

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Standardisasi**

Standardisasi ialah suatu patokan atau pedoman yang digunakan untuk menjadi acuan minimal dalam mencapai keselarasan. Standard yang umumnya digunakan sebagai tolak ukur suatu objek dengan penentuan karakteristik dan spesifikasi tertentu yang dikenakan pada objek tersebut. Standardisasi disebut sebagai usaha bersama dalam pembentukan sebuah standar. Dengan adanya standar inilah sebuah objek memiliki sebuah nilai lebih dan diakui oleh seluruh masyarakat.

Standardisasi berawal dari kata standar yang artinya satuan ukur untuk perbandingan kualitas, kuantitas, nilai, dan hasil karya atau produk. Dengan begitu, pengertian standardisasi adalah proses pembentukan standar teknis, standar spesifikasi, standar cara uji, standar definisi, prosedur standar (atau praktik) dan lain-lain.<sup>7</sup> Jadi dapat disimpulkan standardisasi pada suatu produk ialah penetapan mutu yang selanjutnya menjadi pedoman untuk terpenuhinya keselarasan kuantitas yang bertujuan menjamin kualitas produk.

Dalam perjanjian *World Trade Organization* (WTO), dalam klausul *Agreement on Technical Barrier to Trade* (TBT) yang menerangkan bahwa seluruh negara anggota (termasuk Indonesia) diwajibkan untuk

---

<sup>7</sup> A. Adang Supriyadi, *Airmanship*, (Jakarta: PT. Gramedia Puataka Utama, 2019), Hal. 183

meyesuaikan peraturan perundang-undangan nasional di bidang standarisasi. Perundang-undangan tersebut ditujukan untuk perlindungan seluruh pihak yang terkait dengan produk. Perlindungan tersebut ditinjau dari aspek keselamatan, keamanan, kesehatan, dan aspek lingkungan hidup. Seperti yang diketahui bahwa standarisasi mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan *metrology* teknik, standar, pengujian dan mutu. *Metrology* teknik adalah *metrology* yang mengelola satuan-satuan ukur, metode-metode pengukuran dan alat ukur, perawatan dan pengembangan standar nasional untuk satuan ukur dan alat ukur yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.<sup>8</sup>

Di Indonesia sendiri Standardisasi ada berbagai macam antara lain:

### **1. Standar Nasional Indonesia (SNI)**

Standar yang diterapkan di Indonesia dan diakui seluruh masyarakat ialah Standar Nasional Indonesia atau yang sering kita sebut SNI. SNI dirumuskan oleh Komite Teknis yang selanjutnya disahkan dan ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN).<sup>9</sup>

Dengan terdaptarnya produk sebagai produk yang sudah lulus uji SNI dan mendapat sertifikasinya maka produk tersebut sudah dinyatakan aman dan layak untuk berdaya saing karena sudah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan untuk peredarannya.

### **2. HAKI**

---

<sup>8</sup> Victorianus M.H. Randa Puang, *Hukum Pendirian Usaha dan Perizinan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), Hal. 95-96.

<sup>9</sup> Badan Standardisasi Nasional, “*Tentang SNI*”, diakses dari [https://bsn.go.id/main/sni/isi\\_sni/5](https://bsn.go.id/main/sni/isi_sni/5), pada tanggal 18 Februari 2020, Pukul 08.15 WIB.

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) adalah pengakuan hukum dengan tenggat jangka waktu kepada pemiliknya untuk mengatur penggunaan gagasan dari hasil intelektual ciptaannya.<sup>10</sup>

HAKI dapat diklasifikasi menjadi 2 jenis hak, diantaranya :

a. **Hak Cipta**

Hak Cipta merupakan sebuah bentuk pengakuan dari pembuat ciptaannya tersebut dan bentuk salinannya. Antara hak cipta dan *copyright* berbeda, namun sekilas akan terlihat sama. Hak cipta secara pemahaman adalah hak atas hasil ciptaan (dikenakan pada orang yang menciptakan). Beda halnya *copyright* merupakan hak atas salinannya. Pemegang *copyright* memiliki hak untuk menggandakan atau memperbanyak hasil ciptaan.<sup>11</sup>

b. **Hak Kekayaan Industri**

Hak Kekayaan Industri (HKI) adalah hak yang ditujukan untuk pemilik industri baik barang maupun jasa. HKI terbagi atas 6 jenis yaitu:

1) **Hak Paten**

Sesuai dengan Pasal 1 angka 1 UUP 13 Tahun 2016 tentang Paten menyebutkan bahwa:<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Mujahid Quraisy, "*Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) dalam Perspektif Hukum Islam*", Jurnal Muqtasid, Vol. 2 No. 1, Juli 2018, Hal. 44.

<sup>11</sup> Harun Mukhtar, *Teknik Open Source*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), Hal. 4.

<sup>12</sup> Shidarta, dkk, *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*, ( Jakarta: Prenamedia, 2018), Hal. 85-86.

“Patent adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang Teknologi, untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya.”

## 2) Hak Merek

Sesuai Pasal 1 angka 1 UU Merek Nomor 20 tahun 2016 atau UUM 2016 berisikan bahwa merek merupakan tanda pengenal produk berupa gambar/logo dan juga kombinasi dari huruf dan angka atau angka dan angka atau huruf dan huruf. Merek hanya dimiliki oleh satu perusahaan dan satu produk saja, maka jika merek sudah terdaftar tidaklah mungkin terdapat 2 merek yang sama dalam satu jenis komoditas.<sup>13</sup>

## 3) Hak Desain Industri

Awalnya desain industri diatur dalam Undang-Undang yang sama dengan hak cipta, namun sekarang sudah ada Undang-Undang yang mengatur sendiri, yaitu UU Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri. Didalamnya terdapat inti bahwa Desain Industri merupakan hak eksklusif yang didapat pendesain terhadap hasil kreasinya dan dapat dikelola sesuai jangka waktu yang ditetapkan.<sup>14</sup>

## 4) Hak Rahasia Dagang

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, Hal. 87.

<sup>14</sup> *Ibid.*, Hal. 90.

Sesuai pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang mengenai lingkungannya ialah informasi yang tidak untuk dikonsumsi khalayak umum, informasi ini memiliki nilai tinggi dalam kelangsungan kegiatan usaha, dan sangat dijaga oleh Pemilik Rahasia Dagang.<sup>15</sup>

#### **5) Hak Desain Tata Letak Sirkuit**

Hak desain tata letak sirkuit terpadu memiliki hak yang sama dengan hak desain industri bahwa hak ini bersifat eksklusif yang diberikan negara kepada pendesain untuk melakukan desain atas karyanya dan memberikan ijin kepada pihak lain untuk melakukannya dalam jangka waktu tertentu, perbedaannya ialah pada objek karya yang diciptakan. Sehingga hak desain tata letak sirkuit terpadu ditargetkan hanya untuk pendesain karya mandiri sirkuit terpadu yang original.<sup>16</sup>

#### **6) Hak Indikasi Geografis**

Hak Indikasi Geografis sesuai dengan Pasal 56-58 Undang-Undang Nomor 15/2001. Pada Pasal 56 dijelaskan bahwa Hak Indikasi Geografis menunjukkan mengenai daerah asal produk tersebut dibuat dan menjadi keunggulan sekaligus ciri produk dan kualitas yang disuguhkan produk. Karena faktor lingkungan baik alam dan manusia atau kombinasi dari

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, Hal. 92

<sup>16</sup> Elsi Kartikasari dan Advendi Simanungso, *Hukum Dalam Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2008), Hal. 142

keduanya sangatlah berpengaruh pada mutu produk tersebut.<sup>17</sup>

### 3. P-IRT

Produk Industri rumahan berupa produk pangan wajib memiliki izin kesehatan yang diberikan oleh Dinas Kesehatan Daerah baik Kabupaten atau Kota. Izin kesehatan ini disebut dengan Sertifikat Penyuluhan (SP) atau Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Izin ini biasanya kita jumpai pada makanan atau minuman olahan rumah tangga dengan bentuk kode atau nomor P-IRT.<sup>18</sup>

### 4. HALAL

Hal yang paling penting bagi umat muslim yang menjadi mayoritas penduduk Indonesia adalah sertifikasi “Halal” dari MUI. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) ialah badan/lembaga yang didirikan negara dengan tugas mengeluarkan sertifikasi produk halal dan diakui oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia.<sup>19</sup>

## B. Urgensi Penerapan Standardisasi

Di era perkembangan globalisasi yang semakin pesat dan sistem perdagangan bebas/*free trade* antar negara yang semakin luas merambah ke seluruh penjuru Indonesia. Perlu antisipasi dalam mengikuti persaingan

---

<sup>17</sup> Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal. 258-25

<sup>18</sup> Ariani Kusuma Ningrum, *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*, (Malang: Gunung Samudra, 2015), Hal. 17.

<sup>19</sup> Zulham, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, (Jakarta; Kencana, 2018), Hal. 1-4.

yang tersebar pada perdagangan bebas diperlukan kualitas dan kuantitas yang memadai. Tolak ukur mutu kualitas dan kuantitas tersebut yang disebut dengan standardisasi.

Standardisasi tersebut dimaksudkan untuk melindungi seluruh elemen yang terkait dalam kelangsungan produk baik konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja ataupun masyarakat yang menerima dampak dari produk tersebut. Perlindungan tersebut mencakup keamanan dalam aspek kesehatan, ekonomi, dan juga sosial. Selain hal tersebut, perangkat hukum standardisasi juga berguna untuk meningkatkan kelangsungan pertumbuhan ekonomi nasional dan pendapatan perkapita masyarakat.<sup>20</sup>

### **1. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen ialah pengukur tingkat suka dari konsumen karena telah menggunakan barang atau jasa yang telah ditawarkan. Definisi dari kepuasan menurut Zeithaml dan Bitner, ialah Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan.<sup>21</sup> Konsumen akan merasa puas jika ekspektasinya terpenuhi atau dapat dikatakan produk tersebut lengkap sesuai dengan yang terdapat pada iklannya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan *repeat order* atau pembelian kembali. Maka dari itulah setiap produsen akan sangat memperhatikan kualitas dan kuantitas

---

<sup>20</sup> *Ibid.*,Victorianus M.H. Randa Puang, *Hukum Pendirian Usaha dan Perizinan...*, Hal.94-95.

<sup>21</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, (Sleman: Deepublish, 2018), Hal. 132.

produknya untuk memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada konsumennya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat dari kepuasan konsumen, antara lain:<sup>22</sup>

- a. Kualitas Produk, produk yang menawarkan yang kualitas tinggi akan disegani konsumen karena rasa puasny terpenuhi.
- b. Harga, bagi konsumen yang sangat sensitif akan sangat memperhatikan harga barang yang dibelinya, harga murah merupakan sumber dari kepuasannya.
- c. *Service Quality* atau kualitas pelayanan, faktor inilah yang harus mendapat perhatian khusus. Karena image usaha akan terlihat ketika pelayanan konsumen sedang berlangsung.
- d. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasakan kepuasan akan konsumsi suatu produk ketika konsumen merasakan *emotional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
- e. Biaya dan kemudahan konsumen mendapatkan produk.

Konsep utama yang menjadi acuan dalam menjalankan aktivitas usaha ialah kepuasan konsumen baik dalam proses produksi, pemasaran bahkan dalam pelayanan (*service*) untuk pelanggan. Selain itu, kepuasan konsumen juga menjadi pendorong utama produk dengan citra baik di masyarakat dan peningkatan loyalitas pelanggan, sehingga menjadi indikator utama niat membeli konsumen yang

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, Hal. 134.



meningkatkan daya jual produk di pasar.<sup>23</sup>

Dalam Islam konsumsi dibedakan atas tiga hukun yang belaku diantaranya:

- a. Konsumsi *Halal*, yang mana seseorang dianjurkan untuk mengonsumsi untuk mendapatkan manfaat dari suatu barang atau produk. Manfaat tersebut akan menumbuhkan kepuasan.
- b. Konsumsi *Mubah*, ketika orang tersebut telah mendapat manfaat dari kegiatan konsumsinya dan sudah mencapai kepuasan optimal, maka dianjurkan untuk berhenti.
- c. Konsumsi *Haram*, konsumsi ini terjadi bukan hanya dari zat, atau cara mendapatkannya saja yang halal, produk yang semula halal pun bisa berubah menjadi haram karena orang yang mengonsumsinya melebihi batas maksimum konsumsi tetapi masih melanjutkan kegiatannya tersebut. Sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا حَلَّلَ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا  
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman , janganlah kamu mengaramkan apa yang baik yang telah Allah Halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak

---

<sup>23</sup> Inggang Perwansa Nuralam, *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), Hal. 57

*menyukai orang-orang yang melampaui batas.”<sup>24</sup>*

Kepuasan Kepuasan konsumen dalam prespektif Islam didasarkan pada nilai manfaat yang akan diperoleh dari konsumsi sebuah produk. Bukan dari citra yang akan ia peroleh dari konsumsi atau disebut dengan *Israf* sehingga hanya akan membuat produk tersebut sia-sia atau *mubadzir*.

## **2. Penjamin Kualitas Produk**

Bagi sebuah produk kualitas paling diutamakan bagi konsumen dalam pemilihan produk yang akan dikonsumsi. Seperti yang kita tahu bahwa aktivitas konsumsi ialah kegiatan pengambilan manfaat dari suatu produk. Sehingga kecermatan dan ketelitian sangat diperlukan untuk menentukan pembelian produk.

Kualitas bagi konsumen sendiri dapat didefinisikan sebagai kelayakan pakai dalam konsumsi manfaat atau seberapa baik produk tersebut melakukan fungsinya.<sup>25</sup> Produk yang baik belum tentu berkualitas baik, namun produk dengan kualitas baik pasti dapat dikatakan produk tersebut baik dan layak untuk dikonsumsi.

Untuk dapat meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat menerapkan TQM (*Total Quality Management*). Dalam TQM lebih memusatkan pada kinerja dari seluruh elemen dalam perusahaan untuk

---

<sup>24</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya: Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihah Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019), Hal. 164.

<sup>25</sup> James R. Evans dan William M. Lindsay, *Pengantar Six Sigma*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), Hal. 12.

tetap mengedepankan kualitas produk. Untuk menjalankannya harus memiliki beberapa prinsip diantaranya:<sup>26</sup>

- a. Harus didasarkan pada kesadaran akan kualitas dari beberapa aspek, seperti proses produksi, pengemasan, dan juga kelayakan produknya,
- b. Harus mempunyai sifat kemanusiaan yang kuat dalam memberlakukan karyawan, mengikutsertakannya, dan memberikan inspirasi.
- c. Harus didasari pada pendekatan desentralisasi yang memberikan kewenangan disemua tingkat, sehingga kontribusi yang diberikan terlihat nyata dan tujuan bersama menjadi lebih mudah.
- d. Program ini harus diterapkan secara menyeluruh sehingga semua prinsip, kebijaksanaan, dan kebiasaan mencapai setiap sudut dan celah organisasi.

### **C. Industri Kecil Menengah dalam Perspektif Islam**

Secara umum industri dapat diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi dalam bidang ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Dalam artian teori ekonomi, industri yaitu kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama atau sangat bersamaan yang terdapat dalam suatu pasar. Secara makro industri ialah sektor yang mampu menambah nilai suatu produk yang terbagi atas produk yang dihasilkan yaitu barang dan jasa. Dalam pengertian secara mikro, industri

---

<sup>26</sup> Indonesia Productivity And Quality Institute, “*Definisi, Unsur, Prinsip, Manfaat Program Total Quality Management (TQM)*”, Manajemen Article: Productivity, 2010, diakses dari <https://ipqi.org/definisi-unsur-prinsip-manfaat-program-totsl-quality-management-tqm/>, pada 24 Des. 2020 pukul 05.44 WIB.

diartikan sebagai kumpulan perusahaan yang dapat menghasilkan barang yang homogen atau saling dapat mengganti secara erat.<sup>27</sup>

Dalam Islam kita diperbolehkan untuk melakukan kegiatan jual-beli (*muamalah*) untuk keberlangsungan hidupnya. Dalam potongan surah Al-Baqarah ayat 275 Allah berfirman:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

*Artinya:*

“...Dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba...”<sup>28</sup>

Dalam ayat tersebut telah dijelaskan bahwa jual beli diperbolehkan selama mengikuti syariat yang ditetapkan. Ketika melakukan transaksi jual beli harus didasari karena mencari ridha Allah, bukan hanya untuk mencari keuntungan semata karena dengan menanamkan *mindset* tersebut kita akan lebih memiliki rasa ikhlas dan melakukan aktivitas jual beli tanpa adanya beban. Selain ayat tersebut juga terdapat penjelasan dalam QS An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya:*

<sup>27</sup> Annisa Ilmi Faried, Rahmat Sembiring dan Lia Nazliana Nasution, *Inovasi Trend Kekinian Industri Halal Fashion Semakin Menjamur Di Indonesia*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), Hal. 45.

<sup>28</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, Hal. 61.

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>29</sup>*

Jual beli memiliki cangkupan yang luas dan terjadi karena adanya dua pihak yaitu penjual dan pembeli. Industri merupakan usaha seseorang untuk menjalankan aktivitas jual beli, yang mana industri telah dijelaskan diawal pembahasan ialah pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Klasifikasi industri sendiri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 257/MPP/KEP/7/1997 menurut besarnya jumlah investasi terbagi atas:<sup>30</sup>

1. Industri Kecil dan Menengah, merupakan jenis industri yang memiliki investasi sampai dengan Rp 5.000.000.000,00.
2. Industri Besar, yaitu industri dengan jumlah investasi melebihi Rp 5.000.000.000,00 dan nilai tersebut tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha.

#### **D. Penelitian Terdahulu**

Sebelum menyusun proposal ini, penulis berusaha untuk mencari informasi dengan menelusuri penelitian-penelitian sebelumnya dengan

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, Hal. 112

<sup>30</sup> Annisa Ilmi Faried, Rahmat Sembiring dan Lia Nazliana Nasution, *Inovasi Trend ...*, Hal.

konsep dan tema yang semirip mungkin. Dari hasil pencarian, berikut ialah penelitian dengan tema yang mendekati:

1. Penelitian Sutaminingsih<sup>31</sup>

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan variabel bebas  $X_1$  yaitu ISO 9001,  $X_2$  yaitu Merek, dan  $X_3$  adalah Kemasan. Selanjutnya, untuk variabel terikat Y ialah Daya Saing setelah dipengaruhi ISO 9001, merek, dan kemasan. Hasil dari penelitian ini ialah ISO 9001, merek, dan kemasan mempengaruhi Daya Saing produk IKM. Hal tersebut dikarenakan karena ISO 9001 dipercaya dapat menjamin mutu suatu produk. Seperti halnya merek yang seperti kita tahu bahwa 1 nama merek hanya dimiliki oleh 1 jenis produk dengan seleksi standardisasi yang cukup panjang, sehingga produk dengan merek akan lebih terjamin kualitas dan kuantitasnya. Lalu untuk kemasan yang merupakan image depan sebuah produk dipercaya mampu memberikan kesan emotional kepada konsumen, jika image tersebut bagus otomatis akan menambah daya tarik suatu produk.

2. Penelitian Muhammad<sup>32</sup>

Penelitian ini menyatakan bahwa standardisasi produk bukan hanya sebatas legalitas produk semata, namun juga sebagai

---

<sup>31</sup> Sutaminingsih, Muslichah Erma Widiana dan A. Fattah, “*Pengaruh Faktor-Faktor Standardisasi Produk Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk Industri Kecil Menengah di Jawa Timur*”, Jurnal Managemen Branchmarck, Vol 4 Issue 1, tahun 2018, Hal. 228-297.

<sup>32</sup> Iqbal Muhammad, “*Standardisasi Produk Pangan Halal*”, Jurnal Mimbar Akademi, Vol. 3 No. 1 Tahun 2018, Hal. 123-137.

perlindungan konsumen untuk mendapat kemaslahatan dalam mengonsumsi barang. Dalam menghadapi masa modern ini, standarisasi terhadap produk sangat dibutuhkan untuk mendeteksi halal dan haramnya produk karena dalam proses pembuatan sudah banyak yang menggunakan mesin yang canggih. Dengan adanya standarisasi produk dapat dikatakan aman untuk dikonsumsi siapapun. Perbedaan dalam penelitian ini hanya terdapat pada fokusnya saja, hanya terfokus pada satu variabel dan tidak ada variabel lain yang mengikutinya.

### 3. Penelitian Sudarmayasa<sup>33</sup>

Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif dengan variabel bahan baku produk, fasilitas pelayanan konsumen, dan proses pembuatan produk. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa standarisasi pada produk rumah makan sangat diperlukan apalagi sertifikasi halal, untuk menunjukkan legalitas dan menambah kepercayaan konsumen bahwa makanan tersebut aman. Aman disini memiliki arti yang luas, baik kesehatan ataupun keamanan ketika dan setelah dikonsumsi. Banyaknya pesaing sesama rumah makan disekitarnya, membuat acuan sebagai keunggulan produk rumah makan sangatlah penting untuk tetap menjaga eksistensinya. Sehingga standarisasi dinilai sangat lah penting ntuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Namun sayangnya banyak produsen rumah makan yang belum

---

<sup>33</sup>I Wayan Sudarmayasa, M. Fauzan Noor, dan Sabalius Uhai, “*Standardisasi Produk Rumah Makan Khas Samarinda di Kota Samarinda*”, Jurnal Sebatik, Vol 23 No. 2, 01 Desember 2019, Hal. 633-640.

mengetahui keberadaan standardisasi yang telah diterapkan pemerintah. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan dan metode penelitiannya.

#### 4. Penelitian Ghanimata<sup>34</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan Variabel bebas  $X_1$ : Harga Produk,  $X_2$ : Kualitas Produk,  $X_3$ : Lokasi Produk, dan Variabel terikat Y: Keputusan Pembelian. Dengan mengambil study kasus Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang. Peneliti mengungkapkan bahwa Harga, Kualitas produk dan Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang diberikan kepada konsumen berupa harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik, dan lokasi yang mudah untuk dijumpai konsumen akan memudahkan produk untuk meningkatkan daya jualnya. Daya jual terbentuk dari tingginya keputusan pembelian konsumen terhadap produk. Perbedaan yang sangat menonjol dalam penelitian ini ialah hal yang mempengaruhi meningkatnya daya jual bukanlah standardisasi namun tingkat kepuasan pembeli.

#### 5. Penelitian Harjanto<sup>35</sup>

Penelitian dengan metode kuantitatif dengan menggunakan standar mainan anak untuk variabelnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa

---

<sup>34</sup>Fifyanita Ghanimata, Skripsi: *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), Hal. 49-54.

<sup>35</sup>Eddy Harjanto dan Dwinna Rahmi, "Kajian Kesiapan Pemberlakuan Secara Wajib Standar Mainan Anak-Anak", *Jurnal Riset Industri*, Vol IV No 1, April 2010, Hal. 1-16.



standarisasi yang diterapkan dalam produk sangat penting, karena untuk sebuah produk mainan yang digunakan anak-anak harus mendapatkan perhatian lebih baik dari segi kesehatan ataupun dari keamanannya. Dengan melihat setiap anak pasti membutuhkan mainan untuk sekedar bersenang-senang bahkan sebagai pengasah sel motorik anak, menjadi dorongan untuk mengharuskan mainan anak juga berkualitas. Persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama mengungkapkan bahwa standarisasi yang dipenuhi oleh produsen sangatlah penting dan besar dampaknya. Sehingga dapat dikatakan persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama mengungkapkan bahwa standarisasi sangat penting bagi sebuah produk untuk melindungi konsumennya. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini ialah standarisasi yang digunakan, dalam penelitian ini tidak hanya menggunakan standarisasi nasional namun juga internasional yaitu ISO.

#### 6. Penelitian Muchlas<sup>36</sup>

Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat, 4 variabel bebas tersebut ialah strategi inovasi, orientasi kepemimpinan, tipe inovasi dan sumber inovasi. Untuk variabel terikatnya ialah kinerja daya saing usaha IKM. Hasil yang didapat dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ke-4 variabel tersebut menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha IKM pada pengujian simultan Uji F.

---

<sup>36</sup> Zainul Muchlas, "Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri di Kota Batu", Jurnal Jibeka, Vol. 9, No. 2, Agustus 2015, Hal. 78-91

Dalam uji T individual hanya menunjukkan 2 variabel saja yang menunjukkan signifikansinya terhadap variabel terikat yaitu variabel orientasi kepemimpinan dan tipe inovasi. Dilihat dari hasil tersebut variabel kepemimpinan menunjukkan signifikansi karena semua inovasi-inovasi yang akan diterapkan pada produk sangatlah bergantung pada pemimpin, selain itu sebagai pemimpin juga harus dapat mempertanggung jawabkan apa yang menjadi keputusannya dengan melihat dampak jangka pendek dan jangka panjangnya. Persamaan dalam penelitian ini ialah sama-sama menunjukkan bahwa IKM yang merupakan usaha kecil dari masyarakat juga sangat perlu untuk di-*up-grade* untuk meningkatkan daya saing dengan produk lain, sehingga daya jual produknya meningkat. Untuk perbedaan yang dikemukakan ialah variabel penelitian yang digunakan ialah inovasi.

#### 7. Penelitian Hamdani dan Nurjamil<sup>37</sup>

Dalam penelitian ini mengatakan bahwa standarisasi sangat dibutuhkan dalam meningkatkan ekonomi nasional guna menumbuhkan kondisi pasar dan juga persaingan yang sehat. Selain itu standarisasi juga digunakan sebagai wujud perlindungan hukum bagi konsumen sesuai dengan kebijakan hukum Standarisasi Produk di Indonesia (SNI). Implementasi dari *maqashid al-syariah* ialah standarisasi produk yang bertujuan untuk menjaga kemaslahatan bagi masyarakat secara umum. Dalam *maqashid al-syariah*, Standardisasi

---

<sup>37</sup> Dadan Hamdani dan Nurjamil, “Standarisasi Produk Untuk Perlindungan Konsumen Sebagai Implementasi *Maqashid Al-Syari’ah*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol.1, No. 2, Januari 2020, Hal. 85-95.

dingkapkan dengan tujuan perlindungan dari segala aspek, baik perlindungan agama, perlindungan jiwa, perlindungan pikiran, perlindungan keturunan dan perlindungan harta baik bersifat penting ataupun tidak terlalu penting. Persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama mengungkapkan bahwa standardisasi produk sangat penting sehingga memiliki berbagai dampak yang mengikutinya. Perbedaan dari penelitian ialah variabel terikat yang ada di dalamnya ialah perlindungan konsumen.

8. Penelitian Widyastutik dan Arianti<sup>38</sup>

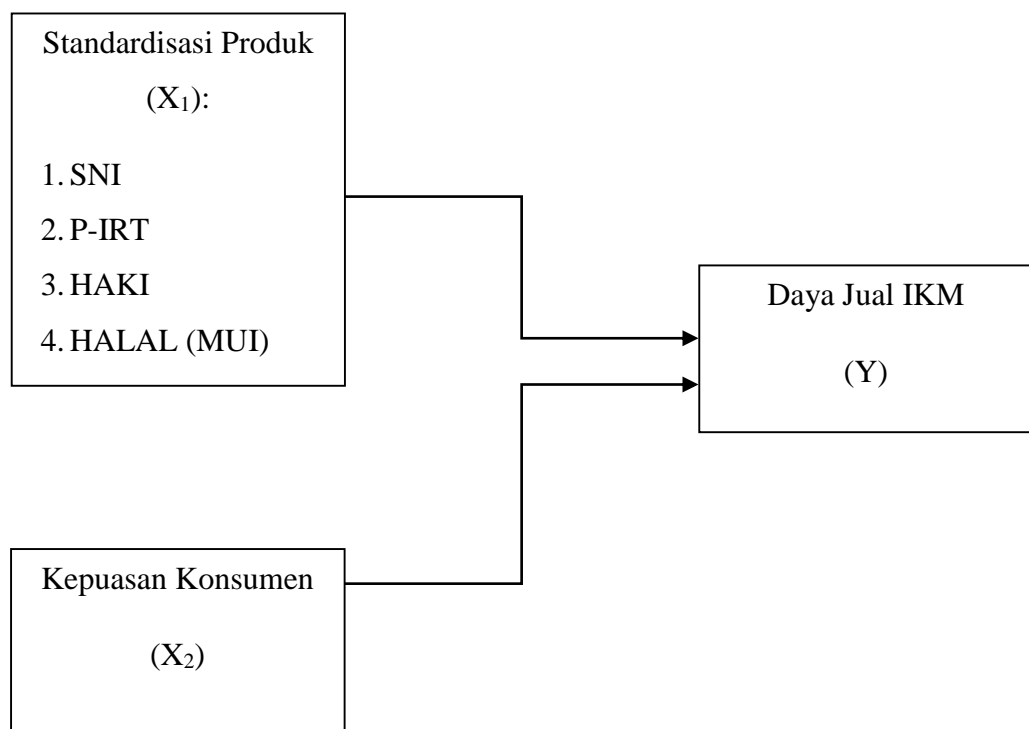
Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa ada beberapa strategi untuk meningkatkan standar mutu yang diperlukan dalam meningkatkan daya saing produk hingga memasuki pasar bebas. Strategi tersebut berupa peningkatan fasilitas untuk mengurangi hambatan, memahami dan memenuhi persyaratan regulasi negara tujuan ekspor, fasilitasi kesediaan infrastruktur pengujian standar dan mutu. Strategi yang diungkapkan salah satunya ialah fasilitas regulasi yang artinya standarisasi yang digunakan untuk sebuah produk yang akan diekspor tidak hanya harus lulus standarisasi yang ditetapkan di dalam negeri saja namun juga harus mengikuti negara tujuan ekspor produk tersebut. Persamaan pada penelitian ini menjelaskan bahwa efek dari standarisasi tidak hanya akan meningkatkan daya jual suatu produk tetapi juga menunjukkan bahwa produk tersebut mampu dan memiliki

---

<sup>38</sup> Widyastutik dan Reni Kristina Arianti, "Analisis Strategi Kebijakan Mutu dan Standar Produk Kayu Lapis dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Ekspor", *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Vol. 2, No. 1, Juni 2014, Hal. 75-92.

daya saing untuk ditunjukkan pada dunia. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini fokus yang menjadi faktor mampunya sebuah produk untuk berdaya saing ialah strategi yang diterapkan.

### E. Kerangka Konseptual



### F. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat empat kemungkinan atau perkiraan dari hasil penelitian, diantara ialah:

- $H_0$  : Standardisasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.
- $H_1$  : Tingkat kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap daya jual

produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.

H<sub>3</sub> : Standardisasi Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.

H<sub>4</sub> : Standardisasi Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap daya jual produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Blitar.