Al Tasyree
Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah
ISSN: 2086-0943 | E-ISSN: 2985-749X
Vol. 13 No. 02 Tahun 2021 Hlm. 108-112

Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran Kopi Robusta pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang Sum-Sel

Amir Salim[1] , Rusdi Hamka Lubis[2], Anggun Purnamasari[3], Dian Tri Utami[4]

[1]STEBIS IGM Palembang, Jl.Sudirman km 4.5, Palembang, Indonesia amirsalim@stebisigm.ac.id

[2] Institut PTIQ Jakarta Jl. Batan I No. 2 Pasar Jum'at Lebakbulus, Cilandak, Jakarta Selatan, Indonesia rusdihamka@ptiq.ac.id

[3] UIN Raden Fatah Palembang, Jl. Jend Sudirman km 4 , Palembang, Indonesia anggunpurnamasari110290@ gmail.com

[4]STEBIS IGM Palembang, Jl.Sudirman km 4.5, Palembang, Indonesia diantriutami07@gmail.com

ABSTRACT
This study examines the Inclusion of Halal Labels and Marketing Strategies on the Purchase of Robusta Coffee in the Talang Jawa Village Community, Kec. High Cliff Kab. Four Laws. This type of research is a field research (filed research). This research aims to obtain information about Halal Labels and Marketing Strategies for the Purchase of Robusta Coffee in the Talang Jawa Village Community, Kec. High Cliff Kab. Four Lawangs that plunge directly into an object. This research is a field research that uses qualitative methods where a case study approach is carried out, then a data collection method used is observation, interviews, and documentation. Based on the results of the research obtained, the authors conclude that the effect of Halal labeling is very influential on consumer purchasing decisions, because after obtaining permission and certification of halal labeling consumers are sure of the quality of the coffee product.

Keywords: *Halal Label, Marketing Strategy, Purchase of Coffee*

PENDAHULUAN

Komunitas muslim diseluruh dunia terutama Negara Indonesia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus (Konsumsi produk halal) mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut syariat. Dalam ajaran syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena subtansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran tegas Syariat Islam Untuk menghindari hal-hal yang dilarang Allah SWT dan melaksanakan apa saja yang diperintahkan membuat konsumen Muslim bukanlah konsumen yang Permisive dalam pola konsumsinya.

Dalam Islam umat muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, karena setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi yang penting untuk kehidupan. Ketidakinginan masyarakat muslim untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk. konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia.

Lembaga ini adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal

tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer karena berdasarkan wawancara langsung kepada Produsen Kopi Emass Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Kopi

Kopi (coffea sp) adalah tanaman yang berbentuk pohon termasuk dalam famili Rubiceae dan genus Coffea. Tanaman ini tumbuhnya tegak, bercabang, dan bila dibiarkan tumbuh dapat mencapai tinggi 12 m. Daunnya bulat telur dengan ujung agak meruncing. Daun tumbuh berhadapan pada batang, cabang, dan ranting rantingnya

Tanaman kopi termasuk dalam kerajaan Plantae, divisi Magnoliophyta, kelas Magnoliopsida, ordo Rubiales, famili Rubiaceae, genus Coffea L.

Permasalahan yang sering dihadapi Indonesia adalah jenis kopi Indonesia sering dikategorikan sebagai produk yang bermutu rendah. Kualitas kopi dipengaruhi oleh bebrapa hal seperti negara asal tumbuh, varietas, dan pengamanan pasca panen dan disebabkan oleh perkembangan kopi yang tidak disertai dengan peningkatan standar mutu kopi yang dihasilkan oleh petani Indonesia. [Sherah 2020] Untuk menetapkan mutu kopi yang dihasilkan, Indonesia menggunakn sistem nilai cacat (Defects Value System) sejak tanggal 1 Oktober 1983 sesuai dengan keputusan ICO ((International Coffe Organization). Dalam sistem cacat ini, semakin banyak nilai cacatnya, maka mutu kopi akan semakin rendah dan sebaliknya semakin kecil nilai cacatnya maka mutu kopi semakin baik. terdapat empat jenis kopi yang telah dibudidayakan, yakni:

a. Kopi robusta

Kopi robusta digolongkan lebih rendah mutu citarasanya dibandingkan dengan citarasa kopi arabika. Hampir seluruh produksi kopi robusta di seluruh dunia dihasilkan secara kering dan untuk mendapatkan rasa lugas tidak boleh mengandung rasa-rasa asam dari hasil fermentasi. Kopi robusta memiliki kelebihan yaitu kekentalan lebih dan warna yang kuat.

b. Kopi arabika

Kopi arabika adalah kopi yang paling baik mutu cita rasanya, tanda-tandanya adalah biji picak dan daun hijau tua dan berombak-ombak. Jenis-jenis kopi yang termasuk dalam golongan arabika adalah abesinia, pasumah, marago dan congensis.

c. Kopi Liberika

Jenis kopi ini berasal dari dataran rendah Monrovia di daerah Liberika. Pohon kopi Liberika tumbuh dengan subur di daerah yang memilki tingkat kelembaban yang tinggi dan panas. Kopi Liberika penyebarannya sangat cepat. Kopi ini memiliki kualitas yang lebih buruk dari kopi Arabika baik dari segi buah dan tingkat rendemennya rendah.

d. Kopi Hibrida

Kopi hibrida merupakan turunan pertama hasil perkawinan antara dua spesies atau varietas sehingga mewarisi sifat unggul dari kedua induknya. Namun, keturunan dari golongan hibrida ini sudah tidak mempunyai sifat yang sama dengan induk hibridanya. Oleh karena itu, pembiakannya hanya dengan cara vegetatif seperti stek atau sambungan

2) Pengaruh Label Halal dalam Keputusan Pembelian

Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan

labelisasi halal pada produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang haram untuk dikonsumsi. Contohnya : kasus Ajinomoto yang mencuat setelah ditemukannya enzim babi dalam proses pembuatannya. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka dalam proses produksi diperlukannya ketentuan-ketentuan syarat kehalalan suatu produk secara syara. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya (Y.M Rambe.2012)

3) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut. Dalam pengertian strategi seringkali terkandung perencanaan merupakan proses yang berlangsung secara terus- menerus dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu strategi pemasaran dari setiap perusahaan merupakan rencana yang menyeluruh dimana perusahaan berharap mencapai sasaran yang telah ditentukan, yang pada akhirnya untuk merealisasikan tujuan dari perusahaan yang bersangkutan.

Strategi pemasaran juga merupakan Serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah, Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.

Aktifitas pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, salah satunya adalah bauran pemasaran (Marketing Mix). Menurut Mc Carthy aktivitas Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terdiri dari 4 kategori, yaitu **:**

a. Produk (*Product)*

Segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merk, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya. Produk merupakan hal paling penting dalam strategi marketing yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan barang maupun jasanya, karena melalui hal inilah perusahaan dapat menarik minat konsumen dengan memberikan produk yang sesuai kebutuhan, memiliki mutu terbaik, berkinerja, ataupun inovatif.

b. Harga *(Price)*

Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo, jangka waktu pembayaran, syarat kredit. Harga memegang peranan penting dalam proses terjadinya kesepakatan dalam jual beli. Dalam menentukan pilihan, harga tentunya menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan.

c. Tempat *(Place)*

Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu prduk/jasa siap digunakan atau dikonsumsi, dalam hal ini termasuk lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar. Tempat yang startegis dan mudah dijangkau tentunya juga menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang/jasa.

d. Promosi *(Promotion)*

Promosi merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan calon nasabah/konsumen mengenai barang/jasa yang ditawarkan. Proses pemasaran ini dapat dilakukan dengan

cara periklanan, public relation, dan tenaga penjualan. Kegiatan promosi menjadi faktor pendukung lainnya terhadap keberhasilan pemasaran suatu produk/jasa**.**

Pada hari Rabu/23 juni 2021 Peneliti melakukan wawancara dengan Pemilik kopi Bapak Anang Zairi melalui via telephon. Kopi yang diproduksi nya diberi merek Kopi EMAS (Empat Lawang Maju Aman dan Sejahtera). Merek Kopi EMAS telah terealisasi pada Juni 2015. Kopi Merek Emas juga sudah Mendapatkan Sertifikat merek dengan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia atas nama Negara Revublik Indonesia berdasarkan UU No 15 Tahun 2001 Tentang Merek, telah Memberikan Hak Merek kepada Kopi EMAS milik Anang Zahiri.

Telah Terdaftar dibadan hukum: AHU-000056.AH.07 pada tahun 2014, serta pencantuman label halal pada tahun 2016. Perlindungan Hak Merek ini diberikan untuk jangka waktu 10 (Sepuluh) Tahun terhitung sejak tanggal penerimaan sampai dengan tanggal 16 Juni 2025, dan jngka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang (Pasal 28).

Selanjutnya pada Hari/ Selasa 29 Juni 2021 Peneliti melakukanwawancara Kepada Tio (anak bapak Anang Zairi), yang dimana beliau lah yang meneruskan usaha Produksi Kopi tersebut. Menurut Tio ada beberapa tahapan proses pengajuan Label Halal, yaitu :

1. Harus daftar dan langsung datang ke kantor KEMENAG di kabupaten masing-masing.
2. Lalu ke BPJH (Badan Penyelenggara Jaminan Halal).
3. Lalu isi berkas-berkas yang diperlukan dalam pengajuan Label Halal tesebut.
4. Selanjutnya pihak yang berwenang akan meneliti dan akan mensurvey tempat produksi Kopi.
5. Pihak survey akan datang untuk melihat secara langsung mulai dari produksi kopi, bahan baku kopi, sistem penggilingan kopi, pengeringan kopi sampai kopi tersebut di packing. Apakah sudah sesuai standar halal atau belum.
6. Jika sudah sesuai dengan standar label halal, maka produsen akan masuk tahap proses pengajuan sertifikat Halal.

Waktu proses pembuatan sertifikt label halal, tegantung instansi masing- masing. Namun Kopi Robusta Merk EMASS mermerlukan waktu hingga Dua bulan sampai Enam bulan kurang lebih untuk mendapatkan sertifikat label halal tesebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pencantuman Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pembelian Kopi Robusta Pada Masyarakat Desa Talang Jawa Kec.Tebing Tinggi Kab. Empat Lawang, maka dapat ditarik kesimpulan:

Labelisasi Halal sangat berpengaruh terhadap pembelian keputusan konsumen, karena setelah mendapatkan izin dan sertifikasi labelisasi halal konsumen yakin dengan kualitas produk kopi tersebut. Pencantuman label halal produk dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, dikarenakan banyaknya permasalahan labelisasi halal terhadap produk-produk yang mengandung bahan-bahan yang haram untuk dikonsums. Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut.

SARAN

Kopi merupakan salah satu bidang perkebunan yang sangat penting untuk kesejahteraan masyarakat di Desa Talang Jawa kecamatan Tebing Tinggi. Maka dari itu, untuk meningkatkan penjualan produk kopi para produsen-produsen kopi yang belum memiliki Label halal, agar sebaiknya mengurus proses pembuatan sertifikat Label Halal tesebut. Karena para konsumen menjadi lebih yakin untuk membeli produk kopi jika telah memiliki Label Halal tesebut. Produsen kopi juga bisa lebih meningkatkan pemasaran dengan memperluas wilayah penjualan di luar Desa Talang Jawa Kecamatan Tebing Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

L. E. García reyes, "pengaruh pencantuman label halal terhadap minat beli luwak white coffe pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas 17 agustus 1945 samarinda," *j. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.

L. E. García Reyes, "Peran Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Dalam Meningkatkan Standar Mutu Kopi Sesuai dengan Common Code For Coffee Community (C4) Guna Menembus Pasar Eropa," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013

Mita wahyuni, "pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk mieinstan indofood (studi kasus pada mahasiswa tingkat akhir fakultas ekonomi dan bisnis islam uin raden fatah palembang). 2015

Pindyk and Rubenfild, "Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ekspor kopi arabika pada cv yudi putra," 2005.

Sherah nur izzah, "peran asosiasi eksportir dan industri kopi indonesia (aeki) dalam meningkatkan standar mutu dan daya saing ekspor kopi indonesia di pasar eropa," vol. 7, pp. 1–16, 2020.

Y. M. Rambe and S. Afifuddin, "PengaruhPencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim," *J. Ekon. dan Keuang.*, vol. Vol. 1, No, no. 427, pp. 37–45, 2012.

Gambar 1. Sertifikat merek dagang

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SERTIFIKAT MEREK

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia atas nama Negara Republik Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, memberikan hak Merek kepada:

Nama dan alamat Pemegang Merek : ANANG ZAIRI
Talang Jawa II, RT.019 RW.008, Kel. Jayaloka, Kec. Tebing Tinggi, Kab. Empat Lawang, Sumatera Selatan

Tanggal Penerimaan : 16 Juni 2015

Nomor Pendaftaran : IDM000574614

Etiket Merek :

Emass
Ekonomi Maju Aman, Sehat Dan Sejahtera

Perlindungan hak merek tersebut diberikan untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun terhitung sejak tanggal penerimaan sampai dengan tanggal 16 Juni 2025, dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang (Pasal 28).

Sertifikat merek ini dilampiri dengan contoh merek dan jenis barang/jasa yang tidak terpisahkan dari sertifikat ini.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001

Gambar 2. Sertifikat Halal

MAJELIS ULAMA INDONESIA
PROVINSI SUMATERA SELATAN
THE INDONESIAN COUNCIL OF ULAMA
شهادة حلال
SERTIFIKAT HALAL - HALAL CERTIFICATE

No: 22.12.000152.06.12 الرقم :

قرر مجلس العلماء الإندونيسي - بعد الاختبارات والبحوث - بأن المنتجات الغذائية أو الأدوية أو مستحضرات التجميل المبين اسمها أدناه حلال حسب متطلبات الشريعة الإسلامية.

Majelis Ulama Indonesia (MUI), setelah melakukan pengujian dan pembahasan, menetapkan bahwa produk pangan, obat-obatan, atau kosmetika yang disebutkan namanya di bawah ini adalah **HALAL** *menurut Syari'at Islam*

The Indonesian Council of Ulama, after examining, inspecting / auditing and discussing the ingredients has declared that the undermentioned food, drug and cosmetic products as **HALAL** *according to the Islamic Law.*

Jenis Produk / *Type of Product*	: Kopi Bubuk	: نوع المنتجات
Nama Produk / *Name of Product*	: Terlampir	: اسم المنتجات
Nama Perusahaan / *Name of Company*	: Kelompok Usaha Bersama	: إسم الشركة
Alamat Perusahaan / *Company's Address*	: Talang Jawa RT.19/08 Kel.Jayaloka Empat Lawang	: عنوان الشركة
Dikeluarkan di Palembang pada / *Issued in Palembang on*	: 27 Februari 2018	: أصدرت هذه الشهادة بباندونج في
Berlaku sampai dengan / *Valid until*	: 28 Februari 2020	: وصالحة إلى

مقاديات تركيبات المواد المشار إليها وعملية إنتاجها مطابقة على الشكل الذي قررته قسم الإفتاء بالمجلس.
Selama bahan-bahan dan proses produksinya masih sesuai dengan keputusan Komisi Fatwa MUI. *As long as the ingredients, and production processes are in accordance to the decree of Fatwa Commission of the Indonesian Council of Ulama.*

رئيس قسم الإفتاء بالمجلس
KETUA KOMISI FATWA MUI
HEAD OF THE FATWA COMISSION OF MUI

KH. Amin Dimyati Hamzah, SH

الرئيس العام للمجلس
KETUA UMUM (MUI)
CHAIRMAN OF MUI

Prof. DR. KH. Abdul Muchtar, MA

مدير لجنة البحوث في الأطعمة والأدوية ومستحضرات التجميل بالمجلس
DIREKTUR LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA (LP POM) MUI.
DIRECTOR OF THE ASSESSMENT INSTITUTE FOR FOODS, DRUGS AND COSMETICS OF MUI.

DR. Ir. Hj. Tri Wardani Widowati, M.P