

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada masa sekarang, sejalan dengan perkembangan zaman, sumber daya manusia semakin berkualitas. Tingkat intelektual manusia di zaman yang berkembang ini mampu menghasilkan ide-ide dan gagasan yang jauh lebih efektif dari masa-masa sebelumnya. Manusia sesuai perkembangan peradabannya terus berinovasi menciptakan sesuatu untuk bisa memangkas baik biaya, waktu, dan tenaga sehingga menghasilkan sesuatu (barang atau jasa) yang jauh efisien dibanding masa-masa sebelumnya.

Dalam sektor bisnis, perkembangan yang terjadi sangat cepat dan beragam, diawali mudahnya akses internet yang menjamurkan usaha-usaha berbasis online sampai berevolusinya UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan mengandalkan pemanfaatan potensi-potensi lokal daerah. Begitu banyak sektor bisnis terutama *home industry* yang mengalami perkembangan. Namun seringkali *home industry* tidak mampu bertahan lama dalam, hal ini bisa disebabkan oleh manajemen yang belum profesional, selera konsumen yang berubah, dan sulitnya menentukan strategi pemasaran untuk menarik pelanggan. Pelanggan akan bisa setia jikalau pemilik bisnis dapat menciptakan strategi yang bagus dan manjur. Strategi pemasaran ini penting sebagai pembuka jalan suatu usaha bisnis dalam mencapai tujuannya

sehingga dapat bertahan atau bahkan menguasai persaingan yang ada pada pasar.<sup>2</sup>

Pada pendirian bisnis, perlu diperhatikan segala detailnya agar nantinya konsumen dapat menentukan sesuatu yang unik dan ikonik dari usaha yang dijalankan dengan mudah mengingatkan mereka kepada produk barang maupun jasa dengan kesan pertama yang terlintas adalah kesan yang baik. Citra merek menjadi sesuatu yang harus diperhatikan pertama sebab seringkali harga yang menjadi sorotan paling awal. Selain merek, legalitas usaha dan labelisasi halal juga memiliki peran vital yang tidak bisa dianggap remeh sebab dalam legalitas usaha memuat segala jenis informasi yang ditujukan untuk menarik minat konsumen. Produk yang unik pasti akan lebih mudah diingat, pelayanan yang baik pasti membuat konsumen mengutamakan daripada produk lain yang sejenis, citra merek yang menarik akan menjadikan produk memiliki daya saing baik, bahkan tempat jualan baik itu posisi fisik toko yang strategis maupun platform media sosial yang digunakan akan menentukan seberapa luas konsumen yang bisa dijangkau.

Legalitas usaha atau yang biasa disederhanakan dengan perizinan usaha adalah jati diri dimana dengan adanya izin ini menjadi pengesahan usaha dalam skala umum dan publik yang di dalamnya mencerminkan jati diri dari usaha

---

<sup>2</sup> Dewi Diniaty dan Agusrinal. Perencanaan Strategi Pemasaran pada Produk Anyaman Pandan, (*Jurnal Sains*, Vol 11 Nomer 2 Juni 2014), hlm. 176.

tersebut. Pada sebuah usaha, legalitas ini berbentuk izin usaha yang dimiliki sebagai syarat dari penyelenggaraan kegiatan usaha.<sup>3</sup>

Legalitas usaha dianggap sebagai sesuatu yang harus diperhatikan secara lebih oleh produsen. Legalitas usaha dianggap sebagai lambang dari kualitas produk. Sementara citra merek bisa digunakan sebagai sarana yang digunakan untuk memaksimalkan penjualan. Adanya legalitas usaha adalah sebagai sarana penyedia informasi dan penyampai pesan dari produsen kepada calon konsumen. Legalitas usaha diterbitkan dengan tujuan informasi yang ingin disampaikan tidak ada yang terlewat sedikitpun dan menambah minat dari konsumen itu sendiri mengonsumsi produk yang ditawarkan produsen dalam.

Dalam pendirian usaha, perlu diperhatikan legalitasnya. Sebab usaha yang baik adalah yang tidak merugikan orang lain, yang memberikan manfaat bagi sekitarnya, dan menjamin konsumen dari segala apa yang bisa merugikan mereka. Perkembangan dunia usaha menuntut masyarakat berfikir secara inovatif dan visioner kedepan untuk bisa terus bersaing dalam kompetisi ekonomi. legalitas usaha diperlukan demi menciptakan sumber informasi yang bisa benar-benar dipercaya dan bersifat resmi kepada seluruh lapisan yang ingin mencari informasi mengenai usaha tersebut, dan menjelsakan bahwa usaha yang didirikan merupakan usaha dari wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Amin Purnawan dan Siti Ummu Abdillah, *Hukum Dagang dan Aspek Legalitas Usaha*, (Bogor: Penerbit LINDAN Bestari, 2020), hlm. 3.

<sup>4</sup> *ibid*, hlm. 2-3.

Labelisasi adalah proses pemberian label yang sudah didesain dan disiapkan dengan tujuan memberikan perlindungan kepada konsumen lewat penyajian informasi secara akurat yang berisikan jumlah, kualitas serta isi produk.<sup>5</sup> Sementara itu halal merupakan semua yang bisa dan boleh dikonsumsi (makanan serta minuman) maupun dimiliki dan digunakan (barang-barang yang dipakai), baik itu halal dari zat-zat yang menyusun makanan tersebut, halal prosesnya (menyembelih dan memasak), serta halal cara mendapatkannya.<sup>6</sup>

Labelisasi halal membuat konsumen merasa aman akan segala jenis produk yang mereka konsumsi. Labelisasi halal menjadi jaminan bahwa produk tersebut tersusun dari bahan-bahan yang boleh dikonsumsi bagi makanan dan bisa digunakan untuk benda-benda seperti kosmetik. Adanya labelisasi halal membuat suatu produk memiliki nilai yang lebih di mata konsumen.

Citra merek adalah segala persepsi yang muncul oleh konsumen. Persepsi ini muncul ketika informasi yang dibutuhkan dikirimkan oleh pemasar kepada konsumen melalui iklan baik itu lewat media massa maupun media sosial yang kemudian ditafsirkan oleh konsumen setelah proses penangkapan melalui indra.<sup>7</sup>

Citra merek akan muncul secara alamiah dari konsumen. Citra merek adalah gambaran dari bagaimana konsumen memandang produk kita. Kita bisa

---

<sup>5</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 114.

<sup>6</sup> Wulan Ayodya dan Endang Koswara, *110 Solusi Jadi Pengusaha yang Berkah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 113.

<sup>7</sup> A. B. Susanto dan Himawan Wijanarko, *Power Branding*, (Jakarta: PT Mizan Publika 2004, 2016), hlm. 80.

memberikan citra yang bagus dengan penyajian identitas merek yang bagus juga. Dengan citra yang bagus akan membuat konsumen memiliki sifat loyal.

Salah satu tujuan dari pendirian dan usaha berbisnis adalah peningkatan penjualan. Dengan harga serta iklan yang jitu akan membuat bisnis yang dijalankan bisa mencapai tujuan berupa target penjualan. Tidak hanya sebatas bertahan pada target yang lama, melainkan mencapai target-target baru yang dikembangkan untuk memperlebar sayap dalam berbisnis.

Sejauh mana perkembangan bisnis yang dijalankan bisa diukur dengan seberapa banyak produk yang berhasil dijual. Penjualan produk menjadi tolak ukur apakah yang ditargetkan dalam periode tertentu sesuai dengan yang telah direncanakan atau belum. Secara umum, penjualan produk dapat menentukan pendapatan dimana saat penjualan produk mengalami peningkatan hampir bisa dipastikan keuntungan yang diperoleh tinggi. Begitu juga sebaliknya, saat penjualan produk mengalami penurunan, maka keuntungan yang diperoleh biasanya rendah atau bahkan bisa mengalami kerugian.

Dalam bermuamalah jual beli, harus menjunjung tinggi kemaslahatan. Kemaslahatan disini adalah yang tidak menimbulkan dampak negatif, bisa memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, serta keterbukaan informasi dan pelayanan yang baik demi meraih manfaat dari jual beli. Allah berfirman dalam QS. al-Baqarah [2]: 224:

ولا تجعلوا الله عرضة لآيمانكم ان تبروا وتتقوا وتصلحوا بين الناس <sup>قلبي</sup> والله سميع عليم (٢٢٤)

Artinya

*“Dan janganlah kamu jadikan (nama) Allah dalam sumpahmu sebagai penghalang untuk berbuat kebajikan, bertakwa dan menciptakan kedamaian diantara manusia. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.”*<sup>8</sup>

Dalam hubungan apapun, kejujuran menjadi yang paling diutamakan. Tidak adanya kejujuran, hubungan (pedagang dan pelanggan) tidak akan bisa bertahan lama. Begitu juga dalam strategi promosi. Islam melarang sumpah mengatas namakan Allah dalam promosi untuk meyakinkan konsumen pada produk yang ditawarkan. Hal demikian termasuk sesuatu yang berlebihan.<sup>9</sup>

Legalitas usaha menjadi sesuatu yang vital dalam dunia usaha. Namun demikian, masih banyak pengusaha berbasis UMKM yang belum memiliki izin usaha. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas sebab legalitas usaha biasanya diurus belakangan setelah usaha benar-benar berjalan

Labelisasi halal sebenarnya merupakan instrumen yang bisa saja sangat menentukan penjualan. Namun dalam prakteknya, konsumen yang menjadi pasar terbesar para pelaku UMKM ini adalah masyarakat dari lingkungannya sendiri sehingga mereka percaya begitu saja kepada pemasar akan produk yang mereka konsumsi.

Citra merek menjadi sangat berpengaruh jika produk yang menyanggah merek tersebut adalah produk berskala nasional. Namun bisa lain ceritanya

---

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah...*, hlm. 39.

<sup>9</sup> M. Quraish Shihab, *Berbisnis dengan Allah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2008), hlm. 18-

bilamana produk lokal yang menyanggah suatu merek tertentu. Hal ini menjadikan penelitian akan citra merek perlu diikuti sertakan dalam pengaruhnya kepada volume penjualan apakah bisa berpengaruh baik seperti merek-merek yang sudah besar atau tidak berpengaruh sama sekali.

Menimbang legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek yang berpotensi berperan dalam mempengaruhi volume penjualan, oleh karenanya peneliti berkeinginan menjadikan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar sebagai objek penelitian. Dari pemaparan diatas, peneliti ingin mengangkat penelitian dengan judul: **“Pengaruh Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Volume Penjualan pada Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijabarkan, penulis memaparkan masalah-masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian.

1. Kurangnya perhatian pada faktor yang bisa mempengaruhi volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) oleh para pelaku bisnis
2. Produk yang sejenis dan persaingan yang terjadi dalam produk-produk UMKM menyebabkan pembeli kurang loyal dan sering berganti-ganti produk

### **C. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh legalitas usaha terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?
2. Apakah ada pengaruh labelisasi halal terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?
3. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?
4. Apakah ada pengaruh legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh legalitas usaha terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.



2. Mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.
3. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.
4. Mengetahui pengaruh legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Mengacu dari tujuan penelitian yang demikian, harapan dari hasil penelitian ini nantinya bisa memberikan kemanfaatan dan kegunaan, baik itu kegunaan pada bidang teoritis atau praktis. Berikut merupakan kegunaan yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek yang diterapkan untuk mencapai pasar konsumen yang ditargetkan memberikan andil yang begitu besar dalam keberlangsungan usaha suatu bisnis. Legalitas usaha digunakan sebagai pertanda bahwa produk dan pengolahan yang dilakukan usaha kecil mikro menengah (UMKM) yang bersangkutan sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Labelisasi halal menjadikan standar sekaligus acuan yang bisa digunakan oleh pembeli untuk bisa memastikan

apakah produk yang mereka konsumsi termasuk ke dalam produk halal untuk yang beragama Islam atau non halal dengan peruntukannya diluar makanan yang menjadikan masyarakat secara umum sebagai konsumennya tanpa memandang agama. Citra merek sebagai ciri khas yang bisa membuat konsumen kembali tidak hanya sebagai konsumen lagi melainkan sudah menjadi pelanggan, citra merek juga memberikan informasi terkait produk dan penggambaran keunikan dan perbedaan dengan produk lain yang sejenis sehingga meningkatkan kemampuan dalam persaingan di pasar.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Untuk Akademik

Penelitian dapat digunakan sebagai media penyedia informasi yang bermanfaat dari perguruan tinggi serta tambahan koleksi untuk perpustakaan. Selain sebagai literatur dalam bentuk karya ilmiah mengenai UMKM juga diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

### b. Untuk Lembaga

Penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta inovasi dalam perbaikan mengenai pemenuhan regulasi untuk meningkatkan penjualan produk yang lebih optimal sehingga menghasilkan keuntungan maksimal. Dengan mengetahui pengaruh legalitas usaha,

labelisasi halal dan citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar bisa dijadikan sebagai acuan mana yang harus diprioritaskan dalam pengembangan usaha selanjutnya.

c. Untuk Pembaca

Penelitian dapat digunakan sebagai media pembelajaran untuk mengaplikasikan dan mengembangkan pemikiran dari teori-teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan khususnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memunculkan gambaran tentang pengaruh legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dan bisa diperluas penerapannya.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Berikut merupakan pemaparan dari ruang lingkup penelitian yang meliputi variabel-variabel penelitian dan lokasi yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian:

a. Variabel-variabel yang Diteliti

Pengertian dari variabel sendiri adalah bagian atau alat yang dijadikan sebagai objek yang diamati dalam penelitian. Sementara variabel penelitian merupakan semua hal yang ditentukan atau dipilih

oleh si peneliti sebagai sesuatu yang nantinya dipelajari dengan tujuan mengorek untuk mendapatkan informasi yang bisa ditarik kesimpulan dari informasi tersebut. Penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel yakni variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap perubahan yang muncul, biasa disederhanakan sebagai asal muasal atau penyebab dari adanya perubahan tersebut. Sementara variabel terikat adalah variabel yang menerima dampak dari variabel bebas, bisa juga dikatakan sebagai akibat dari sesuatu yang disebabkan oleh variabel bebas.<sup>10</sup>

Sesuai dengan yang dipaparkan sebelumnya, berdasarkan pada judul yang diambil, berikut merupakan variabel-variabel yang menyusun penelitian ini:

1) Variabel Bebas/Independen/X

Legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek dipilih oleh penulis sebagai variabel X, sebab faktor tersebut diduga bisa memberikan pengaruh terhadap volume penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

2) Variabel Terikat/Dependen/Y

Volume penjualan dipilih oleh penulis sebagai variabel X, yang dimaksud dengan volume penjualan disini yakni volume

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hlm. 3-4.

penjualan pada produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini memilih para pelaku usaha usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai objek penelitian dengan Kecamatan Wonodadi menjadi lokasi yang dipilih untuk diteliti.

**2. Keterbatasan Penelitian**

Yang dikaji dalam penelitian ini adalah Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Volume Penjualan pada Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Cakupan penelitian ini adalah teoritis, praktis, dan akademis. Dari segi teoritis legalitas usaha, labelisasi halal dan citra merek akan menciptakan nilai kepada konsumen yang membuat konsumen tertarik terhadap produk suatu perusahaan, dengan perusahaan membangun kepercayaan untuk menciptakan loyalitas pada konsumen dan nantinya mencapai keuntungan yang diinginkan perusahaan. Secara praktis, untuk pelaku usaha, penelitian menyediakan informasi yang dapat dijadikan sebagai gambaran mengenai peta persaingan pada pengembangan produk lokal dan konsumennya. Sementara diharapkan untuk akademisi penelitian dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dan pengemabangan perguruan tinggi Islam dalam keilmuan ekonomi syariah.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Legalitas Usaha**

Legalitas usaha atau yang biasa disederhanakan dengan perizinan usaha adalah jati diri dimana dengan adanya izin ini menjadi pengesahan usaha dalam skala umum dan publik yang di dalamnya mencerminkan jati diri dari usaha tersebut. Pada sebuah usaha, legalitas ini berbentuk izin usaha yang dimiliki sebagai syarat dari penyelenggaraan kegiatan usaha.

### **2. Labelisasi Halal**

Labelisasi adalah proses pemberian label yang sudah didesain dan disiapkan dengan tujuan memberikan perlindungan kepada konsumen lewat penyajian informasi secara akurat yang berisikan jumlah, kualitas serta isi produk.

### **3. Citra Merek**

Citra merek adalah segala persepsi yang muncul oleh konsumen. Persepsi ini muncul ketika informasi yang dibutuhkan dikirimkan oleh pemasar kepada konsumen melalui iklan baik itu lewat media massa maupun media sosial.

### **4. Volume Penjualan**

Penjualan adalah aktifitas perpindahan tangan produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen yang berminat dengan timbal balik berupa uang dengan nominal sesuai harga yang disepakati.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi dilakukan dengan sistematika yang sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta pemfokusan sasaran, oleh karenanya penulis melakukan penulisan dengan sistem susunan sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, identifikasi penelitian, kegunaan atau manfaat hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan proposal skripsi.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Memaparkan kajian teori dan konsep, dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Memaparkan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

### **BAB IV : Hasil Penelitian**

Memaparkan temuan informasi selama proses penelitian. Dalam bab ini dipaparkan masalah yang muncul beserta jawaban atas permasalahan tersebut. Informasi berasal dari observasi maupun wawancara baik secara langsung maupun tidak dengan bersumber dari pihak internal dan eksternal. Dalam bab ini disajikan informasi yang penyusunannya dilakukan setelah data temuan dianalisis.

**BAB V : Pembahasan**

Memaparkan praktik pengambilan strategi dan sinkronisasi terhadap teori yang sudah ada. Dalam bab ini dipaparkan hasil dari proses penelitian analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pada Sentra Industri Kecil Minuman Instan Turi Putih Desa Kebonagung Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar.

**BAB VI : Penutup**

Memaparkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat ringkasan hasil bahasan penelitian. Sementara saran berisikan argumen peneliti kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian sebagai upaya perbaikan kedepan. Bagian akhir memuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.