalam membaca laporan penjualan Mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dapat dilihat dari grafik sebagai berikut:

Grafik 4.4
Data Volume Penjualan Mie Samyang Sesudah Label Halal
dalam Bentuk Persen



Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Dari data yang telah diuraikan tersebut diketahui total volume penjualan mie Samyang pada bulan November 2017 sebesar 12,5%. Pada bulan Desember 2017 volume penjualan mengalami penurunan sebesar 10,6%. Pada bulan Januari 2018, volume penjualan mengalami penurunan sangat drastis, dimana hanya mampu terjual sebesar 1,7%. Pada bulan selanjutnya Februari 2018 kembali mengalami penurunan sangat drastis, dimana mie Samyang hanya mampu terjual 0,7%. Memasuki bulan Maret 2018 di Hypermart Palangka Raya terjadi kekosongan stock sehingga volume penjualan hanya 0%. Pada bulan berikutnya, bulan April

2018, volume penjualan lebih baik dibandingkan bulan Januari dan Februari 2018, dimana mie Samyang mampu terjual sebesar 9,2%.

Dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya mengalami penurunan sejak adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal ini terlihat dari data volume penjualan pada bulan November ke bulan Desember 2018, Januari dan Februari 2018. Pada bulan Maret 2018 volume penjualan 0 dikarenakan adanya stok barang yang kosong, sehingga tidak ada penjualan mie Samyang pada bulan Maret. Pada bulan April 2018 seiring dengan adanya kembali stok mie Samyang di Hypermart Palangka Raya, volume penjualan kembali meningkatkan.

Volume penjualan merupakan sesuatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, atau liter. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.⁸³ Sehingga dari naik turunnya volume penjualan perusahaan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang juga mengalami naik turun.

⁸³ Ibid, h. 207.

Berdasarkan data volume penjualan yang telah diuraikan, volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangkaraya mengalami penurunan semenjak adanya label halal. Hal ini terlihat dari data volume penjualan pada bulan November ke bulan Desember 2017, Januari dan Februari 2018. Penurunan volume penjualan yang terjadi ini tentu mempengaruhi laba perusahaan yang juga mengalami penurunan. Pada bulan Maret 2018 volume penjualan 0 dikarenakan adanya stok barang yang kosong, sehingga tidak ada penjualan mie Samyang pada bulan Maret, sehingga tidak ada pengaruh apa-apa terhadap laba perusahaan. Pada bulan April 2018 seiring dengan adanya kembali stok mie Samyang di Hypermart Palangka Raya, volume penjualan kembali meningkatkan. Melalui peningkatan ini tentu berpengaruh terhadap laba perusahaan, dimana laba perusahaan juga akan semakin besar dengan adanya peningkatan volume penjualan.

Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.⁸⁴ Sehingga dari naik turunnya volume penjualan perusahaan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang juga mengalami naik turun. Volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya mengalami penurunan dibulan November dan Desember 2017, Januari dan Februari 2018,

⁸⁴ Ibid, h. 207.

sehingga laba perusahaan juga semakin menurun. Tetapi dibulan April 2018 volume penjualan mie Samyang mengalami peningkatan sehingga berpengaruh terhadap laba yang juga semakin meningkat dan besar bagi perusahaan.

Penjualan mie Samyang setelah adanya label halal yang terlihat lebih sedikit dibandingkan sebelum adanya label halal dikarenakan masyarakat yang menjadi lebih selektif dalam produk. Masyarakat yang pada awalnya tidak mengetahui adanya kandungan tidak halal dan setelah adanya penemuan salah satu bahan tidak halal dalam mie Samyang menyebabkan daya beli yang turun sehingga volume penjualan yang juga turun.

Untuk meningkatkan volume penjualan mie Samyang setelah adanya label halal dari MUI, Hypermart Palangka Raya juga melakukan promo katalog sesudah adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal ini dilakukan untuk menaikkan volume penjualan mie Samyang di Palangka Raya. Selain itu juga, promo katalog ini dilakukan untuk menarik para konsumen membeli mie Samyang. Promo katalog ini biasanya rutin dilakukan dan dirasa mampu untuk mendorong penjualan suatu produk.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada YT yaitu merupakan salah seorang staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya menjelaskan bahwa:

“Dahulu rami jua, tapi pas sudah ada halalnya makin rami. Penjualan mie samyang waktu tahun 2017 sebelum ada label

halalnya tu sekitar 419 bungkus selama setahun. Amunnya tahun 2018 ni dari bulan Januari sampai April sekitar 345 bungkus. Menurutku meningkat pang mbak, ini kan baru sampai April udah sekitar 300 lebih sedangkan tahun 2017 semalam Januari sampai Desember cuman dapat 400 lebih dikit. Kalo stok barang mie samyang pas tahun 2017 tu sekitar 750 lebih. Kalo tahun 2018 kami menyediakan barang tu sekitar 600 lebih dikit ja. Kalo bentuk persennanya aku kada tau soalnya kada menghitung jua pang.”⁸⁵

Terjemah teks di atas yaitu:

“Dahulu ramai juga, tapi saat sudah ada halalnya semakin ramai. Penjualan mie samyang waktu tahun 2017 sebelum ada label halalnya itu berkisar 419 bungkus selama setahun. Sedangkan tahun 2018 ini dari bulan Januari hingga April berkisar 345 bungkus. Menurut saya meningkat, karena tahun 2018 ini kan baru sampai April sudah mencapai berkisar 300 lebih sedangkan tahun 2017 kemarin Januari sampai Desember hanya mendapatkan 400 lebih sedikit. Untuk persediaan barang mie samyang pada tahun 2017 itu berkisar 750 lebih. Sedangkan tahun 2018 kami menyediakan barang itu berkisar 600 lebih sedikit saja. Kalau bentuk persennya saya tidak mengetahuinya karena tidak menghitung juga”

Menurut YT di atas menjelaskan bahwa penjualan mie samyang meningkat sebelum ada label halal hingga sesudah ada label halal. Menurut YT juga bahwa mereka sering mengadakan promo katalog. Pada tahun 2017 sebelum ada label halalnya yaitu penjualan mie samyang berkisar 419 bungkus selama 1 tahun. Sedangkan pada tahun 2018 sesudah ada label halalnya penjualan mie samyang berkisar 300 bungkus dari bulan Januari hingga April. Persediaan barang untuk mie samyang di tahun 2017 sebelum ada label halalnya berkisar 750 bungkus mie samyang, sedangkan di tahun 2018 sesudah ada label halalnya berkisar 600

⁸⁵ Wawancara dengan YT di Hypermart Palangka Raya, Rabu, 2 Mei 2018, pukul 10:00WIB.

bungkus dari bulan Januari hingga April. Menurut YT banyaknya persen penjualan tidak terlalu mengetahui.

Berdasarkan pendapat YT tersebut terlihat penjualan mie Samyang pada sebelum adanya label halal melalui promo katalog yang diadakan Hypermart lebih besar dibandingkan setelah adanya label halal. Hal ini terlihat jumlah penjualan mie Samyang selama satu tahun pada 2017 hanya 419 bungkus. Tetapi memasuki tahun 2018, penjualan mie Samyang selama 4 bulan sudah menembus 300 bungkus. Ini tentu lebih jauh persentase penjualan yang dilakukan dibandingkan satu tahun sebelumnya. Dari penjualan ini terlihat setelah adanya logo halal, jumlah penjualan mie Samyang ternyata naik dibandingkan tahun sebelumnya.

Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya adalah:⁸⁶

- a. Menjajakan produk sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menetapkan dan pengaturan yang teratut sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisis pasar.
- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran.
- f. Mengadakan discount atau potongan harga.⁸⁷

⁸⁶ Rizki Dan Winarnigsih, “Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Montor”, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 1 No. 1, 2013, h.154.

Promo katalog ini sebagai usaha yang dilakukan Hypermart Palangka Raya sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan volume penjualan mie Samyang. Promo katalog ini ternyata dirasa berhasil. Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti. Melalui promo katalog yang dilakukan Hypermart Palangka Raya ternyata mampu meningkat volume penjualan mie Samyang. Promo katalog mampu menarik para konsumen untuk membeli mie Samyang. Hal ini dikarenakan harga mie Samyang yang ditawarkan melalui promo katalog lebih murah dibandingkan harga jual biasanya.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

1. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.⁸⁷
2. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Fandy Tjiptono, dkk, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008, h. 604.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran.

Untuk menghindari kerugian, perusahaan memerlukan suatu tindakan. Hal ini dikarenakan kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan. Apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Untuk itu perusahaan yang memasarkan produk, biasanya melakukan promo katalog. Hal serupa inilah yang dilakukan Hypermart Palangka Raya. Melalui Promo katalog, penjualan mie Samyang ternyata lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Sehingga dari penjualan mie Samyang yang sempat mengalami kerugian karena adanya penurunan dalam penjualannya kembali meningkat setelah melakukan promo katalog. Sehingga melalui promo katalog ini, perusahaan mampu menjual produknya yang dapat memberikan keuntungan dan dapat meminimalisir kerugian dalam penjualan mie Samyang.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh PD salah seorang staf bagian produk mie samyang di Hypermart Palangka Raya menjelaskan:

“Untuk penjualan mie samyang sebelum ada label halalnya lawan sesudah label halal tu meningkat pang sekitar 80%.

Soalnya kan dulu kebanyakan orang muslim tu masih banyak nanya-nanya kenapa gak ada label halalnya jadi masih ragu menukarnya. Kalo untuk persediaan barang mie samyang dulu sebelum ada label halalnya lebih banyak mesan daripada tahun 2018, kami lebih banyak mesan mie merk-merk lokal jadi kami kurangi mesan gasan produk luar. Tapi ni lagi kededa promo pas awal bulan semalam ada promonya, amun promo selanjutnya kada tahu pabila lagi”⁸⁹

Terjemah teks di atas yaitu:

“Untuk penjualan mie samyang sebelum ada label halalnya dengan sesudah label halal itu meningkat berkisar 80%. Karena dahulu kebanyakan orang muslim itu masih banyak bertanya-tanya kenapa tidak ada label halalnya jadi masih ragu membelinya. Kalau untuk persediaan barang mie samyang dahulu sebelum ada label halalnya lebih banyak memesannya daripada tahun 2018, kami lebih banyak memesan mie merk-merk lokal jadi kami mengurangi pemesanan untuk produk luar. Tapi saat ini belum ada promo kalau awal bulan kemarin ada promonya, kalau promo selanjutnya masih belum tau kapan lagi.”

Menurut PD menjelaskan bahwa penjualan mie samyang sebelum dan sesudah adanya label halal meningkat hingga 80% karena sebelum ada label halalnya kebanyakan orang muslim masih menanyakan tentang kenapa tidak ada label halalnya jadi sebagian dari konsumen masih ragu membelinya. Sedangkan untuk persediaan barang sebelum ada label halalnya lebih banyak dibandingkan sesudah label halal, karena menurut PD mereka lebih banyak memesan mie produk dalam negeri daripada mie produk luar negeri. Menurut PD pada saat akhir bulan April tidak ada promo sedangkan pada saat awal bulan April sudah diadakan promo, dan untuk promo selanjutnya PD tidak mengetahui kapan diadakan promo lagi.

⁸⁹ Wawancara dengan PD di Hypermart Palangka Raya, Jum’at, 4 Mei 2018, pukul 11:00 WIB.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan YT dan PD, promo katalog yang dilakukan Hypermart dirasa cukup berhasil untuk mendongkrak penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya. Sebelum adanya logo halal ternyata lebih sedikit dibandingkan setelah adanya logo halal. Melalui promo katalog ini, perusahaan dapat meminimalisir adanya kerugian yang dialami perusahaan dalam penjualan mie Samyang. Promo katalog ini ternyata juga mampu mendongkrak penjualan mie Samyang setelah adanya logo halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal meningkat hingga 80% karena sebelum ada label halalnya kebanyakan warga muslim masih menanyakan tentang kenapa tidak ada label halalnya, sehingga sebagian dari konsumen masih ragu membelinya. Untuk persediaan barang sebelum ada label halalnya lebih banyak dibandingkan sesudah label halal, karena para konsumen lebih banyak memesan mie produk dalam negeri daripada mie produk luar negeri. Tetapi, dengan adanya promo katalog yang dilakukan Hypermart Palangka Raya, volume penjualan mie Samyang setelah adanya label halal dari MUI mengalami peningkatan sehingga menaikkan laba perusahaan.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan

dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.

Volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal mengalami naik turun, sehingga laba perusahaan juga mengalami naik turun. Tetapi dibandingkan sebelum adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia, volume penjualan Mie Samyang jauh lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya label halal tersebut. Sehingga perusahaan melakukan upaya yaitu promo katalog, sehingga volume penjualan mie Samyang mengalami peningkatan dan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang semakin meningkat atau semakin besar.

2. Dampak Label Halal Mie Samyang Terhadap Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Memiliki Label Halal

Menurut Abdul Raufu Ambali dan Ahmad Naqiyuddin Bakar dalam jurnalnya yang berjudul *People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers* menyatakan bahwa *The word "Halal" means permissible or lawful by Islamic laws. It refers to foods or products consumed by Muslim. Halal, when used in relation to food in any form whatsoever in the course of trade or business or as part of a trade description, is applied to lawful products or foods or drinks. Halal can also take any other expression indicating*

*or likely to be understood as permission by Islamic religion to consume certain things or utilize them. Such expression shall have an indication that neither is such thing consists of or contains any part or matter of an animal that a Muslim is prohibited by shariah to consume.*⁹⁰ Terjemahan dari teks tersebut adalah Kata "Halal" berarti diizinkan atau sah menurut hukum Islam. Ini mengacu pada makanan atau produk dikonsumsi oleh Muslim. Halal, ketika digunakan dalam kaitannya dengan makanan dalam bentuk apapun apa pun dalam perdagangan atau bisnis atau sebagai bagian dari deskripsi perdagangan, berlaku untuk halal produk atau makanan atau minuman. Halal juga dapat mengambil ekspresi lain yang menunjukkan atau mungkin dipahami sebagai izin oleh agama Islam untuk mengkonsumsi hal-hal tertentu atau memanfaatkannya. Ekspresi semacam itu harus memiliki indikasi bahwa tidak ada yang terdiri dari atau mengandung bagian atau materi dari hewan yang seorang Muslim dilarang oleh syariah untuk mengkonsumsi.

Masalah makanan, kebanyakan makanan dianggap halal kecuali bahan-bahan makanan khusus yang telah disebutkan dalam al-Qur'an atau Hadist (perkataan Nabi Muhammad SAW). Manusia tidak bisa mengubah hukum haram menjadi halal. Apa yang dianggap haram adalah menjadikan hal-hal yang haram menjadi halal.⁹¹

⁹⁰ Jurnal Internasional, Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiyuddin Bakar / Procedia – Social and Behavioral Sciences 121 (2014) 3 – 25.

⁹¹ Mohammad Jauhar, *Makanan Halal Menurut Islam*, h. 19.

Aisjah Girindra mengatakan dalam bukunya Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal mengatakan secara umum ada tiga kategori makanan yang dikonsumsi manusia adalah nabati, hewani dan produk olahan. Makanan bahan nabati secara keseluruhan adalah halal, karena itu boleh dikonsumsi kecuali yang mengandung racun, bernajis, dan/atau memabukkan. Adapun makanan yang berasal dari hewani terbagi dua, yaitu hewan laut yang secara keseluruhan boleh dikonsumsi dan hewan darat yang hanya sebagian kecil saja yang tidak boleh dikonsumsi. Sementara itu kehalalan atau keharaman makanan olahan sangat tergantung dari bahan (baku, tambahan, dan/atau penolong) dan proses produksinya.⁹²

Ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bahkan bukan cuma halal, tetapi juga *thayyib* (baik). Para ulama menafsirkan *thayyib* sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan.⁹³ Makanan yang baik adalah makanan yang dianggap lezat mengikut citarasa manusia yang normal. Makanan yang buruk adalah makanan yang dianggap jijik oleh manusia yang normal. Firman Allah dalam Q.S. al-A'raf, 157:

...وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ...

⁹² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 111.

⁹³ Ady Syahputra Dan Haroni Doli Hamoraon, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 8, h. 475.

“.....dan ia menghalalkan bagi mereka segala benda yang baik, dan mengharamkan kepada mereka segala benda yang buruk.....”⁹⁴

Makanan yang halal serta baik adalah merupakan makanan yang mengandung banyak khasiat serta baik untuk kesehatan. Allah SWT pada dasarnya telah menciptakan segala apa yang ada di bumi ini adalah halal melainkan terdapat bahaya di dalamnya, maka Allah SWT. mengharamkannya.⁹⁵ Firman Allah SWT dalam Q.S. al-Baqarah, 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah (Allah) yang menjadikan untuk kamu segala yang ada di bumi, kemudian iamenuju dengan kehendakNya ke arah (bahan-bahan) langit, lalu dijadikannya tujuh langit dengan sempurna; dan ia maha mengetahui akan tiap-tiap sesuatu.”⁹⁶

Label halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI.⁹⁷

⁹⁴ Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan), jilid III, h. 492.

⁹⁵ Salma Binti Mat Yasim, *Makanan Halal: Kepentingannya Menurut Perspektif Islam*, h. 2.

⁹⁶ Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan), jilid I, h. 69.

⁹⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan wadah musyawarah para Ulama, Zu'ama dan Cendikiawan Muslim dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan (*ifta'*) yang senantiasa timbul dan dihadapi masyarakat Indonesia. Hal yang mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan dan mazhabnya. Oleh karena itu, fatwa yang dikeluarkan oleh MUI diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijakan.⁹⁸

Pemerintah di Indonesia juga mengatur tentang jaminan produk halal yang tercantum dalam UU Nomor 33 tahun 2014, pada UU ini Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Hal ini bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat yang akan mengonsumsi produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.⁹⁹

Adapun beberapa tujuan LPPOM MUI memberi Label Halal kepada suatu produk yaitu sebagai berikut:

- a. Melindungi konsumen dari produk yang bahan bakunya tercemar dan merusak atau membahayakan dengan menjamin produk

⁹⁸ Ma'ruf Amin, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, h.13.

⁹⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, h. 113.

makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika aman dari bahan yang membahayakan konsumen.

- b. Mengurangi kecenderungan umat muslim mengkonsumsi barang luarnegeri yang tidak ada label halal.
- c. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengkonsumsi produk makanan, obat-obatan maupun kosmetik yang halal.
- d. Agar meningkatkan daya saing produk berlabel halal yang mampu menambah kualitas dan keamanan produk.¹⁰⁰

Volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal mengalami naik turun, sehingga laba perusahaan juga mengalami naik turun. Tetapi dibandingkan sebelum adanya label halal dari MUI, volume penjualan Mie Samyang jauh lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya label halal tersebut.

Sebelum adanya label halal, volume penjualan mie Samyang pada bulan Mei mengalami peningkatan sangat pesat dibulan Juni dan Juli. Kemudian memasuki bulan Agustus volume penjualan mengalami penurunan. Tidak hanya pada bulan Agustus, pada bulan September volume penjualan mie Samyang kembali mengalami penurunan. Memasuki pada bulan Oktober, volume penjualan mie Samyang kembali mengalami kenaikan cukup pesat. Sehingga, dari data tersebut terlihat volume penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal

¹⁰⁰ Departemen Agama R.I, *Modul Pelatihan dan Auditor Internal halal*, h. 66-67.

dari MUI di Hypermart Palangka Raya tidak selalu mengalami kenaikan tetapi terkadang juga mengalami penurunan.

Sesudah adanya label halal, volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya mengalami penurunan dibulan November dan Desember 2017, Januari dan Februari 2018, sehingga laba perusahaan juga semakin menurun. Namun dibulan April 2018 volume penjualan mie Samyang mengalami peningkatan sehingga berpengaruh terhadap laba yang juga semakin meningkat dan besar bagi perusahaan. Tetapi dibandingkan sebelum adanya label halal dari MUI, volume penjualan Mie Samyang jauh lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya label halal tersebut sehingga perusahaan melakukan upaya yaitu promo katalog, sehingga volume penjualan mie Samyang mengalami peningkatan dan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang semakin meningkat atau semakin besar. Hal ini terbukti dari penjualan mie samyang sebelum dan sesudah adanya label halal meningkat hingga 80%. Sehingga, dengan adanya label halal dari MUI dan promo katalog yang dilakukan perusahaan, volume penjualan mie Samyang di Hypermart Palangka Raya meningkat.

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.¹⁰¹ Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau

¹⁰¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 183.

hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.¹⁰² Dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas.¹⁰³ Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat, dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang atasannya biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selangkahnya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.¹⁰⁴

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap informan yaitu konsumen mie Samyang di Hypermart Palangka Raya. Mie Samyang yang belum memiliki label halal menimbulkan dampak terhadap konsumen yang membeli mie Samyang. Sebelum adanya label halal dari MUI, para konsumen menjadi ragu untuk membeli mie Samyang, hal ini berdasarkan pernyataan GA sebagai berikut:

*“Aku taunya tu sebelum ada rame di berita yang tentang halalnya tu, tapi aku belum pernah menukarnya jua tapi pas sudah ada berita kalo mie samyang sekarang ada label halalnya jadi aku nukar ai handak mencoba soalnya penasaran jua aku dengan rasanya. Tapi pas semalam aku mencoba sekalinya padas banar jadi meolah ku jara ai menukarnya.”*¹⁰⁵

¹⁰² <http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf>, diunduh pada tanggal 10-04-2018 pada pukul 23:46 WIB, h. 1.

¹⁰³ Otto Soemarwoto, *Analisis Dampak Lingkungan*, h. 43.

¹⁰⁴ <http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf>, diunduh pada tanggal 10-04-2018 pada pukul 23:46 WIB, h. 1.

¹⁰⁵ Wawancara dengan GA di Hypermart Palangka Raya, Kamis, 3 Mei 2018, pukul 15:30 WIB.

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Saya mengetahui itu sebelum ada ramai di berita yang tentang halalhnya itu, tapi saya belum pernah membelinya juga tapi saat sudah ada berita kalau mie samyang sekarang ada label halalhnya jadi saya membeli mie samyang ingin mencobai karena penasaran juga saya dengan rasanya. Tapi saat kemarin saya mencobanya ternyata rasanya pedas sekali sehingga membuat saya jera untuk membelinya.”

Menurut GA menjelaskan bahwa GA mengetahui mie samyang pada saat sebelum beredar kabar kehalalan mie samyang tersebut. Setelah ada berita kalau mie samyang telah mendapat label halal maka GA ingin membelinya karena penasaran dengan rasanya. Namun pada saat GA mengonsumsi mie samyang tersebut GA tidak menyukainya karena rasanya terlalu pedas sehingga membuat GA menjadi jera untuk membelinya. Pendapat lain juga dijelaskan oleh FT yaitu:

“Kalo mie samyang aku taunya dari kawanku pang, tapi belum pernah mencobai olehnya belum ada halalhnya kalo, pernah ai kawanku membawai makan itu tapi aku kada handak. Pas aku melihat ada mie samyang yang ada halal handak ai aku mencobanya penasaran dengan rasanya jua. Kalomenukarnya aku kadang-kadang ja amunnya lagi handak ja, soalnya rasanya pedas jua mana larang harganya.”¹⁰⁶

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Kalau mie samyang saya tau dari teman saya, tapi belum pernah mengonsumsinya karena belum ada halalhnya, pernah saja teman saya mengajak saya untuk memakannya tapi saya tidak ingin. Saat saya melihat ada mie samyang yang ada halal jadi saya ingin mencobanya penasaran dengan rasanya juga. Kalau membelinya saya kadang-kadang saja kalau lagi saat maunya saja, karena rasanya pedas lagi pula harganya juga mahal.”

Menurut FT menjelaskan bahwa FT mengetahui mie samyang berawal dari temannya tapi FT belum pernah mengonsumsinya karena

¹⁰⁶ Wawancara dengan FT di Hypermart Palangka Raya, Sabtu, 5 Mei 2018, pukul 12:00 WIB.

belum ada halalnya. Saat FT melihat kalau ada mie samyang yang ada halalnya maka FT tertarik untuk mencoba mengonsumsinya karena penasaran dengan rasanya. Menurut FT untuk membeli mie samyang FT membelinya hanya kadang-kadang karena rasanya yang pedas dan harganya yang mahal. Pendapat lain juga dijelaskan oleh RS salah seorang konsumen mie samyang yaitu:

“Mie samyang ni aku sudah lawas taunya, mun makannya lawas jua sudah olehnya aku suka pedas sebelum ada berita yang semalam sampai wahini aku masih makannya, tapi pas ada berita tentang label halal semalam tu aku tekajut ai pang soalnya aku kada suah mencek labelnya. Kalo berapa sering aku nukarnya kada nentu jua mun ku lagi handak makan mie samyang aku nukar, mun kada handak kada nukar.”¹⁰⁷

Terjemah teks di atas yaitu:

“Mie samyang ini saya sudah lama taunya, kalau makannya lama juga sudah karena saya suka pedas sebelum ada berita yang kemarin sampai sekarang saya masih makannya, tapi saat ada berita tentang label halal kemarin itu saya terkejut karena saya tidak pernah mencek labelnya. Kalau berapa sering saya membelinya tidak menentu juga kalau saya lagi ingin makan mie samyang saya beli, kalau tidak ingin tidak beli.”

Menurut RS menjelaskan bahwa RS telah mengetahui dan mengonsumsi mie samyang sudah lama sejak sebelum ada pemberitaan tentang label halal mie samyang dan sampai sekarang masih mengonsumsinya karena RS termasuk penyuka pedas. RS menjelaskan bahwa RS tidak pernah mengecek label halal pada mie samyang ketika membeli, sehingga ketika ada pemberitaan tentang label halal mie samyang RS pun terkejut. Seberapa sering RS membeli

¹⁰⁷ Wawancara dengan RS di Hypermart Palangka Raya, Kamis, 3 Mei 2018, pukul 15:30 WIB.

menurut RS ketika RS ingin membeli maka RS akan membeli dan ketika RS tidak ingin membeli maka RS tidak akan membeli maksudnya yaitu tidak menentu tergantung keinginanya. Pendapat lain juga dijelaskan oleh UH salah seorang konsumen menjelaskan yaitu:

“Aku tau mie samyang tu dari dulu pang pas awal keluar, waktu dulu makan mie samyang jua sampai wahini makan jua, tapi pas ada berita ditarik balai POM tu aku ampih makannya. Pas sudah ada berita lagi kalo mie samyang ada halal MUInya langsung ai aku makan lagi. Karna aku suka pedas, jadi lumayan rancak ai pang aku nukarnya.”¹⁰⁸

Terjemah dari teks di atas yaitu:

“Saya mengetahui mie samyang itu dari dahulu sejak awal keluar, waktu dahulu makan mie samyang juga hingga sekarang makan juga, tapi sejak ada berita ditarik balai POM itu saya berhenti makannya. Sejak sudah ada berita lagi kalau mie samyang ada halal MUInya langsung saya makan lagi. Karena saya suka pedas, jadi lumayan sering saya membelinya.”

Menurut UH menjelaskan bahwa UH mengetahui mie samyang sejak awal mie samyang keluar hingga sekarang UH masih mengonsumsinya, tapi pada saat ada berita penarikan mie samyang oleh balai POM maka UH berhenti mengonsumsinya. Namun pada saat ada berita bahwa mie samyang telah ada yang halal MUInya jadi UH langsung mengonsumsinya kembali. Menurut UH mengatakan bahwa kalau UH kalau UH penyuka pedas maka dari itu UH sering membelinya.

Menurut Chiratus Ratanamaneichat dan Sakchai Rakkarn dalam jurnalnya yang berjudul *Quality Assurance Development of Halal Food Products for Export to Indonesia* menyatakan bahwa *the world*

¹⁰⁸ Wawancara dengan UH di Hypermart Palangka Raya, Selasa, 1 Mei 2018, pukul 14:00 WIB.

*Muslim population today is estimated to be around 1.6 1.8 billion, about one fifth of the total world population. Indonesia is the most populous Muslim country in the world. In 2004, more than 200 million people or 88% of the Indonesian population were practising Muslims, Although Indonesia has the biggest Muslim population in the world, the accomplishment of national concerns on Halal foods just appeared in 1989, especially after the Assessment Institute for Food, Drugs and Cosmetics Indonesian Council of Ulama (AIFDC ICU, or LPPOM-MUI) was established. Since then, Halal certification activities to foods industries increases rapidly as the awareness and demand for Halal products of Muslim people increases.*¹⁰⁹ Terjemahan dari teks tersebut yaitu populasi Muslim dunia saat ini diperkirakan sekitar 1,6-1,8 miliar, sekitar seperlima dari total populasi dunia. Indonesia adalah negara Muslim terpadat di dunia. Pada tahun 2004, lebih dari 200 juta orang atau 88% penduduk Indonesia berlatih Muslim. Meskipun Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, pencapaian kekhawatiran nasional pada makanan halal baru saja muncul pada tahun 1989, terutama setelah Lembaga Pengkajian Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika Dewan Ulama Indonesia (AIFDC ICU, atau LPPOM MUI) didirikan. Dari dulu, Kegiatan sertifikasi halal untuk industri makanan meningkat dengan cepat

¹⁰⁹ Jurnal Internasional, Chiratus Ratanamaneichat and Sakchai Rakkarn / Procedia - Social and Behavioral Sciences 88 (2013) 134 – 141.

seiring dengan kesadaran dan permintaan akan produk halal orang Muslim meningkat.

Pada saat akhir tahun 2017 tepatnya pada bulan Nopember fenomena mie Samyang yang terkenal dengan rasa pedasnya sempat terusik dengan adanya penemuan yang menyatakan mie Samyang tidak halal. Hal ini menimbulkan dampak bagi para konsumen mie Samyang yang menjadi ragu dalam mengkonsumsi mie Samyang. Apalagi mayoritas penduduk Indonesia tepatnya di Palangka Raya adalah muslim sehingga menjadi ragu untuk membeli mie Samyang yang tidak memiliki label halal.

Melalui adanya label halal dari MUI, berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen mie Samyang yang membeli di Hypermart Palangka Raya, semenjak adanya label halal para konsumen menjadi lebih yakin untuk membeli mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dibandingkan sebelum adanya label halal. Hal ini tentu berdampak terhadap kenaikan volume penjualan mie Samyang sehingga berdampak terhadap perolehan laba yang juga semakin meningkat. Hal ini berbanding terbalik sebelum adanya label halal dari MUI, dimana para konsumen menjadi agak ragu untuk membeli mie Samyang, sehingga berdampak menurunnya volume penjualan sebelum adanya label halal.

Melalui label halal yang telah dikeluarkan MUI berdampak terhadap ketertarikan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi

mie Samyang. Sehingga, dengan adanya label halal dari MUI, para konsumen sendiri menjadi lebih tertarik untuk membeli mie Samyang di Hypermart Palangka Raya. Selain itu, dengan adanya label halal yang dikeluarkan MUI, para konsumen mie Samyang menjadi tidak ragu dan tidak was-was lagi dalam mengkonsumsi mie Samyang.

Berbeda dengan data laporan penjualan mie Samyang di Hypermart yang menunjukkan bahwa penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal lebih besar dari pada sesudah label halal diterbitkan. Hal ini terbukti dalam perhitungan persentase laporan penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal.

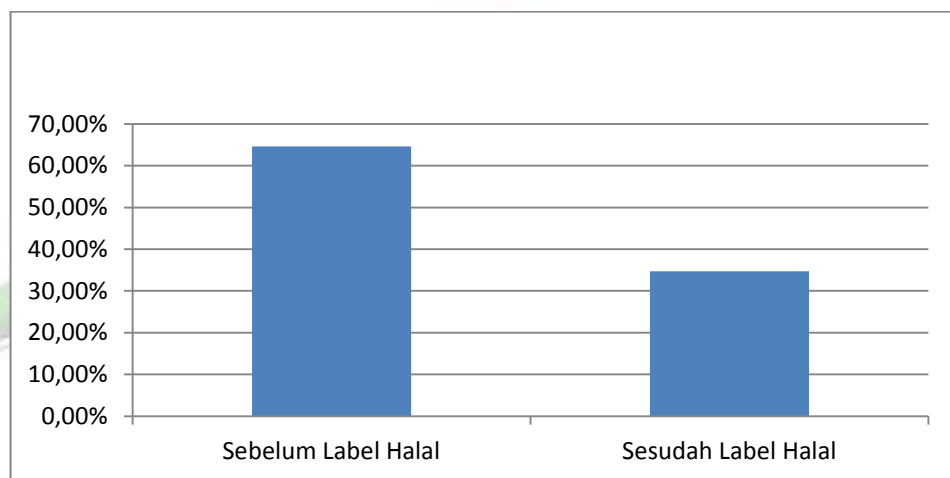
Tabel 4.5
Persentase Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Label Halal

Sebelum Label Halal	Bulan (tahun 2017-2018)						Jumlah
	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	
	2,2%	9,6%	21,9%	12,8%	4%	14,1%	64,6%
Sesudah Label Halal	Nop	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	
	12,5%	10,6%	1,7%	0,7%	0%	9,2%	

Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Untuk memudahkan dalam membaca laporan penjualan Mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal di Hypermart Palangka Raya dapat dilihat dari grafik sebagai berikut:

Grafik 4.5
Persentase Data Volume Penjualan Mie Samyang Sebelum dan Sesudah Label Halal



Sumber: Hasil Kajian Peneliti, 2018.

Dari data yang telah diuraikan tersebut diketahui volume total penjualan mie Samyang sebelum adanya label halal pada bulan Mei sebesar 2,2%, pada bulan Juni 9,6%, Juli 21,9%, Agustus 12,8%, September 4% dan Oktober 14,1%, sehingga dapat ditotalkan volume penjualan mie Samyang pada saat sebelum label halal diterbitkan sebesar 64,6%. Sedangkan pada saat sesudah label halal diterbitkan volume penjualan mie Samyang pada bulan November 2017 sebesar 12,5%, bulan Desember 2017 sebesar 10,6%, bulan Januari 2018 sebesar 1,7%, selanjutnya bulan Februari 2018 sebesar 0,7%, bulan Maret 2018 terjadi kekosongan stock sehingga volume penjualan hanya 0%, berikutnya pada bulan April 2018 sebesar 9,2% sehingga

dapat ditotalkan volume penjualan mie Samyang pada saat sesudah label halal diterbitkan hanya sebesar 34,7%.

Hal ini bertentangan dengan hasil wawancara terhadap beberapa konsumen di Hypermart yang menunjukkan bahwa adanya label halal mereka lebih tertarik untuk membelinya bahkan mengkonsumsinya dari pada sebelum adanya label halal, namun berdasarkan data laporan penjualan mie Samyang di Hypermart menunjukkan bahwa label halal tidak berdampak apapun terhadap penjualan mie Samyang tersebut bahkan membuat volume penjualan mie Samyang menurun.

Selain berdampak terhadap volume penjualan, adanya label halal juga berdampak terhadap produsen dan konsumen. Dampak label halal bagi produsen diantaranya yaitu meningkatkan kemampuan dalam pemasaran di pasar atau negara Muslim salah satunya di Indonesia, kemudian meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memberikan ketenangan bagi konsumen. Dampak label halal bagi konsumen diantaranya konsumen menjadi terlindungi dari zat yang diharamkan dalam Islam dan zat yang berbahaya.

The logo of Universitas Palangkaraya is a green shield-shaped emblem. Inside the shield, there is a stylized representation of an open book with green pages. Below the book, the word "PALANGKARAYA" is written in a smaller, orange-brown font. The main title "BAB V" is positioned above "PENUTUP", both in a large, bold, black serif font.

BAB V

PENUTUP

PALANGKARAYA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Volume penjualan mie Samyang sebelum dan sesudah adanya label halal mengalami naik turun, sehingga laba perusahaan juga mengalami naik turun. Sebelum adanya label halal dari MUI, volume penjualan mie Samyang jauh lebih tinggi dibandingkan sesudah adanya label halal tersebut. Penjualan mie samyang sesudah adanya label halal mengalami penurunan, sehingga perusahaan melakukan upaya yaitu promo katalog yang berdampak terhadap kenaikan volume penjualan mie Samyang dan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang semakin meningkat atau semakin besar.
2. Melalui adanya label halal dari MUI, para konsumen menjadi lebih yakin untuk membeli mie Samyang di Hypermart Palangka Raya dibandingkan sebelum adanya label halal. Namun hal ini bertentangan dengan data laporan penjualan mie Samyang di Hypermart yang menunjukkan bahwa label halal tidak berdampak apapun terhadap penjualan mie Samyang tersebut bahkan membuat volume penjualan mie Samyang menurun terbukti dalam tabel 4.5 hasil kajian peneliti dalam persentase laporan penjualan mie Samyang di Hypermart bahwa volume penjualan mie Samyang pada saat sebelum label halal

diterbitkan sebesar 64,6% sedangkan pada saat sesudah label halal diterbitkan hanya sebesar 34,7%.

B. Saran

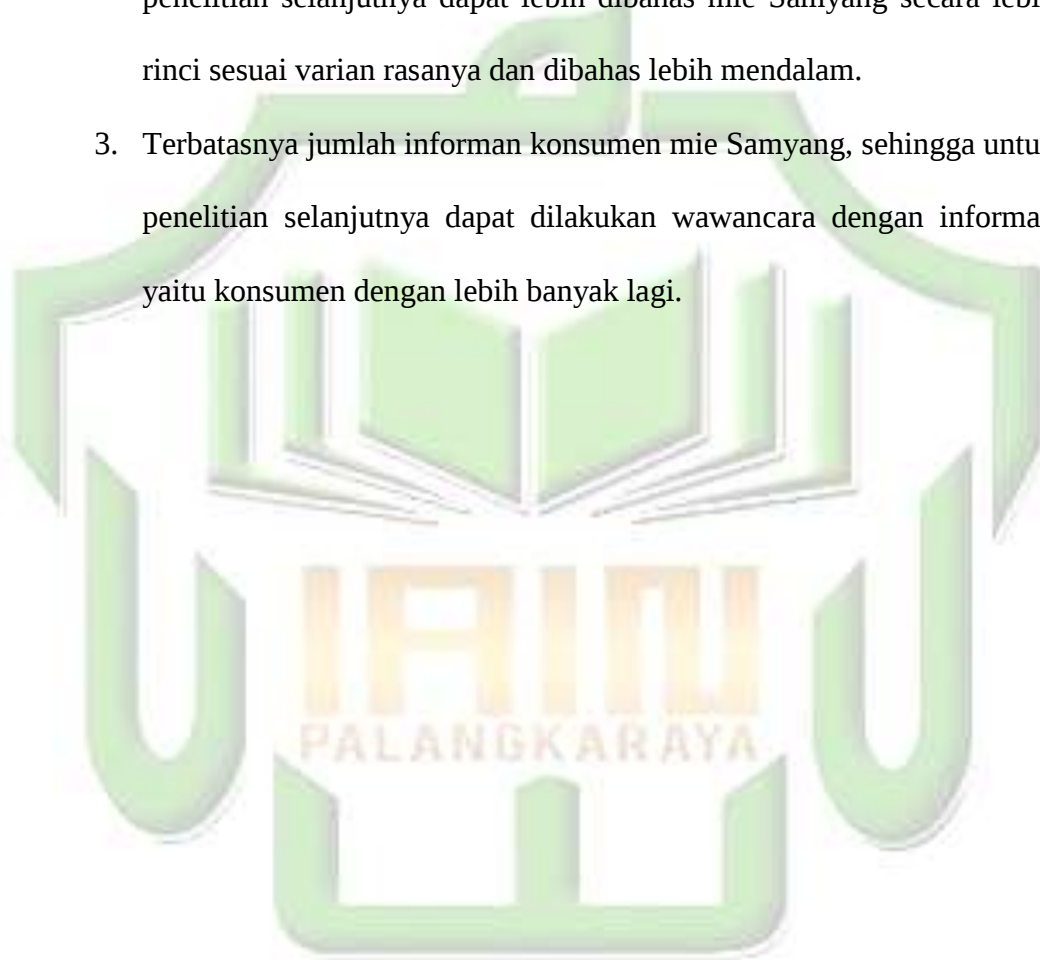
Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran untuk dicermati dan ditindaklanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi konsumen mie samyang, khususnya konsumen mie samyang di Hypermart Palangka Raya agar konsumen lebih berhati-hati dalam makanan terkhusus produk luar negeri untuk dicek kehalalannya dan komposisinya.
2. Bagi produsen mie samyang, produsen sebaiknya lebih maksimal dalam pemasaran produk mie samyang karena masih banyak yang belum mengetahui seperti apa produk tersebut. Selain itu, produsen dapat lebih memperhatikan stok mie Samyang agar tidak terjadi kekosongan stok lagi.
3. Bagi pemerintah, pemerintah dapat lebih optimal dalam pengawasan produk makanan di palangka raya, karena masih banyak produk makanan yang tidak terdapat lebel halal ataupun tidak terjamin kesehatannya.

C. Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat keterbatasan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Data penelitian yang terurai didalam penelitian ini, didalam bab 4 hanya total dari pembelian setiap bulannya, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat lebih dibahas secara mendalam setiap bulannya.
2. Mie Samyang yang diuraikan dalam bab 4 secara keseluruhan dan tidak dibahas lebih rinci dengan varian rasa yang berbeda, untuk penelitian selanjutnya dapat lebih dibahas mie Samyang secara lebih rinci sesuai varian rasanya dan dibahas lebih mendalam.
3. Terbatasnya jumlah informan konsumen mie Samyang, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan wawancara dengan informan yaitu konsumen dengan lebih banyak lagi.





DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012.

Amin, Ma'ruf, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, Jakarta: Erlangga, 2011.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.

Departemen Agama R.I., peny. Imam Masykoer Alie, *Bunga Rampai: Jaminan Produk Halal Di Negara Anggota MABIMS*, Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, 2003.

Departemen Agama R.I, *Modul Pelatihan dan Audior Internal halal*, Jakarta: 2003.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.

Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.

Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Jauhar, Mohammad, *Makanan Halal Menurut Islam*, Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009.

Karim, Adiwarman A., *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.

Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an dan Tafsirnya* (Edisi yang Disempurnakan), Jakarta: Lentera Abadi, 2010.

Kementrian Agama RI direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *AL-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.

Moelong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.

Narbuko, Cholid, dkk, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Askara, 2003.

Nasution, Mustafa Efendi, dkk, *Pengenalan Eksklusif Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Nasution, S., *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.

Patilima, Hamid, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasi pada Aktivitas Ekononomi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.

Soemarwoto, Otto, *Analisis Dampak Lingkungan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2012.

Sukirno, Sadono, dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006.

Swastha, Basu, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2001.

Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.

Tjiptono, Fandy, dkk, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, Jakarta, Kencana, 2013.

B. Tesis

Salma Binti Mat Yasim, *Makanan Halal: Kepentingannya Menurut Perspektif Islam*, Tesis Universitas Teknologi Malaysia, 2011.

C. Skripsi

Karlina Boedileksono, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan” (Studi kasus pada PT. Intan Tunggal Kharisma, Yogyakarta), Skripsi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2007.

Parida Muliana, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour’s Mart Pekanbaru, Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, 2012.

Fatkurohmah, *Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal*” dalam Skripsi Universitas Yogyakarta, 2015.

Irfan Zevi, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri, Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Tri Widodo, *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

Yuliana, Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Di Miulan Hijab Semarang), Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015.

D. Internet

Kompas.com, 2017. MUI Terbitkan Sertifikasi Halal Mi Samyang, <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/11/13/21115791/mui-terbitkan-sertifikasi-halal-mi-samyang> (Online 08 April 2018).

Kumparannews, 2017. LPPOM MUI: 3 Varian Produk Green Samyang Sudah Halal, <https://kumparan.com/@kumparannews/lppom-mui-3-varian-produk-green-samyang-sudah-halal> (Online 08 April 2108).

Liputan 6, 2017. YLKI : Waspadai Mie Korea, Diduga Mengandung Babi, <http://health.liputan6.com/read/3127356/ylki-waspadai-mie-korea-diduga-mengandung-babi> (Online 14 Januari 2018).

<http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%20II.pdf>, diunduh pada tanggal 10-04-2018 pada pukul 23:46 WIB.

Megatop Mall Palangka Raya, <http://megatop-mall.blogspot.co.id/> (Online 22 Mei 2018)

E. Jurnal

Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiyuddin Bakar / *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 121 (2014) 3 – 25.

Ady Syahputra Dan Haroni Doli Hamoraon, *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 8.

Chiratus Ratanamaneichat and Sakchai Rakkarn / *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 88 (2013) 134 – 141.

Friska Ester dan I Ketut Sandi Sudarsana, *Peranan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen Dalam Aspek Perlindungan Konsumen*, Artikel Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana.

Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah Edisi Pertama*, Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), *Persyaratan Bahan Pangan Halal HAS 23201*, 2012.

Lies Afroniyati, *Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia*, Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik Vol. 18 No. 1, 2004.

Maduretno Widowati, *Pengaruh Harga, Promosi Dan Merk Terhadap Volume Penjualan Barang Farmasi Di PT. Anugrah Pharmindo Lestari*, Fokus Ekonomi, Vol. 5 No 1, 2010.

Rizki Dan Winarnigsih, *“Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Montor”*, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 1 No. 1, 2013.

Yuli Mutiah Dan Syaad Afifuddin, *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat*

Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah Medan), Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol. 1, No.1, 2012.



