

Sosialisasi Dan Penyiapan Label Halal Bagi Pelaku Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Pulau Hiri Kota Ternate

Abdul Hadi Sirat, Abdul Rahman Jannang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Khairun

*siratabdulhadi@gmail.com

ABSTRAK

Industri rumah tangga merupakan pembangunan ekonomi melalui transformasi sumber daya yang menggunakan alat-alat yang bersifat sederhana. Industri rumah tangga terlibat dalam perubahan dari metode padat karya menjadi padat modal. Industri rumah tangga biasanya dibangun di suatu daerah yang dekat dengan bahan mentah yang menjadi bahan baku dari industri tersebut. Keberadaan industri rumah tangga di desa mempunyai arti yang penting dalam kerangka pembangunan nasional. Karena keberadaan industri rumah tangga tersebut menjadi solusi bagi tenaga kerja yang belum tertampung dan perbaikan ekonomi masyarakat desa. Akan tetapi posisi yang strategis dari industri rumah tangga di berbagai tempat belum di dukung sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kehidupan perekonomian pedesaan. Keberadaan industri rumah tangga kerupuk di Kecamatan Pulau Hiri sangat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat setempat. Dengan adanya industri rumah tangga produk makanan yang ditekuninya dapat menghasilkan ratusan ribu hingga jutaan rupiah setiap bulannya. Sehingga hal ini menandakan betapa pentingnya aktifitas kegiatan IRT mempunyai arti yang penting dalam kerangka pembangunan nasional. Karena keberadaan industri rumah tangga tersebut menjadi solusi bagi tenaga kerja yang belum tertampung dan perbaikan ekonomi masyarakat desa, sehingga kesejahteraan serta kehidupan yang layak dinikmati. Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan melakukan sosialisasi dan penyiapan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya prinsip dan ketentuan- ketentuan halal dalam UU JPH. Masyarakat khususnya pelaku IRT dapat memahami bahwa penerapan standar halal dapat berdampak pada peningkatan kapasitas pasar bagi produk-produknya. Pemahaman masyarakat yang memadai akan pentingnya penerapan standar halal akan mempermudah jalan bagi terbentuknya zona -zona halal, yang secara khusus dalam program ini akan diupayakan di Kecamatan Pulau Hiri. Rekomendasi sosialisasi ini juga akan disampaikan kepada pemerintah Kota Ternate, agar kiranya Pulau Hiri dijadikan tempat produk berlabel halal, seperti produk ikan asap dank rip pisang.

Kata kunci: Sosialisasi, Label Halal, Industri Rumah Tangga

ABSTRACT

The household industry is an economic development through the transformation of resources using simple tools. The household industry is involved in the change from labor-intensive to capital intensive methods. The household industry is usually built in an area close to the raw materials that are the raw materials of the industry. The existence of household industry in the village has an important meaning in the framework of national development. Because of the existence of the household industry is a solution for the undeveloped workforce and economic improvement of the village community. However, the strategic position of the household industry in various places has not been supported by facilities and infrastructure that can improve the effectiveness and efficiency of rural economic life. The existence of cracker household industry in Hiri Island Subdistrict greatly affects the social life of local people. With the household industry of food products that can produce hundreds of thousands to millions of rupiah every month. So this indicates how important the activities of IRT activities have an important meaning in the framework of national development. Because the existence of the household

industry is a solution for the undeveloped workforce and economic improvement of the village community, so that welfare and a decent life enjoyed This community service activity will socialize and fulfill the understanding of the community on the importance of halal principles and provisions in the JPH Law.. The community, especially IRT actors, can understand that the application of halal standards can have an impact on increasing the market capacity for their products. The understanding of the community that facilitates the importance of the implementation of halal standards will facilitate the way for the establishment of halal zones, which in particular in this program will be pursued in the District of Hiri Island. This socialization recommendation will also be submitted to the government of Ternate City, so that Hiri Island may be used as a place for halal-lying products, such as smoked fish products and banana rips.

Keywords: Socialization, Halal Label, Household Industry

1. PENDAHULUAN

Dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang berisi ketentuanketentuan hukum yang mengatur tentang standarisasi dan sertifikasi produk yang beredar di Indonesia. Sejak saat diberlakukannya UU No.33 tahun 2014 tanggung jawab LPPOM MUI akan diambil alih oleh BP JPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) yang akan bertanggung jawab kepada Presiden. Permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah dan para penggiat gerakan halal sejak disahkannya UU JPH adalah rendahnya pemahaman masyarakat secara umum terhadap ketentuan-ketentuan mendasar yang masih sangat rendah. IRT di Kecamatan di Pulau Hiri Kota Ternate menurut Ibu Deri selaku Pelaku IRT yang membuat produk makanan (roti dll) menyatakan bahwa saat ini belum ada sosialisasi sertifikat halal dari MUI Kota Ternate maupun MUI Provinsi Maluku Utara tentang produk label halal.

Bagi konsumen Muslim, membeli produk yang bersertifikat halal dapat menjamin kebersihan dan higienisitas, dimana konsep tersebut seiring dengan keinginan untuk memenuhi kesadaran hidup sehat (Mathewa, et al., 2012). Produsen produk makanan seharusnya memberikan penerangan ke konsumen dan penampilan yang memberikan informasi secara jelas dan dapat diakses oleh konsumen. Pengembangan pesan promosi dapat mendorong konsumen untuk memikirkan nilai mutu, emosi, moneter, dan sosial terkait logo halal (Jamal & Sharifuddin, 2015). Kecenderungan gaya hidup halal saat ini tidak hanya terjadi di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim, tetapi juga di negara yang berpenduduk mayoritas nonmuslim. Peluang ini memacu para pelaku usaha IRT untuk menggarapnya menjadi komoditas yang bernilai ekonomi sekaligus sebagai media dakwah..

2. MASALAH, TARGET DAN LUARAN

Berdasarkan analisis situasi dilingkungan mitra maka dirumuskan permasalahan program Pengabdian kepada masyarakat dengan didukung kompetensi bidang manajemen keuangan syariah dan manajemen sumber daya manusia serta produk syariah khususnya produk label halal yang kaitannya dengan standarisasi dan sertifikasi halal yang diatur dalam UU Nomer 33 tahun 2014, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, diantaranya adalah:

1. Pengembangan industri Rumah Tangga (IRT) berbasis bahan pangan dan perikanan sangat potensial untuk dikembangkan mengingat sumber daya alam dan SDM sangat tersedia namun belum diberdayakan dan terorganisasi.
2. Pelaku IRT belum memahami pengelolaan manajemen usaha dan manfaat produk berlabel halal.
3. Pelaku IRT belum memahami dan menguasai sarana, prasarana, teknologi, produksi dan proses produksi serta pemasaran secara terstruktur dan berlabel halal.
4. Kesadaran masyarakat pelaku usaha IRT yang masih rendah terhadap pentingnya persyaratan halal suatu produk, khususnya bagi umat Muslim
5. Ketidaktahuan masyarakat tentang UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
6. Ketidaktahuan masyarakat pelaku IRT terhadap proses, alur dan biaya yang harus disiapkan untuk melakukan sertifikasi halal bagi produk maupun usahanya untuk kemudian dijadikan sebagai zona halal.

Home Industry (industri rumah tangga)

Home industri berasal dari bahasa latin *industria* yang berarti keterampilan dan penuh sumber daya. Sebenarnya manusia bersifat industrial, karena manusia senantiasa menggunakan alat-alat untuk mendapatkan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan. Industri rumah tangga adalah rumah usaha produk barang atau biasa disebut juga dengan perusahaan kecil, dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi dipusatkan di rumah. Industri rumahan pada umumnya memusatkan kegiatan disebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya para karyawan berdomisili di tempat yang tidak jauh dari rumah produksi tersebut.

Home industri juga dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga. Home industri yang pada umumnya berawal dari usaha keluarga yang turun temurun dan pada akhirnya meluas ini secara otomatis dapat bermanfaat menjadi mata pencaharian penduduk kampung di sekitarnya. Pada umumnya, pelaku kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang disekitarnya sebagai karyawannya. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. Dengan begitu, usaha perusahaan kecil ini otomatis dapat membantu program pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran.

Jadi kami menyimpulkan bahwa home industri atau industri rumah tangga adalah suatu aktifitas keterampilan yang menghasilkan produk yang dilakukan oleh manusia (buruh) untuk mempertahankan hidup yang ruang lingkungnya disuatu tempat atau dikerjakan dirumahnya sendiri.

Produk Halal

Kata halal ini bermakna boleh atau legal. Menurut Wahab (2004), halal, ketika digunakan dalam kaitan dengan makanan baik dalam perdagangan atau bisnis harus terjamin aspek kelegalannya menurut hukum Islam. Makanan yang menggunakan bahan dari bahan pangan harus terjamin bahwa bahan tersebut berasal dari pangan yang halal, dan melalui proses produksi yang sesuai dengan syariat Islam. Aspek yang kemudian juga menjadi penting adalah menghindari rantai suplai produk dari potensi kontaminasi (Alqudsi, 2014). Persyaratan produk halal dan rantai suplai halal yang terstandar akan memberikan jaminan rasa aman dan ketenangan batin bagi konsumen Muslim. Konsep produk atau makan halal saat ini sudah menjadi bahan diskusi pada tingkatan global, karena telah dianggap sebagai benchmark alternatif untuk jaminan keamanan, kebersihan dan mutu. Produk atau makanan yang diproduksi dalam lini dengan persyaratan halal telah dapat diterima tidak hanya oleh konsumen Muslim, melainkan juga konsumen dari agama lain. Bagi Muslim, makanan atau minuman yang halal berarti telah memenuhi ketentuan dalam syariat Islam, sedangkan bagi non-Muslim, produk halal merepresentasikan simbol kebersihan, kualitas dan keamanan, karena diproduksi dibawah Sistem Manajemen Mutu Halal yang Holistik (Ambalia, 2014).

Higienisitas kebersihan mendapat penekanan yang besar dalam kajian halal. Hal ini termasuk berbagai aspek yang meliputi personil, pakaian, peralatan dan area kerja dalam proses produksi makanan, minuman dan produk. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman, higienis, dan tidak membahayakan kesehatan manusia. Dalam konteks halal, maka makanan, minuman, dan produk yang higienis dapat diartikan sebagai bebas dari najis atau kontaminan. Untuk menjamin terpenuhinya persyaratan produk yang baik dan halal (halalan thoyyiban) maka produsen maupun pelaku IRT makanan harus mengimplementasikan Good Manufacturing Practice (GMP) dan Good Hygiene Practice (GHP), serta melakukan sertifikasi halal pada lembaga terkait (Sumali, 2009).

Solusi yang Ditawarkan

Kompleksnya permasalahan yang dihadapi berbagai pihak dalam menghadapi persiapan implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH), memberikan ide tim pengusul pengabdian masyarakat untuk memberi perhatian secara khusus pada masyarakat IRT pelaku usaha produk makanan dan minuman di Kecamatan Pulau Hiri. Pemahaman terhadap UU JPH yang masih rendah, menyebabkan ketidaksiapan dalam penerapan sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman. Berdasar permasalahan tersebut, maka dirasa perlu untuk melakukan Sosialisasi dan Penyiapan Label Halal bagi Pelaku IRT. Melalui program tersebut berdasarkan analisis kebutuhan

yang telah dilakukan, tim pengabdian mencoba mengajukan solusi terhadap permasalahan tersebut dengan sentuhan ilmu pengetahuan dan teknologi, yaitu melalui kegiatan pokok; 1) Sosialisasi UU No.33

Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan berbagai ketentuan teknis dalam penerapannya serta berbagai peluang yang dapat diraih sebagai dampak dari penerapan standar halal, 2) sosialisasi proses sertifikasi halal yang akan dipandu oleh Tim Pengabdian dan menghadirkan nara sumber dari Kementerian Agama provinsi Maluku Utara. Manfaat yang akan diperoleh dari pelaksanaan kegiatan ini dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung masyarakat dapat memperoleh manfaat dari program ini diantaranya adalah:

- 1) Semakin meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip halal dan haram suatu produk terutama berbagai ketentuan yang diatur dalam UU BPJPH (UU No.33 tahun 2014).
- 2) Masyarakat semakin paham bahwa standar halal suatu produk maupun usaha tidak lagi menjadi beban yang menyulitkan, akan tetapi justru membuka banyak peluang untuk meningkatkan jangkauan pasar bagi produk maupun usahanya.
- 3) Masyarakat mengetahui proses produksi suatu produk berstandar halal dari hulu sampai hilir atau dari proses bahan baku sampai dengan proses produksi.
- 4) Pelaku usaha IRT di Kecamatan Pulau Hiri menjadi lebih terbuka wawasannya terhadap alur proses sertifikasi halal sehingga menjadi termotivasi untuk melakukan proses sertifikasi halal produk dan usahanya.

Beberapa manfaat tidak langsung juga dapat dihasilkan dari pelaksanaan program ini, diantaranya adalah:

- 1) Kolaborasi antara Perguruan Tinggi sebagai agen pendakwah dan pelaku IRT sebagai zona halal dimulai dari sektor usaha IRT dapat segera terwujud.
- 2) Produk halal di Kecamatan Pulau Hiri baik konsumen maupun pelaku usaha akan menjadi semakin terdidik, “merek halal”, dan semakin bermartabat karena menjalankan gaya hidup halal (halal life style).

3. METODE PELAKSANAAN

Adapun secara sistematis kerangka pemecahan masalah yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut: Diagnosa Permasalahan pada IRT berlabel halal berbasis pangan dan perikanan dengan beberapa pendekatan yang dilakukan secara bersama sama yaitu:

1. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan kepada pelaku IRT dengan menggunakan media belajar/sosialisasi dan pendampingan, memonitor dan evaluasi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara serentak terkait dengan SDM, proses produksi halal, pemasaran yang dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan
3. Berbasis potensi ekonomi lokal dan kearifan lokal dengan pengembangan sikap dan budaya lokal sehingga dapat menjadi produk unggulan yang memiliki ciri khas produk makanan halal di Kecamatan Pulau Hiri Kota Ternate.

Selanjutnya ketiga metode di atas diimplementasikan dalam 4 (empat) tahapan yaitu (1) sosialisasi, (2) peyiapan, (3) produksi atau pemasaran. Selanjutnya materi akan disampaikan kepada para pelaku IRT terdiri dari:

1. Pengantar pengenalan Sertifikasi Halal & Sistem Jaminan Halal
2. Sosialisasi UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
3. Manajemen produksi dan pemasaran
4. Manajemen keuangan dan akuntansi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan sosialisasi Sosialisasi dan penyiapan Label Halal Bagi Pelaku Industri Rumah Tangga di pusatkan Kantor Kelurahan Faudu Kecamatan Pulau Hiri. Peserta yang berpartisipasi sebanyak 26 orang pelaku IRT semuanya perempuan. Kegiatan Sosialisasi label halal ini dilaksanakan pada tanggal 29 Agustus 2020, yang diikuti oleh 26 peserta.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

Peserta sosialisasi berjumlah 26 orang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan diantaranya ada yang masih SD, SMP, SMA. Untuk mengetahui adakah meningkatkan pengetahuan peserta maka diberikan angket yang terkait dengan kemampuan mengelola usaha serta produk yang dihasilkan. Sosialisasi Sertifikasi Halal dan Produk Makanan ini diikuti peserta dari IRT yang bergerak dalam usaha produksi makanan Roti, krip pisang, ikan asap. Kemampuan pelaku usaha dalam aspek permodalan, teknik produksi dan pemasaran relative rendah. Kegiatan produksi dilakukan secara tradisional dan berorientasi pada pada pasar local.



Gambar 2. Pengisian Kuesioner

Produk yang yang dihasilkan tidak memiliki daya saing di pasaran local maupun di pasaran antar pulau, hal ini terlihat dari rendahnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku IRT. Para pelaku usaha IRT memiliki keterbatasan akses permodal di lembaga perbankan, mereka hanya mengandalkan sumber dana dari hasil perpuran bisnis yang diperolehnya, jika ada kebutuhan dana mendesak maka pelaku usaha ini terpaksa meminjam pada keluarga atau tetangga. Semua produk yang dihasilkan oleh

pelaku IRT belum berlabel halal. Hal ini disebabkan oleh ketidaktahuannya untuk mengurus dan mendaftarkan label halal kepada lembaga yang berwenang (MUI) Provinsi Maluku Utara, sekarang sudah diserahkan kepada kementerian Agama (Kanwil Agama) setempat. Selain itu biaya pengurusan juga dianggap memberatkan bagi pelaku IRT.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta

Prof. Dr. Abdul Hadi Sirat (Ketua Tim PKM) dalam sambutan pembukaan kegiatan sosialisasi Sertifikas halal yang menyampaikan paparan tentang Sertifikasi Halal antara lain mengatakan bahwa Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam. Tujuan dari sertifikasi halal adalah memberikan kepastian status kehalalan produk, sehingga menentramkan batin yang akan mengonsumsi. Selain itu, sertifikasi halal juga untuk mencegah kesimpangsiuran kehalalan produk. Selanjutnya kata beliau syarat kehalalan suatu produk meliputi, tidak mengandung babi dan bahan-bahan berasal dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan dari organ manusia, darah dan kotoran-kotoran, semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat Islam. Cara yang paling mudah dilakukan untuk memilih produk halal adalah dengan melihat ada tidaknya label atau logo halal pada kemasannya.

Perusahaan atau pelaku usaha yang ingin memperoleh sertifikat halal, baik industri pengolahan (pangan, obat dan kosmetik), rumah potong hewan (RPH), dan restoran/catering/dapur harus melakukan pendaftaran sertifikat halal dan memenuhi persyaratan sertifikat halal. Berikut tahapan-tahapan yang harus dilewati oleh perusahaan/pelaku usaha yang akan mendaftar proses sertifikat halal:

1. Memahami persyaratan sertifikat halal dan mengikuti pelatihan. perusahaan/pelaku usaha harus memahami persyaratan sertifikat halal dan mengikuti pelayihan SJH yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), baik berupa regular maupun pelatihan online
2. Menerapkan system halal. Pelaku usaha harus menerapkan SJH sbelum melakukan pendaftaran sertifikat halal
3. Menyiapkan dokumen sertifikat halal. Perusahaan/pelaku usaha harus menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk sertifikat halal, antara lain: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (Khusus RPH), matriks produk, manual SJH, diagram arus proses, daftar alamat fasilitas produksi, buku sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatijan internal, dan bukti audit internal
4. Melakuan pendaftaran sertifikat halal (Upload data). Pendaftaran sertifikat halal dilakukan secara online maupun offline/langsung
5. Melakukan monitoring pre audit. Setelah melakukan upload data sertifikat halal, pelakuk usaha harus melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikat

6. Pelaksanaan audit. Audit dapat dilakukan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dapat dilakukan disemua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang akan disertifikasi
7. Melakukan monitoring pasca audit. Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pasca audit. Monitoring dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan
8. Memperoleh sertifikat halal. Perusahaan/pelaku usaha dapat mengunduh sertifikat halal dalam bentuk softcopy. Sertifikat halal yang asli dapat diambil di satgas Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan strategi pemasaran untuk memuaskan pelanggan melalui produk, harga, distribusi, dan promosi. Namun dalam realita banyak kasus pelanggaran konsep marketing mix tersebut. Dalam aspek produk sering bahkan telah marak terjadi praktik pemasaran barang-barang terlarang misalnya menjual narkoba, ganja, opium dan jenis obat-obat psikotropika lainnya yang merebak pada saat ini. Strategi penetapan harga yang merusak harga pasar. Promosi atau iklan yang mengandung unsur penipuan bahkan menyesatkan konsumen. Distribusi atau pengiriman barang berupa bahan berbahaya atau pengangkutan barang yang menimbulkan polusi sehingga mengganggu keamanan lalu lintas jalan. Praktik-praktik pemasaran tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap hukum yang berlaku, dan bertentangan dengan norma-norma agama.

Pandangan Islam dalam memberi tuntunan para pemasar syariah, menekankan aspek maksimalisasi nilai. Sebagaimana dikemukakan Saeed, dkk (2001) bahwa Islam memiliki pondasi yang kuat yang mendasarkan pada prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan, dan memberikan arah dan tujuan dalam menciptakan nilai dan meningkatkan standar kehidupan masyarakat melalui usaha komersial selama mengikuti prinsip-prinsip tersebut. Saeed, dkk (2001) menegaskan bahwa prinsip maksimalisasi nilai merupakan jantung pemasaran Islam yang didasarkan pada keadilan dan kejujuran (menciptakan transaksi atau komunikasi dengan mitra usaha secara adil dan wajar) untuk kesejahteraan masyarakat. Prinsip maksimalisasi nilai tersebut dikonseptualisasikan melalui bauran pemasaran dalam perspektif Islam, meliputi produk, harga, promosi, distribusi, dan orang. Disinilah pentingnya konsep Islamic Marketing memberikan tuntunan bagi pelaku usaha dalam mengimplementasikan bauran pemasaran dalam perspektif Islam, disamping itu memberi pedoman dalam membentuk karakter pemasar Syariah berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang bersumber dari al-Quran dan as Sunnah. Bertolak dari latarbelakang tersebut, tujuan studi ini adalah untuk menganalisis konsep marketing mix dalam perspektif Islam, meliputi produk, harga, promosi, distribusi, dan orang.

Aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam didasarkan pada dua prinsip. Pertama, kepatuhan moral terhadap perintah dari Allah, dan kedua memahami perasaan orang lain dan kemurahan hati akan ciptaan-ciptaan Allah untuk menghindari perilaku yang dapat merugikan orang lain. Yang demikian ini untuk mencegah perilaku yang tidak etis (Niazi, 1996). Ajaran agama, setidaknya Islam, dapat diterapkan di ranah teori pemasaran modern. Meskipun tidak semua elemen yang dapat diterapkan dalam masyarakat Islam, namun teori pemasaran modern akan memberikan beberapa elemen yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan teori pemasaran Islam (Arham, 2010). Persaudaraan dan keadilan sosial merupakan unsur penting etika pemasaran Islam yang ditetapkan dengan melarang praktek penimbunan dalam Islam (Arham, 2010). Dalam etika pemasaran Islam terdapat hubungan yang erat antara prinsip maksimalisasi nilai dengan sikap kejujuran dan keadilan untuk menciptakan kesejahteraan (kemaslahatan) masyarakat (Chachi dan Latiff, 2008).

Konsep Marketing mix dalam perspektif Islam menekankan aspek maksimalisasi nilai. Prinsip maksimalisasi nilai didasarkan pada konsep keadilan. Banyak sarjana-sarjana Islam telah menganalisa aplikasi konsep keadilan di dalam pemasaran tentang bertindak jujur dan bertransaksi. Miskawayh menggambarkan perlakuan jujur menerima dan memberi dalam bisnis menurut kepentingan dari semua pihak terkait, selagi bertransaksi yang digambarkan sebagai suatu kebaikan yang menyebabkan seseorang bersifat adil pada dirinya dan orang lain dengan cara menahan diri dari menerima manfaat lebih banyak pada dirinya sendiri dibanding orang lain, dan memberi sesuatu yang berbahaya lebih sedikit pada dirinya sendiri dibanding terhadap orang lain (Miskawayh, 1968). Menurut Miskawayh, keadilan mendorong seseorang untuk menjadi tidak tamak di dalam pendapatan menurut hukum

yang sah. Lebih lanjut, seseorang yang jujur dan seorang pebisnis seharusnya meminta perlindungan pada Allah, tentang setiap kata yang diucapkan Ketika memberikan janji kepada orang lain, dan setiap kerlingan mata. Seorang pebisnis tidak akan bernilai selagi mempunyai tujuan hanya untuk mendapatkan uang secara berlebihan, hal ini mencegahnya untuk bersifat ramah dan mau memberi sesuatu sewaktu dia perlu. Pengejaran pada uang sendiri akan menuju pada seorang pembisnis ke arah pengkhianatan, pembohongan, pemalsuan, kesaksian palsu, menghalangi kewajiban, dan pengejaran pendapatan yang tak bernilai. Di dalam usaha penimbunan kekayaan ini, dia akan siap untuk mengorbankan kehormatannya dan meninggalkan nilai moral yang lebih tinggi. Dibalik semua praktik-praktik pemasaran tak beretika yang tersembunyi tersebut mendorong terhadap motivasi untuk maksimalisasi keuntungan (Miskawayh, 1968).

Mutu proses produksi merupakan masalah yang paling penting dalam pandangan etika Islam. Al-Qur'an menegaskan bahwa pelaksanaan dari tujuan akhir yang aman dan berkualitas adalah suatu aspek guna mewujudkan produk-produk dan jasa yang aman dan dapat dipercaya para pelanggan. Sebagaimana dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah (172): "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah". (QS. Al-Baqarah [2]:172).

Prinsip-prinsip tersebut memiliki beberapa ketentuan sebagaimana dikemukakan Al-Ukhuwa (1983), diantaranya adalah: Pertama, bahwa produk harus sah menurut hukum dan tidak mengganggu dan merugikan kepentingan umum dalam bentuk apapun; Kedua, produk harus harta benda aktual dari pemilik; Ketiga, produk itu harus bisa diserahkan, karena penjualan suatu produk tidak sah jika tidak dapat diserahterimakan, sebagai contoh penjualan ikan di sungai. Az-Zuhaili (2007) mengemukakan, tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahterimakan, meskipun dimiliki penjualnya, misalnya: binatang yang lepas, burung yang terbang di udara, ikan yang terlepas di laut setelah berhasil ditangkap; Keempat, akad penjualan harus menetapkan secara jelas kuantitas dan kualitasnya; Kelima, proses produksi harus halal dan baik. Al-Faruqi (1992) juga mengemukakan hal senada, bahwa prinsip-prinsip Islam mensyaratkan bahwa operasi produksi harus halal dan baik dari awal sampai akhir. Terkait dengan proses produksi merupakan bagian dari Ibadah kepada Allah. Az-Zuhaili (2006) menambahkan, barang yang dijual adalah harta yang bernilai. Tidak sah menjual sesuatu yang bukan termasuk kategori harta, seperti jual beli manusia merdeka, bangka, dan darah. Begitu pula menjual barang yang tidak berharga, seperti minuman keras dan babi bagi umat Islam.

Harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan ridha dan para penjual juga memberikan ridha. Baik pihak pembeli maupun penjual masing-masing meridhai Titik keseimbangan yang merupakan kesepakatan tersebut dinamakan dengan harga. Ibnu Taimiyah menyatakan, bahwa besar kecilnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah (Ibnu Taimiyah, 1976).

Islam telah mengatur mekanismen harga berdasarkan kebebasan pasar, bahwa harga suatu barang ditentukan oleh penawaran dan permintaan, karena mengakui bahwa pengawasan atau peraturan datangnya dari masyarakat itu sendiri, yaitu masyarakat yang sudah dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam (Mannan, 1997). Islam menghendaki kesempurnaan pasar yang bebas dari upaya pihak-pihak yang menghendaki distorsi pasar demi meraup keuntungan tinggi dalam waktu singkat. Di dalam Islam, mekanisme kinerja pada pengaturan harga dan kompetisi sehat (Munafasah) adalah sesungguhnya yang diatur dalam Al-Qur'an Penetapan harga produk dalam Islam harus memperhatikan beberapa ketentuan yang telah diatur dalam Islam, sebagaimana dikemukakan Niazi (1996), di antaranya adalah tidak ada pasar monopoli, tidak ada penimbunan, tidak ada manipulasi harga. Monopoli dalam Islam dilakukan dengan cara menimbun barang, sedangkan ekonomi konvensional bukan hanya dengan menimbun saja, akan tetapi dengan banyak cara, seperti kepemilikan suatu sumber daya unik (istimewa) yang tidak dimiliki oleh orang atau perusahaan lain, skala ekonomis, dan lain sebagainya.

Saeed, dkk (2001), mengemukakan bahwa Islam tidak membenarkan setiap penyembunyian atas perilaku promosional. Al-Ukhuwa (1983) menekankan bahwa berdasarkan prinsip-prinsip Islam, pemasar-pemasar internasional diharuskan menyampaikan semua kelemahan atau kecacatan yang ada pada produk, baik yang nampak kelihatan maupun yang tersembunyi, dan jika tidak demikian maka

perbuatan tersebut adalah curang. Bahkan menurut Niazi (1996) wajib hukumnya bagi penjual untuk mengungkapkan semua kecacatan produk kepada pembeli yang tidak bisa dilihat maupun yang tidak bisa dilihat oleh mata. Niazi (1996) menambahkan bahwa kualitas produk yang dinyatakan secara lisan, tertulis, maupun sesuatu kelemahan ataupun kecacatan walaupun tidak diinformasikan kepada pembeli, hal tersebut merupakan jaminan kualitas produk.

Islam tidak melarang perwakilan agen sebagai jaringan pasar untuk memudahkan gerakan dan fungsi akuisisi. Di dalam kerangka Islam beretika, bagaimanapun juga, tujuan utama saluran-saluran distribusi harus untuk menciptakan nilai dan mengangkat standar hidup dengan cara memberikan layanan etis yang memuaskan (Al-Ukhuwa, 1938). Karenanya dalam hal distribusi produk, mengikuti prinsip-prinsip ajaran Islam, sebagai berikut: (a) Tidak memanipulasi ketersediaan produk untuk tujuan eksploitasi; (b) Tidak menggunakan paksaan pada saluran pemasaran; (c) Tidak menggunakan pengaruh yang tidak semestinya atas pilihan-penjual kembali untuk menangani suatu produk (Chachi dan Latiff, 2008)

Masyarakat luas tidak boleh terhalangi kebebasan dan kejujuran dari pemaksaan informasi pemasaran. Hak seorang pelanggan untuk mendapatkan informasi yang benar dan merupakan bentuk hak yang diberikan kepadanya menurut hukum Islam, serta hak yang melekat bagi kekayaannya untuk dibelanjakan dalam pembelian produk dan jasa. Menurut prinsip-prinsip Islam, pertimbangan seksual, emosional, intimidasi, iklan yang menyesatkan semua memiliki unsur paksaan yang menyebabkan mereka dikategorikan sebagai perilaku tidak etis yang digunakan sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, wacana terhadap sebuah bauran pemasaran yang beretika, menetapkan bahwa kebebasan pelanggan untuk mengambil keputusan, haruslah dilindungi dari hal-hal yang bersifat pemaksaan (Chachi dan Latiff, 2008)..

5. KESIMPULAN

Hambatan pelaku usaha Industri Rumah Tangga (IRT) untuk memperoleh label halal pada produk makanan kemasan di Kecamatan Pulau Hiri Kota Ternate diantaranya adalah kurangnya kesadaran hukum produsen makanan untuk mendapatkan sertifikat dan label halal, kurangnya pengetahuan produsen makanan dalam kemasan terhadap sertifikat dan label halal dan kurangnya sosialisasi terhadap sertifikasi dan label halal. Sertifikasi dan label halal pada makanan sangat penting karena memberikan jaminan bahwa makanan yang di produksi terbukti halal. Dengan demikian, produsen tidak dapat serta merta menganggap bahwa produknya halal, sebelum melalui pengujian kehalalan yang telah ditentukan. Keberadaan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang sertifikasi dan labelisasi halal tersebut dinilai sebagai hal yang positif bagi masyarakat untuk mendapatkan kepastian hukum atas produk pangan yang beredar dipasaran. Sosialisasi ini juga akan disampaikan kepada pemerintah Kota Ternate, agar kiranya Pulau Hiri dijadikan tempat produk berlabel halal, seperti produk ikan asap dank rip pisang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Khairun yang telah mendanai kegiatan PKM dan Masyarakat Pulau Hiri,

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2016. Pengantar Bisnis. Edisi Revisi. Alfabeta, Bandung
- Astamoen, Moko P, 2018. Entrepreneurship, dalam perspektif Kondisi Bangsa Indonesia. Alfabeta, Bandung
- Berry, A., Rodriquez, E. & Sandeem, H. (2011). Small and medium enterprises dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 37(3), 363-384.
- Bharadwaj, Sundar G, P. R. Varadarajan, & Fahly, Jihn, 1993. Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*. Vol. 57, p. 83-99
- Craven, David W, 2016. Pemasaran Strategis, Jilid 1 dan 2, Terjemahan Indonesia, Erlangga, Jakarta

- David, F. R. (2009). *Manajemen strategi*. Edisi Kesepuluh. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Dewi, Sensi Tribuana, 2016. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*. Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Ternate, 2018. Jumlah industri perhotelan, restoran, rumah makan, dan kafe di Kota Ternate.
- Droge, Cornelia & Shownee Vickery, 1994. *Source and Outcomes Of Competitive Advantage: An Explanatory Study In The Furniture Industri*. *Decision Sciences*, p. 669 – 689
- Ling, Ay, 2013. *Pengelolaan dan pengembangan usaha pada usaha mikro kecil menengah (studi deskriptif pada rumah makan Palem Asri Surabaya)*. *Jurnal Agora* Vol. 1, No. 1
- Pearce II, John dan Robinson, JR, Richard B. 2017. *Manajemen Strategik (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)*. Jilid satu. Binarupa Aksara.
- Porter, Michael, E., 2017. *Competitif Strategy*. The FreePress, New York. P. 20
- Prakosa, Bagas, 2015. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)*. *Journal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 2 No.1
- Soegoto, Eddy Soeryanto, 2015. *Sumber Keunggulan Bersaing, Strategi Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Posisional dan Kinerja Pemasaran PTS*. *Majalah Ilmiah Universitas Komputer Indonesia*. Vol. 11. No. 1
- Suendro, Ginanjar, 2014. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mecipai Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan)*. *Journal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol 1, No 2
- Sukirno, Sadono; Husin, Wan Sabri; Indrianto, Danny; Sianturi, Charles dan Saefullah, Kurniawan, 2013. *Pengantar Bisnis*. Edisi pertama, Kencana, Jakarta
- Sulistiyastuti, D. R. (2014). *Dinamika usaha kecil dan menengah (UMKM) analisis konsentrasi regional UMKM di Indonesia 1999-2001*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 9(2),143-164.
- Suryana, 2013. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono, Chandra & Adriana. 2018. *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 9, 1995. *Tentang Kriteria Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta
- Usvita, Mega, 2015. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindag Kota Padang)*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Volume 3 Nomor 1. Hal: 31-37
- Terry, G. R. (2014). *Prinsip-prinsip manajemen*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Yuni Istanto, 2014. *Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing dan Positioning terhadap Kinerja (Survey pada Koperasi Serba Usaha di Kabupaten Sleman Yogyakarta)*. *Buletin Ekonomi: Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*. Vol. 8, No. 2. Hal. 70-170