

**DAMPAK SERTIFIKAT HALAL, STRATEGI PENJUALAN DIGITAL  
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP FROZEN FOOD SOSIS DI  
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**MULIA ANGGI WULANDARI**

**NIM: 23208011035**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**DAMPAK SERTIFIKAT HALAL, STRATEGI PENJUALAN DIGITAL  
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP FROZEN FOOD SOSIS DI  
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI**

**OLEH:**

**MULIA ANGGI WULANDARI**

**NIM: 23208011035**

**PEMBIMBING**

**Prof. DR. H. SYAFIQ MAHMADAH HANAFLI, M.AG**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1169/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : DAMPAK SERTIFIKAT HALAL, STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP  
FROZEN FOOD SOSIS DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MULIA ANGGI WULANDARI, S.E  
Nomor Induk Mahasiswa : 23208011035  
Telah diujikan pada : Kamis, 24 Juli 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 68899f5be37e1



Penguji I  
Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 688c74b6a771f



Penguji II  
Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I.  
SIGNED


Valid ID: 688c05794091e



Yogyakarta, 24 Juli 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.  
SIGNED

Valid ID: 68904045e1a44

## SURAT PERSETUJUAN TESIS

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

---

**SURAT PERSETUJUAN TESIS**

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

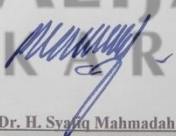
Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis Saudara:

Nama : Mulia Anggi Wulandari  
NIM : 23208011035  
Judul Tesis : “Dampak Sertifikat Halal, Strategi Pemasaran Digital Terhadap Frozen Food Sosis Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta ”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang ilmu ekonomi.

Dengan ini saya mengharap agar Tesis tersebut di atas dapat segera dimunagasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 7 Juli 2025  
Pembimbing,

  
**Dr. H. Syarif Mahmadah Hanafi, M.Ag**  
NIP. 19670518 199703 1 003

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mulia Anggi Wulandari  
NIM : 23208011035  
Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul “Dampak Sertifikat Halal, Strategi Pemasaran Digital Terhadap Frozen Food Sosis Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta ” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 8 Juli 2025

Penyusun



Mulia Anggi Wulandari  
NIM. 23208011035

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mulia Anggi Wulandari  
NIM : 23208011035  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty rfee right*) atas karya saya yang berjudul:

**“Dampak Sertifikat Halal, Stategi Pemasaran Digital Terhadap Frozeen Food Sosis Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga berkah menyimpan, mengalihmedia/informasikan, mengelola, dalam bentuk data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta  
Pada tanggal: 8 Juli 2025

Hormat Saya



( Mulia Anggi Wulandari)

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mulia Anggi Wulandari  
NIM : 23208011035  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Dampak Sertifikat Halal, Strategi Pemasaran Digital Terhadap Frozen Food Sosis Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan ke dalam jurnal yang tersitasi standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 8 Juli 2025



(Mulia Anggi Wulandari)

## HALAMAN MOTO

فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفُّكَ الَّذِينَ لَا يُوقِنُونَ

Maka bersabarlah engkau, wahai Nabi Muhammad atas penentangan orang kafir terhadap dakwahmu. Sungguh, janji Allah tentang kemenangan dirimu dan orang-orang yang konsisten membela dan menegakkan ayat-ayat Allah itu benar adanya, dan sekali-kali jangan sampai orang-orang yang tidak meyakini kebenaran ayat-ayat Allah itu menggelisahkan dan merisaukan engkau. (Q.S Ar:Rum: 60)



## HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia berupa nikmat sehat, dan atas dukungan orang-orang tercinta.

Akhirnya tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini saya persembahkan:

Teruntuk Kedua Orang Tua Bapak H. Abdul Hakim dan Ibu Hj. Semuati

Kedua saudaraku kk Silvia dan Adik Fahmy tersayang yang selalu mendukung, mendo'akan, dan menyayangi Penulis dengan penuh kesabaran dan pengorbanan yang hebat sampai saat ini.

Untuk keluarga besar yang selalu mendo'akan

Untuk sahabat-sahabat yang selalu mendukung Penulis, dan orang-orang yang pernah dan akan Penulis temui.

Serta teruntuk Almamater tercinta

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 054b/U/1987

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	be
ت	Tā'	T	te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	er
ز	Zāi	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fā'	F	ef
ق	Qāf	Q	qi

ك	Kāf	K	ka
ل	Lām	L	el
م	Miim	M	em
ن	Nūn	N	en
و	Wāwu	W	w
ه	Hā'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

#### B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

#### C. Konsonan Tunggal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-aulyā</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

---َ---	Fathah	ditulis	A
---------	--------	---------	---

---◌---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
---◌---	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>
فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2. Fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fathah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakaryum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Dampak Sertifikat Halal, Strategi Penjualan Digital Melalui Media Sosial Terhadap Frozeen Food Sosis Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.”** Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang masa, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umat yang istiqamah di jalan-Nya hingga akhir zaman.

Tesis ini bukan hanya hasil dari kerja keras dan dedikasi, namun juga merupakan wujud dari cinta, dukungan, dan doa yang terus mengalir dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., CA., ACPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah sekaligus pembimbing akademik yang telah banyak memberikan arahan serta dukungan.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik peneliti di Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Prof. Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi., M.Ag, sebagai dosen pembimbing akademik dandosen pembimbing tesis yang telah membimbing, mengarahkan dan memberi masukan dengan penuh kesabaran kepada penulis
7. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas ilmu, bimbingan, dan pelayanan yang luar biasa selama masa studi.
8. Amiq Tuan Abdul Hakim dan Hj. Bunda Semuati sosok yang menjadi tumpuan dan panutan dalam segala keadaan. Terima kasih atas ketulusan kasih sayang, kerja keras yang tak pernah mengeluh, dan doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan.
9. Untuk kedua saudaraku Kk Silvia dan Adik Fahmy Hamzah aku ucapkan terimakasih karena slalu menjadi pensupport terbesar selama penulis menempuh jenjang magister

10. Kepada diri sendiri yang telah melalui perjalanan panjang ini dengan penuh komitmen, keteguhan, dan semangat untuk terus belajar. Terima kasih karena tidak menyerah, meskipun tidak selalu mudah. Terima kasih karena terus berproses menjadi pribadi yang lebih kuat, lebih tenang, dan lebih bijak dari sebelumnya.
11. Teruntuk Band Favoritku yang sudah bubar *Coboy Junior* yang lagu-lagunya slalu memotivasi aku dalam mengerjakan tesis sehingga bisa sampai ke tahap ini
12. Untuk besti aku dari awal masuk Magister Ekonomi Syariah yang tak henti-hentinya slalu aku mintai doa dan slalu mensupport apapun yang aku kerjakan sampai hari ini aku ucapkan terimakasih kepada Siti Nikmatul arafah, Nurul Khaffifah, Jaini Ikhwanayah
13. Keluarga cemara Lombok, ku ucapkan terimakasih kepada Fadhilaililatil Arianingsih, Ahmad Padli Prasitya dan Lukman yang sudah slalu mensupport penulis dalam keadaan apapun selama di jogja
14. Terimakasih kepada Organisasi Himmpas yang telah mempertemukan teman yang mengajarkan kebaikan.
15. Untuk best aku mba mila, mba ayu, syafa maytara, mba eka dan era suryadi semoga allah slalu membalas kebaikan kalian dan ku ucapkan terimakasih
16. Seluruh teman seperjuangan di Program Magister Ekonomi Syariah khususnya Kelas B Angkatan Ganjil 2023 atas kebersamaan, semangat, dan dukungan selama proses studi.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi pahala yang terus mengalir, dan Allah SWT memudahkan setiap langkah kebbaikannya. Semoga karya ini juga membawa manfaat bagi siapa pun yang membacanya, baik secara langsung maupun tidak. Aamiin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 Juli 2025  
Hormat Saya,  
  
Mulia Anggi Wulandari

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xx</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Desain penulisan.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
<b>A. Kajian Teori.....</b>	<b>15</b>
1. Label Halal .....	15
2. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.....	17
3. Digital Marketing .....	22
4. Media Sosial .....	23
5. Pengertian Penjualan .....	25
6. Pengertian Pemasaran .....	27
7. Pengertian Produk .....	29
8. Klasifikasi Produk .....	29
<b>B. Kajian Pustaka.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>40</b>
<b>METEDOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>

A. Jenis Penelitian .....	40
B. Subjek Penelitian .....	40
C. Metode Pengumpulan Data.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Bagaimana Pemasaran Digital Frozen Food Sosis Di Pasarkan Untuk Meningkatkan Penjualan .....	63
C. Bagaimana Dampak Sertifikat Halal Frozen Food Sosis Di Pasarkan Untuk Meningkatkan Penjualan .....	71
<b>BAB V.....</b>	<b>85</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah pelaku umkm di DIY .....	5
Tabel 4. 1 Jumlah pelaku umkm di DIY .....	38
Tabel 4.2 Harga pemabayaran izin P-IRT.....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-Lampiran .....	87
Lampiran 1 Dokumentasi .....	87
Lampiran 2 curriculum vitae .....	93



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan menggunakan metode pemasaran digitalisasi mampu untuk mensejahterakan para pedagang UMKM khususnya makanan frozen food mengingat bahwa saat ini sudah masuk teknologi 5.0, dan tentunya harus memiliki produk yang sudah memiliki label halal maka dari itu peneliti ingin menguji kembali apakah dengan aplikasi online mampu meningkatkan penjualan dan di iringi makanan yang layak konsumsi dengan memiliki label halal. Jenis yang peneliti gunakan ialah metode kualitatif yang di ambil dari data primer, teknik yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya teknologi yang maju mampu memasarkan produk frozen food sosis secara efisien atau tidak di sertai dengan adanya pencantuman label halal.

**Kata kunci: Dampak Sertifikat Halal dan Pemasaran**



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine whether using the digital marketing method is able to improve the welfare of MSME traders, especially frozen food, considering that technology 5.0 has now entered, and of course must have products that already have a halal label, therefore researchers want to review whether online applications can increase sales and accompanied by food that is fit for consumption by having a halal label. The type that researchers use is a qualitative method taken from primary data, the techniques used in this study are observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that with advanced technology, it is possible to market frozen food sausage products efficiently or not accompanied by the inclusion of a halal label.*

***Keywords: Impact of halal certificates and marketing***

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Masyarakat Muslim di seluruh dunia terutama di Negara Republik Indonesia adalah bangsa yang dihuni oleh beragam kelompok etnis, ras, kelas sosial, kebudayaan, dan agama. Peran agama dalam kehidupan masyarakat Indonesia sangat signifikan, sebagaimana tercermin dalam prinsip bahasa Indonesia, khususnya pada sila pertama Pancasila yang menegaskan "Ketuhanan Yang Maha Esa." ( Faridah, 2019).

Indonesia mengutamakan perlindungan hak beragama dan kebebasan beribadah bagi seluruh warga negaranya. Asas tersebut tampak dalam Pasal 29 ayat (2) UUD 1945 yang menjamin bahwa “negara menjamin otonomi setiap masyarakat untuk menganut agamanya dan mengamalkan keyakinan agamanya ( Faridah, 2019).

Indonesia kemudian telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan Syariat. Dalam ajaran Syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut Sebagai seorang muslim tentu saja diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal. Dalam islam, halal dan haram adalah bagian dari hukum *syara'* yang saling berhubungan. (Rasjid, 2013

Halal merujuk kepada hal-hal yang diperbolehkan, sedangkan haram merujuk kepada hal-hal yang dilarang atau tidak dibolehkan. Setiap muslim sangat diharuskan untuk mengkonsumsi makanan maupun minuman yang halal, baik serta menyehatkan bagi tubuh. Seperti yang dijelaskan dalam al-qur'an tentang keharusan seorang muslim untuk mengkonsumsi makanan halal. ( Al Ghazali, 2007)

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al- Baqarah [2] ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahannya :

“Hai Sekalian manusia! Makanlah yang halal baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah [2] : 168 (Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : Sygma Exgrafika, 2009)

Dalam ayat diatas, kata “memakan” tidak hanya bermakna memakan lewat mulut, tetapi makanan tersebut berarti mengkonsumsi dengan artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk makanan yang kita olah setiap harinya. Diharamkan memakan sesuatu yang bukan binatang apabila memberi mudarat pada badan atau akal, seperti racun, arak, batu, kaca dan lain sebagainya. Mengkonsumsi suatu makanan atau minuman harus

sesuatu yang halal, bersih, serta menyehatkan dan bermanfaat bagi tubuh. Dan menjauhkan makanan atau minuman yang haram yang bisa saja menimbulkan hal-hal negatif bagi tubuh. (Rasjid, 2013)

Oleh karena itu, nash Al Qur'an dan Al Hadist yang menjadi panduan utama bagi mereka, dan terdapat permintaan yang besar terhadap produk halal di negara ini. Bagi umat Islam, memilih produk halal menjadi sebuah kewajiban yang bernilai ibadah. Pemerintah bertanggung jawab atas hal ini dengan memberikan perlindungan dan jaminan produk halal bagi masyarakat muslim. Kepastian produk halal dapat menentramkan batin bagi orang yang mengonsumsi atau menggunakannya. (Faridah, 2019).

Meskipun makanan yang diharamkan dalam Islam jumlahnya sangat sedikit, tetapi dengan kemajuan perkembangan ilmu dan teknologi, saat ini telah banyak bermunculan produk-produk olahan makanan dengan penambahan berbagai olahan tambahan makanan yang tidak jelas kehalalannya. Yang biasa disebut dalam islam yaitu syubhat yang artinya tidak jelas kehalalan maupun keharamannya. (Charity, 2017)

Maka dari itu kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Baik itu produk seperti makanan, minuman maupun obat-obatan dan produk konsumen lainnya. Dalam industri pangan saat ini bahan pangan diolah melalui berbagai cara atau teknik pengelolaan dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga menjadi produk yang siap disajikan kepada konsumen. Semua olahan produk makanan yang disajikan dengan menggunakan teknologi maupun ilmu

pengetahuan membantu kita bisa mengolah suatu makanan yang bisa langsung di konsumsi oleh konsumen sehingga tidak ada lagi keraguan didalamnya apabila sudah terdapat logo halal dalam suatu produk makanan. ( Charity, 2017)

Indonesia merupakan negara yang sebagian besar penduduknya beragama Islam. Islam merupakan agama dominan di Indonesia dengan 87,18 persen total penduduk menganutnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai kependudukan. Penduduk beragama Islam di provinsi DI Yogyakarta, data per 31 Desember 2022 tercatat 3,43 juta orang. Jumlah ini naik 17.247 orang dibandingkan tahun sebelumnya yang dilaporkan 3,42 juta orang. Terlebih lagi di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki berbagai macam jenis UMKM, yang Sebagian besarnya adalah kuliner dari berbagai macam khas daerahnya masing-masing pendatang yang sudah menetap maupun warga lokal. (Arsip Badan Pusat Statistik Yogyakarta 2023).

Hal ini berdampak pada produsen yang memasarkan produknya di wilayah Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta harus memperhatikan komposisi produk yang dijualnya, yaitu harus sesuai dengan Syariat Islam. Berdasarkan data tahun 2022 jumlah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dimiliki yaitu sebanyak 342.934.00 unit usaha yang terbagi menjadi 4 kabupaten 1 kota

KODE UMKM TIAP DAERAH	JUMLAH UMKM FROZEEN

		FOOD TIAP KABUPATEN	
004.01	Koperasi dan UKM	Kabupaten Bantul	20 Toko Frozee food
004.02	Koperasi dan UKM	Kabupaten Gunungkidul	18 Toko Frozee Food
004.03	Koperasi dan UKM	Kabupaten Kulon Progo	17 Toko Frozee food
004.04	Koperasi dan UKM	Kabupaten Sleman	25 Toko Frozee Food
004.05	Koperasi dan UKM	Kota Yogyakarta	20 Toko Frozee Food

**Tabel Pencatatan Pelaku UMKM FROZEEN FOOD: 1.1**

Produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya kuliner sangat luar biasa dengan berbagai jenisnya. Pada tahun 2023 tercatat ada 32.917 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, BPJPH Kemenag DI Yogyakarta berjumlah , 1200 pelaku UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta kuliner telah memiliki sertifikat halal jumlah sertifikat halal nasional yang sudah terbit sebanyak 319.524. dan untuk kategori khusus pada frozeen food sosis sendiri

terbagi menjadi 100 pelaku UMKM, yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Arsip Pemprov koperasi DI Yogyakarta 2023).

UKM merupakan singkatan dari Usaha Kecil dan Menengah. UKM adalah ragam usaha yang dilakukan dengan skala kecil sampai dengan menengah. UKM tidak menjadi suatu komponen suatu perusahaan baik cabang ataupun anak perusahaan ataupun usaha dengan skala yang besar. Dijelaskan pada Undang-undang No. 20 Tahun 2008 mengenai usaha kecil, mikro, serta menengah. (Arsip Undang-undang Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2008).

Hal ini berdampak pada produsen yang memasarkan produknya di wilayah Indonesia salah satunya yang ada di Daerah istimewa Yogyakarta harus memperhatikan komposisi produk yang dijualnya, yaitu harus sesuai dengan Syariat Islam. Dari sisi sektor perdagangan akan ada banyak keuntungan bagi pelaku industri, yaitu:

1. Pertama standar jaminan halal merupakan bentuk klaim bahwa barang produknya yang halal yang dapat dikategorikan sebagai produk yang bermutu dan higienis.
2. Memberikan perlindungan untuk pelaku industri lokal dari serangan perdagangan impor barang-barang luar negeri. (Masykoer, 2023).

Dengan Adanya Badan Penyelenggara produk halal (BPJPH) 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 digunakan secara aman oleh konsumen Muslim. Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk digunakan dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk kecantikan untuk memasuki pasar umat Muslim. Konsumen Muslim sendiri juga bukan tanpa kesulitan untuk memilah produk-produk yang mereka gunakan menjadi produk dalam kategori halal dan haram. Tentunya untuk melakukan pemeriksaan sendiri kondisi kehalalan suatu produk menjadi hal yang kurang memungkinkan. Hal ini berkaitan dengan masalah teknis dalam memeriksa kehalalan suatu produk, seperti uji kimia, pengamatan proses serta pemeriksaan kandungan produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit keabsahan halalnya oleh BPJPH sehingga produknya bisa mencantumkan label halal, hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi umat Muslim. Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka gunakan, tentu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Secara teori maka untuk para pemeluk agama Islam yang taat pilihan produk kecantikan yang mereka pilih adalah produk halal yang diwakili dengan label. Seiring dengan pesatnya perkembangan media, informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin

banyak dan turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka. Label halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara *syariah* sehingga produk tersebut boleh digunakan (Konoras, 2017). Juga menganalisis prinsip-prinsip halal dalam manajemen rantai pasok pada produk daging olahan di kalangan rumah makan atau warung di Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pengusaha produk daging olahan dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal. Peneliti melakukan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Data diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap pengusaha, pemilik rumah potong hewan, dan BPJPH dengan aplikasi perangkat lunak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang telah memiliki sertifikasi halal sangat mungkin menerapkan prinsip-prinsip halal dalam lini bisnisnya.. Peneliti juga melakukan Focus Group Discussion (FGD) dengan manajemen LPPOM MUI DIY. Kedua pendekatan tersebut adalah metode triangulasi data. Responden dipilih dengan metode purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan manajemen rantai pasok pada rumah makan atau warung di Yogyakarta yang telah mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain itu, sebagian besar pengusaha yang menjalankan bisnis halal tidak memiliki permasalahan yang berarti dalam menerapkan manajemen rantai pasok halal. (Alianti, *et al* 2022)

Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan *dengan adanya BPJPH* (Badan Penyelenggara produk halal). Untuk diklasifikasikan ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketidakadaan label itu akan membuat konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Peraturan pelabelan yang dikeluarkan Dirjen POM (Direktorat Jendral Pengawasan Obat dan Makanan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih rendahnya kesadaran akan hak dan kewajiban konsumen Muslim di Yogyakarta, yang di dukung dengan peraturan perundang-undangan yang belum tegas mengatur tentang sertifikasi halal MUI (Majelis Ulama Indonesia), membuat sistem pengawasan terhadap produk yang tidak bersertifikat halal menjadi lemah. ( Nurudin, 2021).

Tujuan penelitian pengabdian ini untuk menganalisis Pengaruh frozen food terhadap industri makanan di Indonesia membawa trend konsumsi Halal kepada masyarakat Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana memengaruhi tren konsumsi masyarakat Indonesia, terutama dalam hal industri makanan dan minuman. Penelitian ini menunjukkan bahwa makanan Halal, sebagai produk yang mengikuti tren menjadi kontroversial dalam konteks hukum Islam karena maraknya makanan non halal. Penelitian ini membahas bagaimana tentang

makanan korea yang termasuk kategori makanan apabila mengandung hal yang diharamkan apabila mengandung seperti daging babi namun masih perlu dikaji karena ini mengandung unsur yang menjijikan, perbedaan dengan penelitian penulis yaitu membahas dampak sertifikat halal untuk makanan korean food. Dan sama-sama memiliki kesamaan yaitu mengikuti trend yang memang perlu memiliki label halal agar layak dikonsumsi. ( Permata, 2020).

Dengan begitu konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantu mereka untuk menentukan sendiri kehalalan suatu produk. Kondisi masyarakat Muslim yang menjadi konsumen dari produk-produk kecantikan yang beredar dipasar, namun mereka tidak mengetahui apa yang sebenarnya terkandung di dalam produk yang mereka gunakan selama ini. Sebagai orang Islam yang memiliki aturan yang sangat jelas tentang halal dan haram, seharusnya konsumen Muslim terlindungi dari produk-produk yang tidak halal atau tidak jelas kehalalannya (*syubhat*) ( konoras, 2017).

Penelitian di atas menjadi salah satu bukti konkret bahwa kehadiran BPJPH (Badan jaminan produk halal) dapat membantu untuk menambah sebuah perubahan tatanan ekonomi yang baik di dalam mewujudkan berbagai target yang sudah disepakati bersama. Penelitian selanjutnya bertujuan untuk menggali potensi ekonomi produk yang sudah memiliki sertifikat halal namun masih kurang dikarenakan kurangnya pemahaman media digitalisasi yang masif sehingga model pemberdayaan tersebut dapat memberikan kontribusi efektif dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi suatu kelompok secara keseluruhan, melalui pendidikan, pelatihan keterampilan pembangunan usaha,

dan pembangunan lingkungan. Dari latar belakang di atas dan penelitian sebelumnya, maka penelitian ini akan mengeksplorasi lebih dalam tentang model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis digital dalam pemasaran frozen food yang sudah memiliki sertifikat halal sehingga model pemberdayaan UMKM ini akan menjadi contoh bagi daerah lain dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih rendahnya kesadaran akan hak dan kewajiban konsumen Muslim di Yogyakarta, yang di dukung dengan peraturan perundang-undangan yang belum tegas mengatur tentang sertifikasi halal MUI membuat sistem pengawasan terhadap produk yang tidak bersertifikat halal menjadi lemah. ( Nurudin, 2021).

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh labelisasi halal, *word of mouth* dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa muslim Yogyakarta dengan memberikan akan tentang kesadaran halal adalah penentu paling signifikan dari keputusan pembelian produk farmasi halal, industri farmasi perlu menyoroti aspek kehalalan produk mereka melalui branding dan promosi/kampanye iklan yang tepat. (Indarningsih, *et. al.*, 2023)

Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji kembali apakah sertifikat halal memiliki dampak untuk memasarkan produk frozen Food Sosis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pemasaran digital frozen food Sosis di pasarkan untuk meningkatkan penjualan?
2. Bagaimana dampak sertifikat halal frozen food Sosis di pasarkan untuk meningkatkan penjualan?

## **C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

1. Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut:
  - a. Untuk mengetahui apakah dengan memiliki sertifikat halal dapat meningkatkan frozen food sosis di pasarkan dalam meningkatkan penjualan.
  - b. Untuk menambah pengetahuan apakah dengan pengaruh digitalisasi memiliki dampak untuk memasarkan frozen food sosis dalam meningkatkan penjualan.
2. Manfaat penelitian ini meliputi dua aspek berikut:
  - a. Manfaat teoritis memberikan khazanah dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya pelaku usaha terkait dengan sertifikat halal *self declare*.
  - b. Manfaat praktis, adapuan manfaat praktis penelitian ini adalah :

1) Bagi pelaku usaha.

Meningkatkan pemahaman pelaku usaha untuk memahami manfaat sertifikasi halal untuk peningkatan penjualan produk

2) Bagi pemerintah.

Menjadi bahan informasi serta evaluasi bagi pemerintah tentang kekurangan atau kelemahan prosedur halal *self declare* untuk perbaikan regulasi dan implementasi kebijakan sertifikat halal kedepannya.

3) Bagi dunia usaha.

Memberi informasi yang penting mengenai manfaat sertifikat halal bagi pengembangan usaha.

4) Bagi peneliti lain.

Memberi informasi empiris mengenai analisis sertifikat halal *self declare* terhadap peningkatan produk sehingga dapat dijadikan referensi dengan tema penelitian yang sama.

#### **D. Desain penulisan**

Terdapat lima bagian utama yang membentuk kerangka tulisan dalam penelitian ini, diantaranya: pendahuluan, kajian pustaka, desain penelitian, temuan penelitian dan pembahasan, serta diakhiri dengan penutup. Bagian pertama, pendahuluan berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan ruang lingkup penelitian, serta desain penulisan. Selanjutnya, bagian kajian pustaka mencakup landasan teori, kerangka teoritis dan hasil wawancara yang ada di lapangan. Selanjutnya adalah bagian desain penelitian, yang memuat metode pengumpulan data serta teknik analisis data. Kemudian, bagian temuan dan

pembahasan penelitian memuat tentang deskripsi penyajian hasil wawancara yang telah dilakukan serta interpretasi pada masing-masing temuan penelitian. Bagian yang terakhir adalah penutup, yang memuat kesimpulan penelitian, rekomendasi-rekomendasi, dan pengungkapan keterbatasan hasil penelitian.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Sesuai rumusan masalah serta analisis data, penelitian dapat menarik sebuah kesimpulan, yaitu:

Baik semua makanan yang sudah masuk toko ataupun retail-retail ternama sudah harus melalui proses yang panjang selain dari bahan bahan yang di gunakan ataupun proses pembuatan setiap makanan maka yang di butuhkan juga yaitu izin usaha, izin usaha ini bisa membutuhkan waktu yang memang tidak sebentar akan tetapi pemakaiannya jangka panjang selain itu juga pengaruhnya cukup besar dampaknya, salah satunya produk yang akan di salurkan memiliki legalitas dan memang harus resmi terdata dengan proses awal memiliki Nomor Induk Berusaha lalu di ikuti P-IRT dan langkah lainnya sehingga sudah masuk kriteria layak sebagai pabarik atau produsen, lalu distributor membeli produk yang telah jadi dari produsen dan kemudian menyalurkannya ke pengecer atau konsumen akhir. Dan dari yang penulis lihat di lapangan saat melakukan penelitian baik dari pemilik ataupun masyarakat berpandangan bahwa dengan memiliki label halal di atas kemasan makanan yang dijual memang sangat berpengaruh apalagi disaat ini banyak makanan hanya asal mengambil label halal di internet, tapi untuk kasus penjual frozen food sendiri tidak berani menjual barangnya diluar pabrik yang memang sudah dijamin kelayakan dalam penjualan maupun legalitas karena akan memepengaruh penjualan mereka, oleh karena itu mereka sangat berhati-hati saat menjual frozen food yang sangat rentan

sewaktu-waktu berubah baik dari bahan baku di jual oleh produsen mengandung bahan yang haram mungkin tidak tercatat di kemasan akan tetapi saat proses pembuatan bisa saja di taruhkan sesuatu yang memang tidak layak untuk di konsumsi manusia.

## **B. Saran**

Banyak hal yang masih perlu diperbaiki dalam penelitian ini. Seperti lebih mengkaji lebih dalam dalam mendapatkan izin di kreasikan mungkin masih ada pelaku UMKM yang belum resmi menjual barang sesuai prosedur lalu di imbangi atau di perdalam dengan teori diatas sehingga mendapatkan informasi yang lebih . Dengan demikian, penelitian ini akan menghasilkan temuan baru dan memberikan bidang ilmu ekonomi yang luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Alfira Yuningsih. M, Implikasi Sertifikasi Halal terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia, Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2023, Vol. 8, No. 2, Hal. 159 – 175
- Ayu Anggraini, Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja UMKM Frozen Food, JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA, Volume 2, No. 5, Tahun 2024.
- Abdullah, Tamrin & Francis Tantri, 2016, Manajemen Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Afiq Dwi Cahyono, Afiq, 2016, Urgensi Penerapan Sertifikat Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terhadap Produk UMKM (Studi di Kota Mataram), Jurnal Fakultas Hukum, Universitas Mataram.
- Asriani, Ferlinda Wardani, 2019, Analisis Pengaruh Luas Lahan, Modal Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Garam Di Desa Pinggir Papas Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep, Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE), Vol 03, No 02.
- Bank Indonesia, 2020, Ekosistem Industri Halal,
- Djarwanto dan Subagyo. 1998. Statistik Induktif. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Fatmi, F. O., Ahmad, A. N., & Kartika, B. (2020). Determinants affecting purchase intention of halal products: an article review. *Journal of Halal Product and Research*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.3-issue.2.63-79> Hair, J. F. , J., Black, W. C., Babib, B. J., & Anderson, R. E. (2014).

Kotler, Philip.1996. *Marketing*. Edisi Tujuh. Alih Bahasa : Herujati Purwanto. Erlangga. Jakarta.Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). (2012). <http://www.halaljakim.gov> Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 519 tahun 2001 pasal 1 menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga. Lada, S., Tanakinjal, G.H., dan Amin, H. (2009) Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.[www.emeraldinsight.com/1753-8394.htm](http://www.emeraldinsight.com/1753-8394.htm) Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, (2008) .

Panduan umum Sistem Jaminan Halal LP POM MUI,LPPOM MUI. (2012). Tentang Pengkajian LPPOM MUI. Retrieved December 2016, from Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika

Putri Fauziah Sri Indrapura & Uus Mohammad Darul Fadli. (2023) . ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA. JURNAL ECONOMINA . Hal 3.

[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/2/31/page/](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/2/31/page/)

Ma'rifat, Tian Nur,. Nur Kholis, Muhammad dan Purwanto, Slamet. (2016 Analisis persepsiKonsumen dan Produsen Sebagai Upaya Penerapan Sistem Jaminan Halal Pada Industri Personal Societal Perception Toward Purchase Intention : A Study of Instant Noodle Consupcion of College Student in Bandung. Vol 6. Number1.2017Parakkasi,

Muhammad Khairul Amal, OPTIMALISASI SERTIFIKASI HALAL UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN, Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.7, No.3, Desember 2024, Hal 831 – 838

Muh. Arif & Andi Sismar. (2024). PERAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO SINAR ANEKA SORONG PAPUA BARAT DAYA, Jurnal bisnis & Kewirausahaan, Hal 48.

Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56.

Hanafiah, M. H., & Hamdan, N. A. A. (2020). Determinants Of Muslim Travellers Halal Food Consumption Attitude And Behavioural Intentions. *Journal Of*

*Islamic Marketing*, 12(6), 1197–1218. <https://doi.org/10.1108/Jima-09-2019-0195>

Harahap, D., Sugianto, M. A., & Yusrizal, S. E. (2022). *Integrasi Perencanaan Keuangan Religiusitas Profesional Muslim Melalui Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.

Hayana. (2023). *Opini: 3 Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia*. <https://www.iainpare.ac.id/en/blog/opinion-5/opini-3-strategi-pengembangan-industri-halal-di-indonesia-2427>

Hidayat, T., Juwaini, A., & Rahwidhiyasa, P. (2023). Pentingnya Literasi Halal Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia. *Kneks, Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4.

Hikmatul Nur Fadillah, Ahmad Ajib Ridlwan, Sri Abidah Suryaningsih, & Rachma Indrarini. (2023). Muslim Millennial's Buying Behavior Of Halal Food & Beverage In Indonesia: The Mediating Effect Of Purchase Intention. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 7(1). <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V7i1.11146>

Hartini, Malahayatie, Implikasi Sertifikat Halal dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan dan Minuman, *Great: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2024 hal 1.

Imamuddin, M. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa Iain Bukittinggi Ta 2016/2017. *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic Studies*, 1(1).

Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.

J., Black, W. C., Babib, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson. Ikhtiyarini, A. T., & Rullyansyah, S. (2020). Hukum Kehalalan Produk Obat dan Kosmetik yang Beredar. *Camellia*, 1. Joesyiana, K. (2018).

Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). 4(1). Kasri, R. A., Ahsan, A., Widiatmoko, D., & Hati, S. R. H. (2021).

Intention to consume halal pharmaceutical products: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192> Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.

Maulina, N., Faza, F., Rahmita, N. A., & Tamara, Y. (2022). Pengaruh Label Halal MUI dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan oleh Masyarakat Muslim di Kota Malang. *J. Islamic Pharm. Online*, 7(1), 46–51. <https://doi.org/10.18860/jip.v7i1.15630> Mutia, J. A., Ali, S., & Harori, M. I. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Imam Arifa'illah Syaiful Huda, Huda, I. A. S., Saadah, M., Sugiarto, A., Bin Ibrahim, M. H., Prasad, R. R., Putra, A. K., & Budianto, A. (2024). Revealing Halal Certification Oversight Gaps for MSEs through ArcGIS Dashboard Integration. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(2), 58–69.

Kalbarini, R. Y. (2022). Label Halal Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery Di Kota Pontianak. *Halal Research Journal*, 2(1), 26–35.  
<https://doi.org/10.12962/J22759970.V2i1.226>

Khan, A., Arafat, M. Y., & Azam, M. K. (2022). Role Of Halal Literacy And Religiosity In Buying Intention Of Halal Branded Food Products In India. *Journal Of Islamic Marketing*, 13(2), 287–308.  
<https://doi.org/10.1108/Jima-08-2019-0175>

Khikmatul, A. (2023). *Pengaruh Literasi Halal, Label Halal, Religious Commitment Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal Lokal Teh Tarik Jelly Tea Asli Purbalingga*. Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kholidah, N. (2018). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Pekalongan). *Majalah Neraca*, 14(1), 1–19.

Kreshastuti, D. K., & Prastiwi, A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Auditor Untuk Melakukan Tindakan Whistleblowing*

(*Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Semarang*). Fakultas  
Ekonomika Dan Bisnis.

Kurniawati, F. A., Salam, I., & Abdi, A. (2023). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi  
Perilaku Konsumen Selada Hidroponik Secara Online Dengan Pendekatan  
Theory Of Planned Behaviour (Tpb). *Innovative: Journal Of Social Science  
Research*, 3(6), 576–587.

Respati, T., Jamilah, L., Alamsyah, I. F., & Abdulhadi, A. (2024). Perception of  
Halal Cosmetics Consumers towards Halal Awareness in Online Social  
Network: Study in Malaysia and Indonesia. *Indonesian Journal of Halal  
Research*, 6(1), 46–57.

Syafina Fauziyah Aini, Assessing the Impact of Marketing Mix and Halal  
Awareness on Consumer Purchase Behavior: A Case in Indonesia, on  
Consumer Purchase Behavior: A Case in Indonesia. *Halal Tourism and  
Pilgrimage 2024*, hal 1

Sugioyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sugioyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia

Tim Penyusun, 2011. *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*,  
Jakarta; Erlangga.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Produk Halal  
Undang-Undang. No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1

Undang-Undang. No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2

Undang-Undang. No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3

Undang-Undang. No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal

6 Undang-Undang. No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal

7

Winata, Tiench Tirta. 2006. *Makan Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Ilmu Gizi*. Jakarta: Balai Penerbit FKUI.

Yuniastuti, V., & Pratama, A. A. (2023). Portraits and Challenges of Indonesia's Modest Fashion Industry on the Halal Industry Competition in the World. *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(1), 21–29

Zuhri, S., Ilyas, Erwan, F., Syahputra, R. A., & Noprita, Z. (2023). Muslim's Behavior Analysis of Purchasing Halal-Certified Products using Structural Equation Modeling (SEM). *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(1), 12–20

Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zubair, Muhammad Kamal, dkk. *Pedoman Karya Ilmiah IAIN Parepare 2020*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press. 2020.

Zulham, 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana

## LAMPIRAN

### C. Lokasi Penelitian

- a. . Daerah kabupaten kulon progo yang dimana tempat penulis melakukan penelitian, yang salah satunya toko frozen food yang berlokasi di tengah kota wates dalam pasar yang beralamatkan Jl. Brigjen Katamso No.1, Wates, Kec. Wates, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 55651, toko atau outlet RISS frozen food ini sudah berdiri sejak tahun 2020 yang di dirikan oleh bapak Didi dan menjual berbagai macam olahan frozen food baik dari kulit lumpia, kulit kebab, bakso ayam dan sosis sapi. Jenis lainnya yang di jual ada per saos sambal, tusuk sate, dan minuman dingin
- b. Daerah Kabupaten Gunung Kidul yang dimana tempat penulis juga melakukan penelitian salah satunya di toko SHD frozen food yang di dirikan tahun 2023 oleh ibuk Siti Nurhayati yang lokasinya tidak jauh dari pusat pemerintahan kabupaten kota wonosari yang beralamatkan Jl. Jogja - Wonosari No.km 3.5, Siyono Tengah, Logandeng, Kec. Playen, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55861, toko ini juga menjual berbagai macam frozen food, semua jenis nugget, sosis, lumpia basah, dan kebab,ada juga daging ayam ataupun sapi slice ada juga menjual minuman dingin
- c. Daerah Kabupaten Bantul yang dimana juga tempat penulis melakukan penelitian, salah satunya toko Joss yang berdiri sejak tahun 2022 oleh mbak Devi yang beralamatkan Jl. Sorowajan No.199, Modalan, Banguntapan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa

Yogyakarta 55198, toko ini menjual banyak frozen food, baik dari sosis maupun daging ayam dan sapi dan juga menyiapkan makanan lainnya seperti snack dan bumbu balado untuk qitela ataupun bumbu kentang.

d. Kabupaten Sleman, yang dimana tempat penulis melakukan penelitian disalah satu toko Naro frozeen food toko ini di dirikan oleh mbak Risa pada tahun 2019 yang beralamatkan Gg. Sengon No.4, Jaranan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, sama seperti frozen food lainnya tempat ini cukup lengkap dan menyediakan berbagai macam frozen food seperti nugget, sosis, daging ayam dan sapi mentah selain itu juga menjual berbagai macam persaosan dan kulit kebab.

e. Kota Yogyakarta, yang dimana penulis melakukan penelitian terkahir salah satu toko frozen food namun lebih dominan ke toko sayur yang lengkap yaitu Sesay24 yang beralamatkan Jl. Timoho No.121, Demangan, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55221, sayur sesai ini di diriikan pada tahun 2021 oleh mba Indri, toko ini menjual lebih lengkap dari frozen food lainnya, dikarenakan menyediakan berbagai macam makanan seperti indomie, cabai, bawang, tempe, tahu, dan sayur lainnya sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk memilih berbagai macam makana yang dicari salah satunya frozen food dari sosis ayam, bakso sapi, ikan bandeng, bahkan menjual daging kiloan.

#### D. TABEL WAWANCARA

PERTANYAAN	
1.	Siapakah nama pemilik toko?
2.	Tahun berapakah mulai berjualan?
3	Produk apa saja yang di jual?
4	Produk yang di jual apakah memiliki legalitas seperti label halal?
5	Media Apa saja yang digunakan untuk memasarkan promosi produk penjualan untuk meningkatkan pendapatan?
6	Dampak omset dari media sosial
7	Apa saja tahap-tahap agar toko di ketahui oleh banyak konsumen?
8	Kenapa memilih toko tersebut untuk berbelanja? Alasan

## E. Dokumentasi

### JENIS PRODUK YANG SUDAH BERSERTIFIKAT HALAL

#### 1. RISS FROZEEN FOOD KULON PROGO

The screenshot shows the BPJPH Halal website interface. The header includes navigation links: Profil, Layanan, Informasi Publik, Pengumuman, and Regulasi. Below the header, there are search filters for 'nugget' and 'Pangan Berkah Sentosa'. A table displays the following data:

NAMA PRODUK	PRODUSEN	NOMOR SERTIFIKAT	TANGGAL TERBIT
MASLAHAT Nugget Ayam Bentuk Stik (Chicken Stikie Nugget)	CV. Pangan Berkah Sentosa	ID35210000264900222	2022-07-14T00:00:00Z
ZAITUN Crispy Chicken Nugget (Naget Ayam)	CV. Pangan Berkah Sentosa	ID35210000264900222	2022-07-14T00:00:00Z

Below the table, contact information for HALAL INDONESIA is provided, including a phone number, WhatsApp, email, and social media links. The footer mentions the copyright year 2022 for Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.

The screenshot shows the GoFood app interface. The header includes navigation links: Beranda, GoFood HEMAT, and Rekomendasi. Below the header, there is a search bar and a location filter set to Jakarta. The main content area displays the 'Riss Frozen Food' restaurant profile, including a star rating, distance (30.45 km), and a 'Masuk' button. Below the profile, there is a section titled 'Resto's top picks' featuring four product recommendations: 'Frozenland Kentang Shoestrina 500gr', 'Champ Nugget Ayam 500gr', 'Fiesta Nugget Ayam 500gr', and 'Akuma Nugget Ayam 250gr'. Each product has a corresponding image and a 'Menu' button.



## 2. SHD FROZEEN FOOD GUNUNG KIDUL

bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama\_produk=NUGGET&nama\_pelaku\_usaha=BELFOODS&page=1

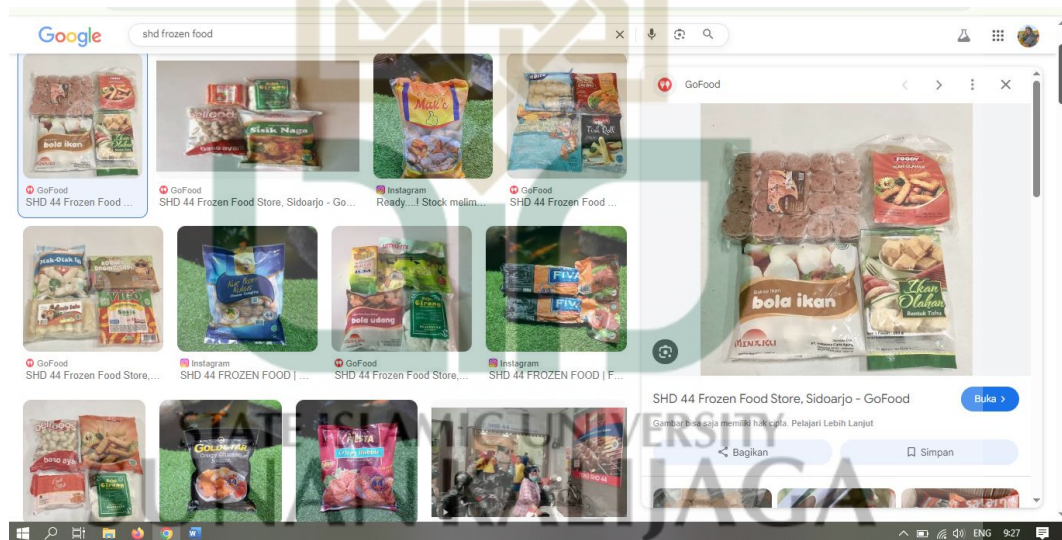
**BIDAN PEMERIKSAAN JAMINAN PRODUK HALAL**

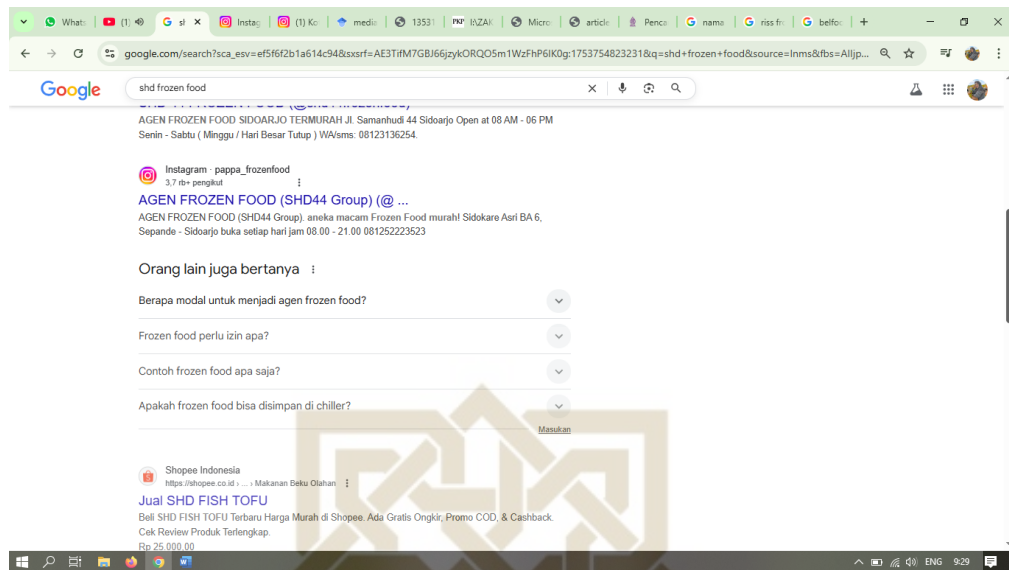
Profil Layanan Informasi Publik Pengumuman Regulasi IDN

**Cek Produk Halal** Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri

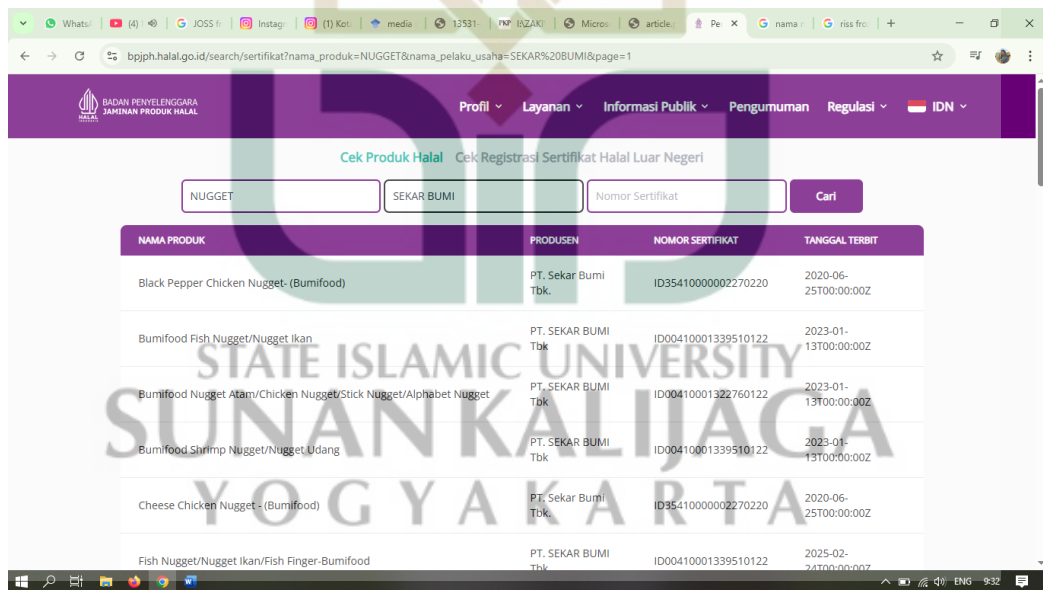
NUGGET BELFOODS Nomor Sertifikat **Cari**

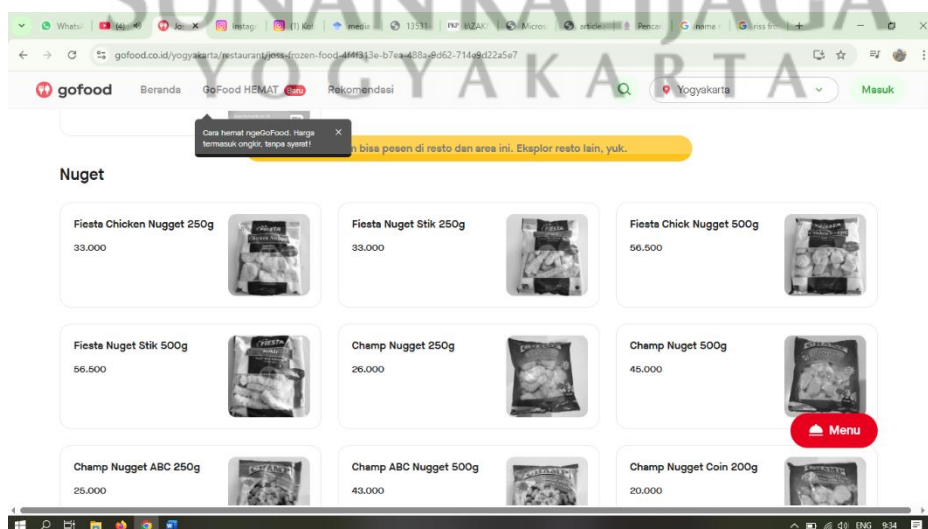
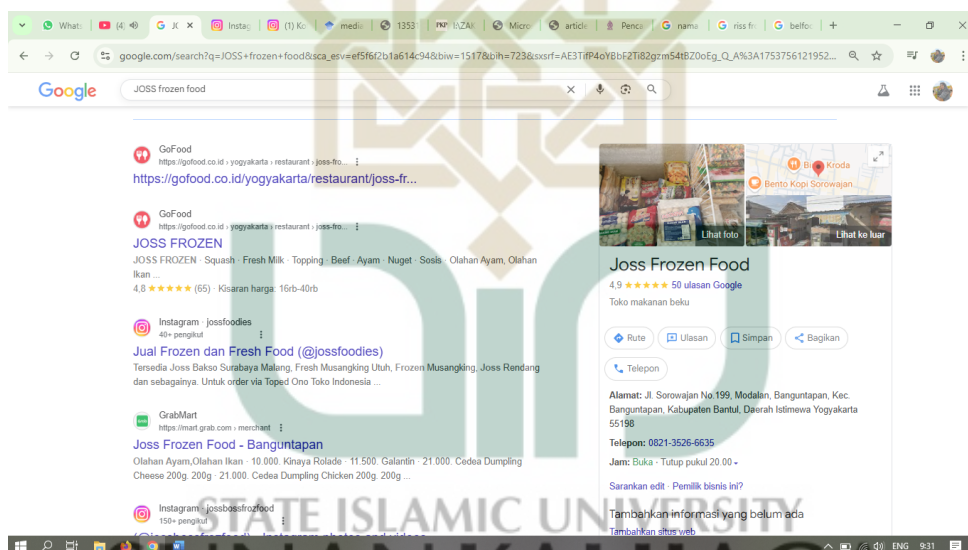
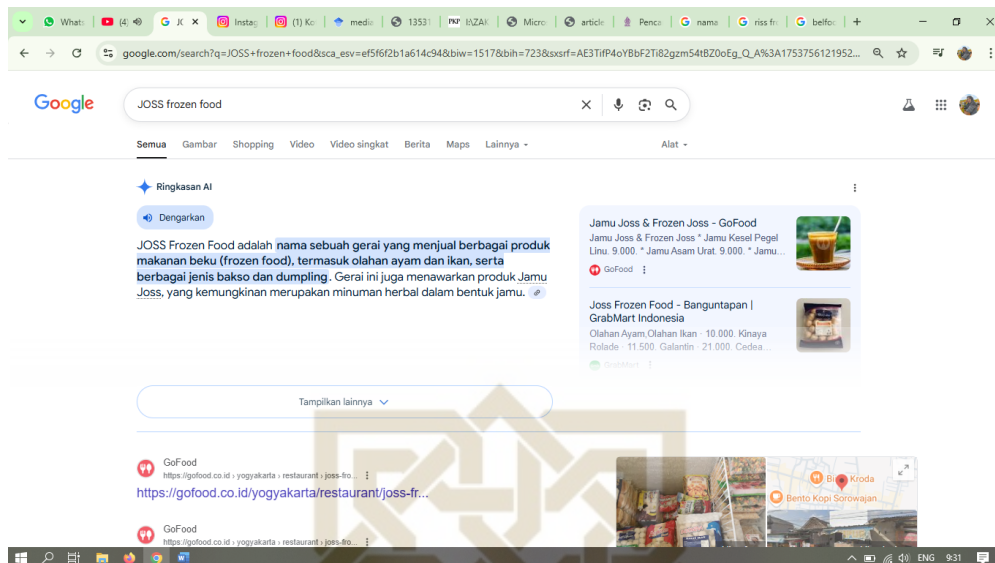
NAMA PRODUK	PRODUSEN	NOMOR SERTIFIKAT	TANGGAL TERBIT
BBQ Chicken Nugget	PT. Belfoods Indonesia	ID00410000228300122	2024-03-15T00:00:00Z
Belfoods Chicken Nugget	PT. Belfoods Indonesia	ID00410000228300122	2022-04-07T00:00:00Z
Belfoods Chicken Nugget	PT. Belfoods Indonesia	ID00410000228300122	2025-02-03T00:00:00Z
Belfoods Chicken Nugget	PT. Belfoods Indonesia	ID32410000000190120	2020-04-21T00:00:00Z
Belfoods Chicken Nugget Ceria	PT. Belfoods Indonesia	ID32410000000190120	2020-04-21T00:00:00Z
Belfoods Chicken Nugget Ceria	PT. Belfoods Indonesia	ID00410000228300122	2022-04-07T00:00:00Z





### 3. JOSS FROZEEN FOOD BANTUL





#### 4 . NARO FROZEEN SLEMAN

bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama\_produk=sosis&nama\_pelaku\_usaha=Charoen%20Pokphand%20Indonesia&page=1

**BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL**

Profil Layanan Informasi Publik Pengumuman Regulasi IDN

**Cek Produk Halal** Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri

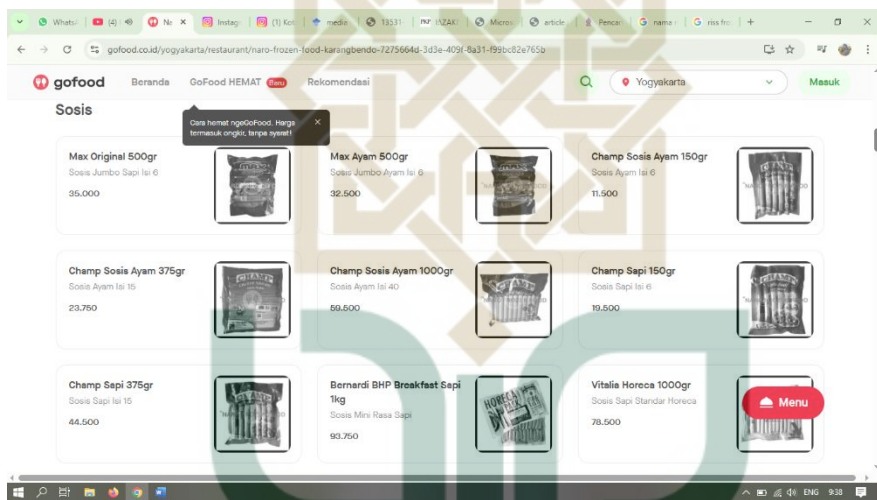
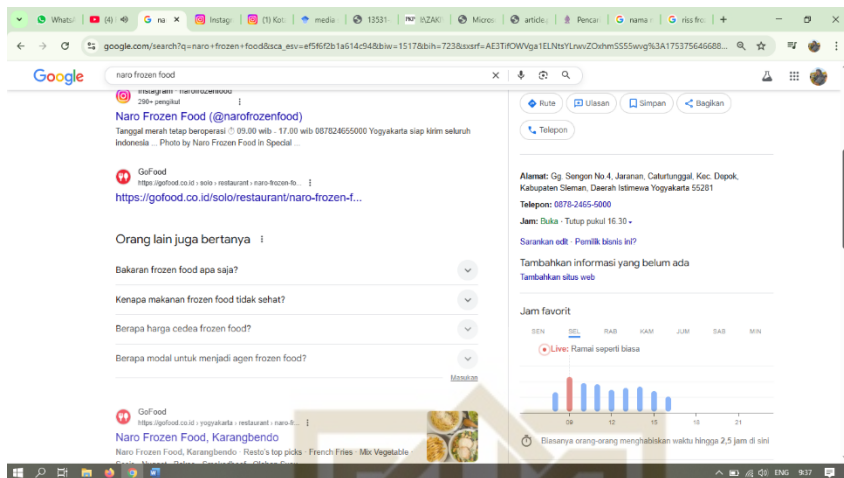
NAMA PRODUK	PRODUSEN	NOMOR SERTIFIKAT	TANGGAL TERBIT
Akumo Sosis Ayam Kombinasi	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2021-09-16T00:00:00Z
Akumo Sosis Ayam Kombinasi	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2021-09-16T00:00:00Z
Akumo Sosis Ayam Kombinasi	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2021-09-16T00:00:00Z
Akumo Sosis Ayam Kombinasi	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2021-09-16T00:00:00Z
Amogi Sosis Ayam Kombinasi (Chicken Sausage)	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2023-03-30T00:00:00Z
Amogi Sosis Ayam Kombinasi (Chicken Sausage)	CHAROEN POKPHAND INDONESIA	ID00410000202830821	2023-03-30T00:00:00Z

google.com/search?q=naro+frozen+food&sa\_evs=ef5f62b1a614c140&biw=1517&bih=723&serf=AE31r0WVga1ELNtsYLwvZ0xhmSS5Swg%3A17537564688...

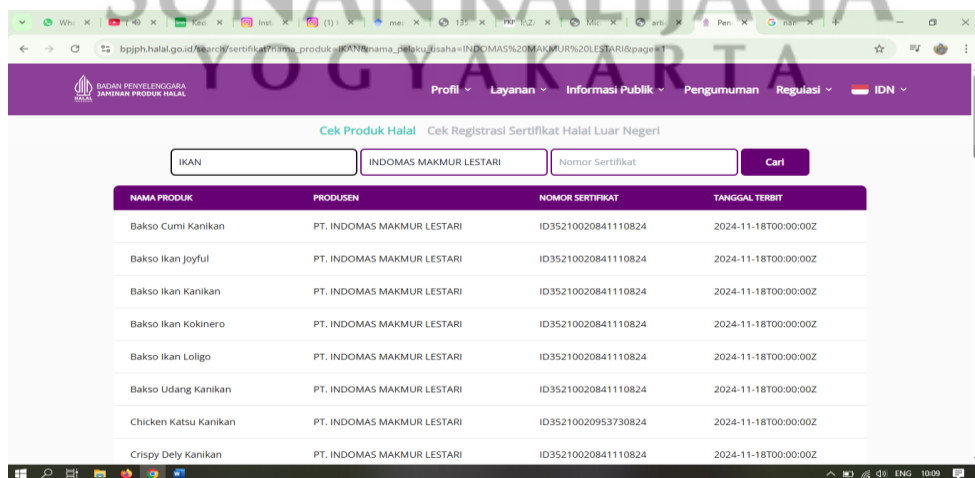
**NAROFROZENFOOD\_**  
4.3 ★★★★★ 90 ulasan Google

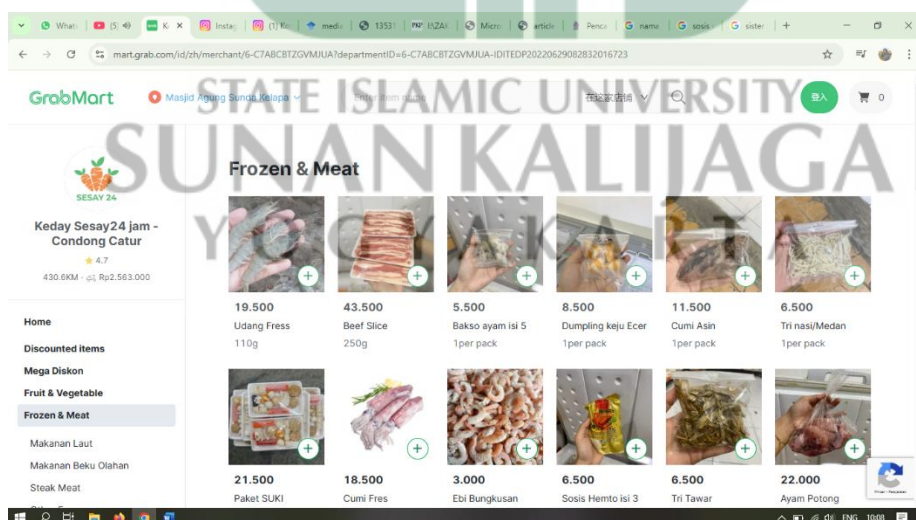
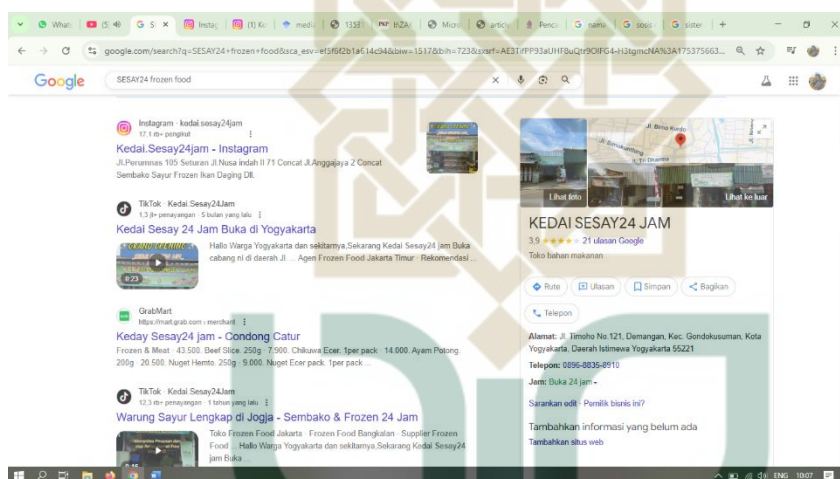
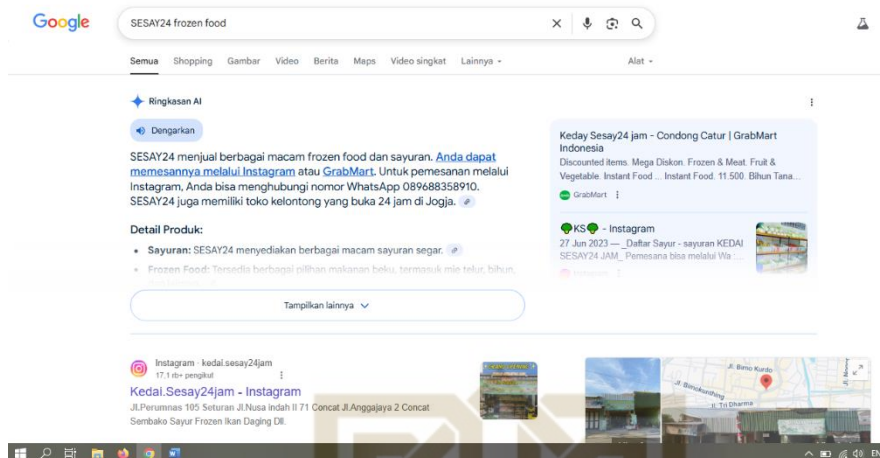
**Naro Frozen Food (@narofrozenfood)**  
Tenggel meriah telap bengpres...  
Indonesia... Photo by Naro Frozen Food in Special

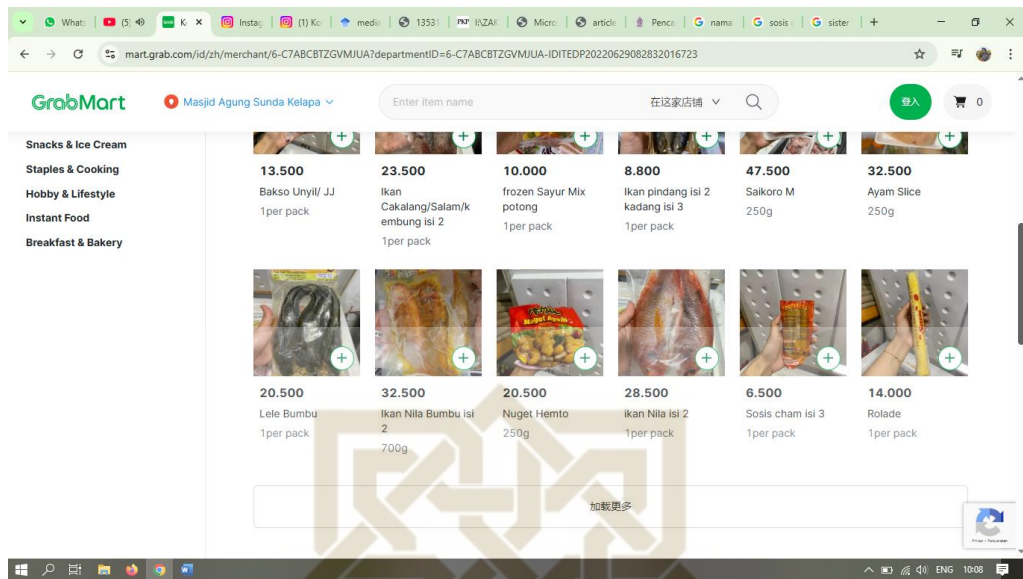
STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUKANKALIJAGA  
YOGYAKARTA




## 5 . SESAY24 FROZEEN FOOD KOTA YOGYAKARTA











AYUK BITTERBALL 8'S	20,000
AYUK BITTERBALL MOZA 8'S	23,000
AYUK CHICKEN POK POK	23,000
AYUK DUMSUM 7'S	20,000
AYUK DUMSUM MIX 7'S	23,000
AYUK KATSU 7'S	25,000
AYUK KULIT GORENG	23,000
CEDEA CHIKUWA 250G	18,000
CEDEA CRAB STICK 250G	17,500
CEDEA DUMPLING CHEESE 200G	16,000
CEDEA DUMPLING CHEESE 500G	31,500
CEDEA DUMPLING CHICKEN 200G	16,000
CEDEA DUMPLING CHICKEN 500G	31,500
CEDEA DUO TWISTER 500G	29,000
CEDEA FISH ROLL 250G	16,000
CEDEA SEAFOOD TOFU 500G	31,500
CEDEA STEAMBOAT 300G	26,000
CEDEA TOMYAM 300G	26,000
FIESTA GIOZA 180G	25,000
GEEZY TEMPURA 200G	7,500
HALTO PANGSIT AYAM 240G	18,500
HALTO SOTAY AYAM 400G	25,000
MINAKU BOLA IKAN 200G	11,000
MINAKU BOLA UDANG 200G	12,000
MINAKU KAKI NAGA 200G	7,500
MINAKU OTAK OTAK 200G	9,500
MINAKU SCALLOP 200G	10,000
NF RISOL MAYO 5'S	17,000
PIPI KAKI NAGA 250G	12,000
RISOL MAYO 5'S	17,000
SHIFUDO BAKSO IKAN 200G	10,000
SHIFUDO BAKSO UDANG 200G	10,000
SUNFISH EKOR UDANG 200G	15,000
SUNFISH UDANG GULUNG 250G	14,000
TL BASO IKAN 200G	9,500
TL BASO IKAN 500G	22,000
TL BASO UDANG 200G	9,500
TL BASO UDANG 500G	22,000



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## CURRICULUM VITAE



### A. IDENTITAS DIRI

Nama : Mulia Anggi Wulandari  
Tempat, Tgl Lahir : Mataram, 30 Desember 1999  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl Meninting XIII No. 20A pesinggahan Mataram  
No HP : 087825709834  
Email : [Muliaanggiwulandaridw@gmail.com](mailto:Muliaanggiwulandaridw@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2012 : SDN 27 Mataram  
2012-2015 : MTs NW Mataram  
2015-2018 : MAN 1 Mataram  
2018-2022 : Universitas Islam Negeri Mataram  
2023-2025 : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta