

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Penggunaan Label Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Home Industri (Studi Kasus Home Industri Kerupuk Aneka Rasa Cap Anggur)” di tulis oleh Yeni Khoirunnisa’, NIM.12402173266, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing Kutbuddin.Aibak, S.Ag., M.H.I NIP. 197707242003121006

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi bahwa masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan terus-menerus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta pencantuman label halal terhadap kemasan produk sangat berpengaruh untuk minat beli konsumen karena dengan adanya sertifikat halal yang didapatkan oleh pemilik usaha juga akan menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan tersebut. Tujuan dalam penelitian dengan menggunakan obyek Home Industri Aneka Rasa Cap Anggur adalah (1). Untuk menjelaskan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam penggunaan label halal dan meningkatkan daya saing home industri kerupuk aneka rasa cap anggur Desa Sareng Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. (2). Untuk menjelaskan dampak dari penggunaan label halal dalam meningkatkan daya saing pada home industri kerupuk aneka rasa cap anggur Desa Sareng Kecamatan Geger Kabupaten Madiun.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif . Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu *condensation*, data *display* dan *conclusion drawing/verification*. Teknik pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi.

hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *pertama*, Strategi perencanaan: melakukan analisis atau survei ke konsumen untuk mengetahui faktor-faktor minat beli konsumen, salah satu faktornya yaitu pencantuman label halal dalam kemasan produk, merencanakan proses pelaksanaan, dan tujuan beserta sasaran dari perencanaan, *kedua*, pelaksanaan: home industri kerupuk aneka rasa cap anggur pelaksanaan dalam pencantuman label halal sejak tahun 2008 dan setiap dua tahun sekali harus dilakukannya permohonan atau pemberahuan sertifikat halal jika tidak dilakukan pemberahuan sertifikat halal maka hak atas pencantuman label sudah tidak berlaku, *ketiga*, pengawasan: pihak yang terlibat dalam pengawasan untuk mempertanggung jawabkan sertifikat halal yang diterapkan home industri kerupuk aneka rasa cap anggur yaitu pihak Majelis Ulama Indonesia, masyarakat dan pemilik home industri. (2). Dampak yang dirasakan oleh home industri kerupuk aneka rasa cap anggur dari penggunaan label halal dalam meningkatkan daya saing yaitu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi pendapatan.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Label halal, Daya saing home industri.

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title “ Marketing Strategies in Using Halal Labels to Increase Competitiveness of Home Industry (Case Study of Home Industry of Crackers with Various Flavors of Wine Cap)” written by Yeni Khoirunnisa', NIM.12402173266, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Economics, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor Kutbuddin.Aibak, S.Ag., M.H.I NIP. 197707242003121006*

*The background of this thesis research is the problem of competition between companies requires companies to continuously make improvements in the quality of goods and services and inclusion of halal labels on product packaging is very influential for consumer For the company. With the fulfillment of all business licenses and halal certificates for the company, the marketing strategy needs to be continuously improved so that it can do marketing widely,*

*The purpose in the research by using the object home industry of various flavors cap wine is (1). To explain the planning, implementation, and supervision in the use of halal labels and increase the competitiveness of the home of the cracker industry of various flavors of sareng village, Geger district of Madiun regency. (2). To explain the impact of the use of halal labels in increasing competitiveness in the home of the cracker industry of various flavors of sareng village, Geger District, Madiun Regency*

*The results show that (1). Marketing strategies carried out by the home industry in the face of competition are: first, Planning strategies: conducting analysis or surveys to consumers to meet the factors of consumer buying interest, one of the factors is the inclusion of halal labels in product packaging, account for halal certificates applied by the home of the wine stamp cracker industry, namely the Indonesian Ulema Council, the community and the owner of the industrial home. (2). The impact felt by the home industry of crackers with various flavors of wine stamps from the use of halal labels in increasing competitiveness, namely increasing consumer confidence and influencing income.*

*Keywords: Competition between companies, Halal label, Marketing Strategy*