

TESIS

KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PENYULUH LPH IAIN CURUP DALAM PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU USAHA KABUPATEN REJANG LEBONG



Oleh:

Sasty Deli Putry

NIM: 22202012010

Diajukan Kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2024



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-52/Un.02/DD/PP.00.9/01/2025

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Pembangunan Penyuluh LPH IAIN Curup dalam Pendampingan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Kabupaten Rejang Lebong

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SASTY DELI PUTRY, S.Sos

Nomor Induk Mahasiswa 22202012010

Telah diujikan pada : Selasa, 24 Desember 2024

Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil
SIGNED

Valid ID: 677f990de4afd



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

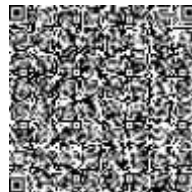
Valid ID: 677f723c12749



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., MA
SIGNED

Valid ID: 67769dd806ff



Yogyakarta, 24 Desember 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah
dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6780c36dbb1do

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sasty Deli Putry
Nim : 22202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku

Yogyakarta, 29 November 2024

Saya yang menyatakan,



Sasty Deli Putry
NIM: 22202012010

STATE ISLAMIC
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sasty Deli Putry
Nim : 22202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 November 2024

Saya yang menyatakan,



Sasty Deli Putry

NIM : 22202012010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Komunikasi Pembangunan Penyuluh Dalam Memiliki Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kabupaten Rejang Lebong

Oleh:

Nama : Sasty Deli Putry
Nim : 22202012010
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

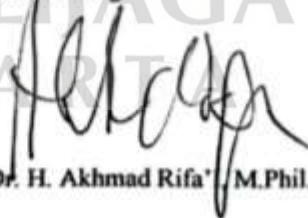
Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial

Wassalamu'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 November 2024

Pembimbing



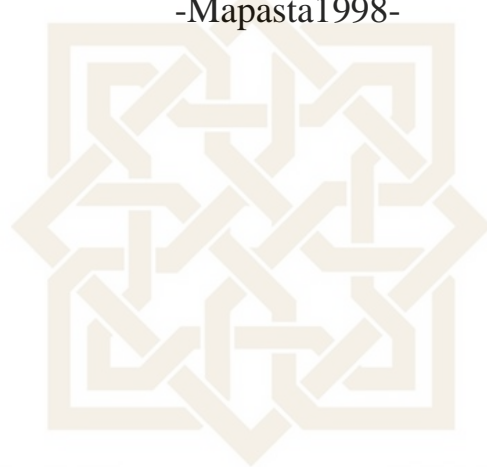
Dr. H. Akhmad Rifa' M.Phil.

**Jika masalah itu tidak membuatmu mati, Maka ia hanya akan
membuatmu jauh, lebih kuat.**

-Sasty Deli Putry-

Yakinkan Hati Wujudkan Impian

-Mapasta1998-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat dan Karunia Allah SWT. Serta shalawat kepada nabi Muhammad SAW, Dengan hati yang penuh rasa syukur dan penghormatan yang mendalam, saya mempersembahkan penelitian ini kepada mereka yang telah menjadi kekuatan utama dalam hidup saya, yang mendampingi perjalanan dan mewarnai setiap langkah yang saya ambil.

Almarhum Ayahanda Jhonheri, sosok yang tak hanya merupakan seorang ayah, tetapi inspirasi bagi penulis untuk terus menggapai pendidikan setinggi mungkin. Keteguhan dan kerja kerasnya dalam menghadapi berbagai tantangan hidup menjadi teladan yang selalu saya ingat. Kehilangan beliau adalah kesedihan yang mendalam, namun semangat dan kasih sayangnya akan selalu hidup dalam setiap lembar penelitian ini. Saya berharap melalui karya ini, saya dapat melanjutkan legasinya dan mengharumkan namanya.

Ibu Yusnaini, yang senantiasa memberikan dukungan tanpa henti, berkorban demi kebahagiaan dan kesuksesan anak-anaknya. Dengan penuh kasih, Ibu telah menuntun saya dalam melewati berbagai fase kehidupan, mengajarkan arti kesabaran dan ketulusan. Ibu juga telah menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai, memberikan motivasi ketika saya menghadapi kesulitan dalam perjalanan akademis ini. Kekuatan dan semangat Ibu menjadi pendorong utama untuk terus maju, dan saya berharap hasil penelitian ini dapat menjadi tanda terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang telah diberikan.

Lelaki baik yang memberikan peran ayah dalam hidupku Bapak Erpani, Beliau telah membuktikan bahwa cinta dan keluarga tidak selalu ditentukan oleh hubungan darah, melainkan oleh ikatan yang dibangun melalui kasih sayang dan pengertian. Oleh karena itu, saya sangat berterima kasih atas peran yang beliau mainkan dalam mendukung perjalanan akademis saya. Ketulusan dan pengorbanan beliau dalam mendidik serta membimbing menunjukkan bahwa satu keluarga bisa saling melengkapi dan saling menguatkan.

Dua malaikat kecil yang mengajarkan aku memberikan kasih sayang sebagai seorang kakak, Aldy Ansyah dan Afika Azkadina, yang merupakan sumber kebahagiaan dan keceriaan dalam hidup saya. Kalian berdua yang selalu memberikan warna dalam setiap hari saya, mengingatkan saya akan pentingnya memiliki cita-cita dan impian. Semangat kalian yang penuh dengan keingintahuan dan optimisme sangat menginspirasi, dan saya berharap dapat memberikan contoh yang baik untuk kalian dalam mengejar cita-cita masing-masing. Karya ini juga saya dedikasikan untuk kalian, sebagai motivasi untuk terus belajar dan berjuang meraih mimpi.

Melalui penelitian ini, saya ingin menunjukkan bahwa setiap langkah yang saya ambil tidak lepas dari dukungan dan kasih sayang yang telah diberikan oleh orang-orang terkasih. Semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi saya, tetapi juga bagi orang lain yang membacanya. Saya berharap dapat meneruskan semangat dan nilai-nilai yang telah diajarkan oleh semua orang yang telah saya sebutkan, sehingga perjalanan akademis ini bukan hanya sekadar pencapaian pribadi,

tetapi juga sebuah penghormatan bagi mereka yang telah menuntun saya pada jalur yang benar. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, saya persembahkan hasil karya ini sebagai ungkapan terima kasih yang mendalam.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kepada Allah Swt, Tuhan semesta alam, atas segala rahmat, ridho, dan kemudahan yang diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis ini berupa tesis. Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah untuk Nabi Muhammad Saw, beserta keluarganya, sahabatnya, dan semua pengikutnya hingga akhir zaman. Amin yaa rabbal'alamin.

Tesis ini berjudul “Komunikasi Pembangunan Penyuluh Dalam Memiliki Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kabupaten Rejang Lebong”. Ini adalah hasil penelitian yang dilakukan secara mandiri oleh peneliti. Dalam perspektif teori, diharapkan tesis ini dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sesuai dengan prosedur lembaga, tesis ini diajukan sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos.) di program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.

2. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.Si.
3. Ketua Prodi Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Abdur Rozak.
4. Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum dan sebagai Dosen Pembimbing Akademik, yang
telah memberikan masukan dan arahan selama menjalani kegiatan perkuliahan.
5. Dr. H. Akhmad Rifa'I, M. Phil sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang dengan
sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik
dalam proses penulisan Tesis ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Magister Komunikasi dan
Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang
telah memberikan semangat kepada penulis dalam berproses menimba ilmu.
7. Keluarga besar peneliti, yaitu Almarhum Bapak Jhonheri, Ibu Yusnaini, Aldy
Ansyah dan Afika Azkadina, dan Bapak Erpani.
8. Untuk seorang dengan NIM 24/540789/PSA/20727 yang telah kebersamai
penulis dalam penyusunan penelitian ini.
9. Terimakasih kepada Kakanda Ruly Sumanda yang telah membantu penulis
memberikan arahan dan memperoleh data selama penyusunan tesis ini.
10. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran
Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang

menjadi teman berproses selama menempuh pendidikan disini khususnya teman – teman @sans.communication.

11. Seluruh pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi suksesnya tesis ini, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Teriring doa semoga Allah swt senantiasa membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Peneliti menyadari bahwa tiada yang sempurna di dunia ini, kecuali Sang Pencipta. Begitu pula dalam penelitian ini yang tentu masih banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran para pembaca sekalian agar dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan karyakarya selanjutnya. Semoga karya sederhana ini dapat dibaca dan mampu memberikan manfaat kepada siapapun.

Wassalamu"alaikum Wr Wb

Yogyakarta, 18 Desember 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sasty Deli Putry
NIM: 22202012010

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji kompleksitas sertifikasi halal di Kabupaten Rejang Lebong, wilayah dengan mayoritas penduduk muslim yang memiliki potensi signifikan dalam pengembangan industri halal pada sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Meskipun memiliki keunggulan demografis, wilayah ini menghadapi tantangan substantif dalam pemahaman dan implementasi sertifikasi halal, dicirikan oleh minimnya informasi, terbatasnya akses edukasi, dan rendahnya kesadaran pelaku usaha. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan mengintegrasikan strategi komunikasi pembangunan model Hedebro dan metode dakwah Maudzahtil Hasanah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode, mencakup observasi lapangan, wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan, dan studi dokumentasi komprehensif.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa keberhasilan sertifikasi halal sangat bergantung pada pendekatan komunikasi yang persuasif, holistik, dan berkelanjutan. Strategi komunikasi yang bersifat sederhana, lembut, dan konstruktif terbukti efektif mentransformasi pemahaman dan sikap pelaku usaha. Penelitian berhasil mengidentifikasi empat faktor kritis keberhasilan: (1) keterlibatan aktif multipihak, (2) optimalisasi media komunikasi, (3) pendekatan kultural yang sensitif, dan (4) pemberian edukasi berkelanjutan. Kontribusi utama penelitian adalah menghasilkan model komunikasi integratif yang mensinergikan prinsip dakwah dan komunikasi pembangunan dalam konteks sertifikasi halal. Model ini tidak sekadar menawarkan solusi praktis peningkatan sertifikasi halal di Rejang Lebong, melainkan juga memberikan landasan teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi dan dakwah pada ranah pemberdayaan usaha kecil. Implikasi penelitian mencakup rekomendasi strategis pengembangan kapasitas komunikasi, penguatan kelembagaan penyuluh, dan optimalisasi kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha dalam mengakselerasi implementasi sertifikasi halal secara komprehensif.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Komunikasi Pembangunan, Dakwah, UMKM, Rejang Lebong

ABSTRACT

This study examines the complexities of halal certification in Rejang Lebong Regency, a Muslim-majority region that has significant potential in the development of the halal industry in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector. Despite its demographic advantages, the region faces substantive challenges in understanding and implementing halal certification, characterized by a lack of information, limited access to education, and low awareness of business actors. The research uses a qualitative method by integrating the development communication strategy of the Hedebro model and the Maudzahtil Hasanah da'wah method. Data collection techniques were carried out through triangulation of methods, including field observations, in-depth interviews with stakeholders, and comprehensive documentation studies.

The research findings reveal that the success of halal certification is highly dependent on a persuasive, holistic and sustainable communication approach. Communication strategies that are simple, gentle and constructive have proven effective in transforming the understanding and attitudes of business actors. The research identified four critical success factors: (1) active multi-stakeholder involvement, (2) optimization of communication media, (3) culturally sensitive approach, and (4) provision of ongoing education. The main contribution of the research is to produce an integrative communication model that synergizes the principles of da'wah and development communication in the context of halal certification. This model not only offers practical solutions to improve halal certification in Rejang Lebong, but also provides a theoretical basis in the development of communication and da'wah studies in the realm of small business empowerment. The implications of the research include strategic recommendations for developing communication capacity, strengthening extension institutions, and optimizing collaboration between the government, certification bodies, and business actors in accelerating the implementation of halal certification comprehensively.

Keywords: Halal Certification, Development Communication, Da'wah, UMKM, Rejang Lebong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN TIGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	19
A. Latar Belakang.....	19
B. Rumusan Masalah.....	21
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	21
D. Kajian Pustaka	22
E. Kerangka Teori	25
1. Komunikasi Pembangunan.....	25
2. Dakwah Bil Mau'izhah Hasanah.....	31
3. Sertifikasi Halal	33
4. Pelaku Usaha	35
F. Metode Penelitian	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Fokus Penelitian.....	38
3. Sumber Data	38

4. Teknik Pengumpulan Data	40
5. Analisis Data.....	41
G. Sistematika Pembahasan	42
BAB II LEMBAGA PENYULUHAN DAN KONDISI UMKM.....	44
1. Lembaga Proses Produk Halal (LPH) IAIN Curup	44
a. Struktur Organisasi Lembaga Pemeriksa Halal IAIN Curup.....	44
b. Dasar Hukum	46
c. Jumlah Penyuluh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH IAIN Curup)	51
d. Tahapan Rekrutmen Penyuluh PPH.....	52
e. Kode Etik Penyuluh PPH.....	53
f. Komunikasi Penyuluh PPH.....	54
g. Wilayah Kerja PPH.....	55
h. Sosialisasi.....	56
2. Profil Penyuluh Produk Halal (PPH) Rejang Lebong.....	63
3. Kondisi UMKM Kabupaten Rejang Lebong Sebelum wajib halal.....	74
4. Sertifikasi Halal Rejang Lebong Tahun 2024.....	77
BAB III KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DAN DAKWAH SERTIFIKASI	
HALAL	86
A. Pendekatan Komunikasi Pembangunan	86
1. Pendekatan Pertama : Pembangunan Suatu Bangsa	87
2. Pendekatan Kedua : Peranan Media Massa dalam Pembangunan Nasional	93
3. Pendekatan Ketiga : Perubahan pada Komunitas Lokal.....	104
4. Evaluasi Pendekatan Komunikasi Pembangunan oleh Penyuluh Sertifikasi Halal.....	110
a. Stregth (Kekuatan)	112
b. Weaknesses (Kelemahan)	113
c. Opportunities (Peluang)	114
d. Threats (Ancaman).....	116

5. Tindak Lanjut Hasil Evaluasi	118
a. Strategi Streght-Opportunities	118
b. Strategi Weaknesses-Opportunities	123
c. Strategi Strengths–Threat.....	127
d. Strategi Weaknesses-Threats	130
B. Integrasi Metode Dakwah sebagai Strategi Komunikasi Pembangunan dalam program Sertifikasi Halal	132
1. Pendekatan dakwah Bil Mauizah Hasanah.....	133
2. Integrasi Dakwah Bil Mauizah Hasanah sebagai Strategi Komunikasi Pembangunan.....	138
3. Evaluasi Integrasi Dakwah sebagai Strategi Komunikasi Pembangunan dalam program Sertifikasi Halal.....	148
a. Strengths (Kekuatan)	149
b. Weaknesses (Kelemahan)	150
c. Opportunities (Peluang).....	151
d. Threats (Ancaman).....	152
4. Tindak Lanjut Hasil Evaluasi	152
a. Strategi Streght-Opportunities	153
b. Strategi Weaknesses-Opportunities	155
c. Strategi Strengths–Threat.....	158
d. Strategi Weaknesses-Threats	161
BAB IV	165
PENUTUP.....	165
A. KESIMPULAN.....	165
B. SARAN	167
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN.....	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Distribusi Penyuluh Per Wilayah	51
Gambar 2. Sosialisasi Sertifikasi Halal kepada UMKM Selupu Rejang	91
Gambar 3. Sosialisasi Sertifikasi Halal di Kantin SMAN 1 Rejang Lebong.....	91
Gambar 4. Pengumuman Wajib Halal	94
Gambar 5. Alur Sertifikasi Halal Self Declare.....	96
Gambar 6. Berita Kemenag Penyuluhan Sertifikasi Halal.....	99
Gambar 7. Berita Pembeneritahuan Program Sehati	100
Gambar 8. Website BPJPH Indonesia.....	102
Gambar 9. Workshop Penguatan Pendamping	124



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sertifikasi halal menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha terutama di daerah dengan populasi mayoritas Muslim seperti Kabupaten Rejang Lebong. Sertifikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai jaminan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi kaidah syariah, tetapi juga berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing produk di pasar. Menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), jumlah pelaku usaha yang mengajukan sertifikasi halal di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2022, terdapat peningkatan permohonan sertifikasi halal sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya.¹

Di Kabupaten Rejang Lebong, potensi ekonomi berbasis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat besar. Namun, banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi dan pemahaman mengenai sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha. Metode dakwah dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai sertifikasi halal kepada pelaku usaha. Dakwah, yang secara harfiah berarti mengajak atau menyeru, dapat digunakan untuk menyampaikan

¹ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, *Laporan Evaluasi Program Dan Anggaran*, 2024.

pesan-pesan penting tentang halal dan haram dalam konteks bisnis. Dengan pendekatan ini, penyuluh dapat menjelaskan tidak hanya aspek teknis dari sertifikasi halal, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai agama yang mendasari pentingnya produk halal. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Iqbal Muhammad ditemukan bahwa pendekatan dakwah yang melibatkan tokoh agama lokal mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi halal². Oleh karena itu, diperlukan upaya komunikasi yang efektif dalam pembangunan penyuluhan mengenai sertifikasi halal.³

Komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh harus melibatkan berbagai metode, seperti pelatihan, seminar, dan diskusi kelompok. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh pelaku usaha. Penelitian yang ditulis oleh Junaidi dkk menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mengikuti pelatihan tentang sertifikasi halal memiliki tingkat pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang tidak mengikuti pelatihan⁴. Penting bagi penyuluh untuk merancang program-program yang menarik dan mudah diakses oleh pelaku usaha di Kabupaten Rejang Lebong. Penyuluh yang berkompeten dan terlatih memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi,

² Mohammad Iqbal, Tantan Hermansyah, and A Fahmi Zakariya, *Analisis Kampanye Halal Food Industry Perspektif Dakwah Dan Komunikasi Dalam Modernisasi Dan Globalisasi*, ASWALALITA (Journal Of Dakwah Manajemant) 3, no. 1 (2024): 43–56.

³ Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi, *Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu*, (Jurnal Ilmiah : Universitas Batanghari Jambi, 2022), 1376.

⁴ Junaidi, Jhon Afrizal, and Nadia Deby Sukanti, *Pemahaman Pelaku Usaha Dalam Mengurus Sertifikasi Halal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, *Al-Muqayyad* (2023): 106–115.

memberikan edukasi, dan membimbing pelaku usaha dalam proses pengajuan sertifikasi halal. Dukungan dari pemerintah daerah juga sangat diperlukan. Pemerintah harus berperan aktif dalam memfasilitasi komunikasi antara penyuluh dan pelaku usaha, serta menyediakan sumber daya yang cukup untuk program-program edukasi tentang sertifikasi halal. Dengan adanya kolaborasi yang baik antara pemerintah, penyuluh, dan pelaku usaha, diharapkan kesadaran dan pemahaman mengenai sertifikasi halal dapat meningkat, sehingga produk-produk dari Kabupaten Rejang Lebong dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka judul penelitian ini adalah, **“Komunikasi Pembangunan Penyuluh Lph Iain Curup Dalam Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Kabupaten Rejang Lebong”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang penelitian diatas, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana pendekatan komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh penyuluh PPH agar pelaku usaha memiliki sertifikasi halal?
2. Bagaimana Integrasi Metode Dakwah sebagai Strategi Komunikasi Pembangunan dalam program Sertifikasi Halal?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pendekatan komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh penyuluh PPH agar pelaku usaha memiliki sertifikasi halal.
- b. Untuk mengetahui Integrasi Metode Dakwah sebagai Strategi Komunikasi Pembangunan dalam program Sertifikasi Halal.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendukung penyebaran sertifikasi halal dengan mengkaji komunikasi pembangunan penyuluh produk halal. Melalui analisis metode dakwah, penelitian ini memberikan strategi efektif untuk meyakinkan pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi halal dan mengoptimalkan pendekatan yang sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Hasilnya diharapkan dapat menjadi acuan bagi penyuluh dan pemangku kepentingan dalam merancang program persuasif yang tepat sasaran.

D. Kajian Pustaka

Dalam rangka mempersiapkan penelitian ini, penulis melakukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya, serta untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan memposisikan penelitian ini secara unik dibandingkan dengan penelitian-penelitian serupa yang telah ada. Setelah melakukan penelusuran, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian ini, di antaranya:

Pertama, penelitian yang ditulis Muhammad Reza, Yuhdi Fahrimal dengan judul *Proses Komunikasi Pelaku Usaha Kuliner dalam Memperoleh Sertifikasi Halal di Kota Banda Aceh*, 2021. Penelitian ini menggunakan metode survei dan wawancara mendalam, serta analisis data dengan Partial Least Square (PLS). Sementara itu, penelitian yang diajukan bukan hanya menganalisis proses komunikasi pelaku usaha saja, melainkan juga dari penyuluh proses produk halal juga, pendekatan studi kasus yang lebih mendalam untuk mengeksplorasi fenomena secara komprehensif.⁵

Kedua penelitian oleh Erni Suyani dkk tahun 2020 yang berjudul *Sosialisasi Pada Orang Tua Tentang Pentingnya Produk Halal Melalui Pendekatan Komunikasi Interaktif Di Desa Kolam, Kec.Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang*, Penelitian Erni Suyani dkk lebih berfokus pada sosialisasi kepada orang tua dengan pendekatan komunikasi interaktif, sedangkan penelitian yang diusulkan mengeksplorasi peran komunikasi pembangunan sertifikasi produk halal di kalangan UMKM, dengan melibatkan Penyuluh Produk Halal dan pelaku UMKM di Kabupaten Rejang Lebong.⁶

Ketiga penelitian yang ditulis oleh Aliza Firda Fiddiniyah tahun 2021 dengan judul *Peran Komunikasi Pembangunan Dinas Koperasi, Ukm, Perdagangan Dan*

⁵ Reza and Fahrimal, *Proses Komunikasi Pelaku Usaha Kuliner Dalam Memperoleh Sertifikasi Halal Di Kota Banda Aceh*, (Jurnal Penelitian : Sosial Ilmu Komunikasi, 2021), 91 – 97.

⁶ Erni Suyani, Azmiati Zuliah, *Sosialisasi Pada Orang Tua Tentang Pentingnya Produk Halal Melalui Pendekatan Komunikasi Interaktif Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang*, 2020, 65-75.

Perindustrian Kabupaten Indramayu Dalam Memberdayakan UMKM Di Indramayu, meskipun kedua penelitian sama-sama membahas peran komunikasi pembangunan dalam konteks UMKM, namun terdapat perbedaan signifikan dalam hal fokus penelitian, lembaga yang diteliti, aspek yang diteliti, dan integrasi teori yang digunakan.⁷

Keempat, penelitian Nancy Ravica Lia Erlyta dkk tentang "*Strategi Majelis Ulama Indonesia dalam Upaya Penerbitan Sertifikat Halal*" tahun 2021, pada penelitian ini membahas secara mendalam tentang strategi dakwah secara umum, namun pada penelitian yang diajukan membahas secara detail sertifikasi halal menggunakan metode dakwah.⁸

Kelima, penelitian yang ditulis Nur Ambia dkk dengan judul *Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal Produk Usaha Masyarakat Desa Jayanti Berbasis Komunikasi* tahun 2023, pada penelitian ini Fokus Penelitian Penelitian pada implementasi kebijakan sertifikasi halal secara spesifik tentang hambatan komunikasi nya secara umum. Sementara proposal tesis Anda memiliki fokus tentang percepatan informasi dan kebijakan melalui komunikasi yang lebih spesifik yaitu komunikasi pembangunan.⁹

⁷ Fiddiniyah, *Peran Komunikasi Pembangunan Dinas Koperasi, Ukm, Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Indramayu Dalam Memberdayakan UMKM Di Indramayu*, (Jurnal : Dakwah dan Komunikasi, 2021), 59-74.

⁸ Nancy Ravica Lia Erlyta, Ahmad Sarbini, and Herman Herman, *Strategi Majelis Ulama Indonesia Dalam Upaya Penerbitan Sertidikat Halal*, (Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah 3, 2021), 251–270.

⁹ Nur Ambia Arma Erlin Intania, Sri Rahayu, Tania Putri, *Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal Produk Usaha Masyarakat Desa Jayanti Berbasis Komunikasi*, (Elvandar 9, 2023), 100–104.

Keenam, Tesis yang di tulis oleh Pandes Aksar dengan judul *Komunikasi Pembangunan Walikota Bengkulu Dalam Mewujudkan Kota Religius* tahun 2023, pada penelitian ini sama-sama membahas percepatan menjalankan program pemerintah melalui komunikasi pembangunan namun, pada penelitian yang diajukan mengintegrasikan metode dakwah dengan komunikasi pembangunan.¹⁰

E. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian bertujuan mengembangkan ide dan pandangan baru guna menjelaskan terjadinya suatu peristiwa. Teori berfungsi sebagai pisau analisis untuk memaknai data lapangan, dengan menggunakan satu atau lebih teori untuk memperkuat interpretasi peneliti dan menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan.¹¹ Berikut merupakan kerangka teori yang dipakai dalam penelitian ini:

1. Komunikasi Pembangunan

Menurut Zulkarimein Nasution, komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara pemerintah dengan masyarakat.¹² Dalam hal ini bukan hanya dalam proses

¹⁰ Pandes Aksar, *Komunikasi Pembangunan Walikota Bengkulu Dalam Mewujudkan Kota Religius*, 2023.

¹¹ Richard West, *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013).

¹² Zulkarimein Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori Dan Penerapannya*, 92

pembangunan saja, melainkan dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan itu sendiri. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat luas.¹³ Dalam arti sempit ini kegiatan komunikasi pembangunan bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan pembangunan. Sedangkan Onong Uchjana Effendy merumuskan komunikasi pembangunan adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya guna meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan bathiniah yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat.

Keberhasilan pembangunan berawal dari adanya komunikasi dalam pembangunan. Komunikasi memiliki peran dalam pelaksanaan pembangunan. Hedebro mengidentifikasi tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang berkaitan dengan tingkat analisisnya¹⁴, yaitu :

1. Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut. Di sini, politik dan fungsi-fungsi media massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah yang menyangkut struktur organisasional

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*

dan pemilikan, serta kontrol terhadap media. Untuk studi jenis ini, sekarang digunakan istilah kebijakan komunikasi dan merupakan pendekatan yang paling luas dan bersifat general (umum).

2. Pendekatan yang juga dimaksudkan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun lebih jauh spesifik. Persoalan utama dalam studi ini adalah bagaimana media dapat dipakai secara efisien, untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa.
3. Pendekatan yang berorientasi kepada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa. Studi jenis ini mendalami bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru.

Dalam pembangunan, komunikasi berperan penting, tidak hanya menginformasikan pembangunan saja, melainkan komunikasi memiliki 12 (dua belas) peranan dalam pembangunan, seperti halnya yang disampaikan. Mulai dari komunikasi dapat membentuk iklim perubahan, komunikasi dapat mengajarkan keterampilan, hingga komunikasi dapat mempermudah perencanaan dan implementasi program-program pembangunan. Tujuan komunikasi pembangunan adalah untuk memajukan pembangunan. Dalam suatu pembangunan, Sanders melihat komunikasi dari 4 (empat) perspektif, yaitu komunikasi sebagai proses, metode, program, dan gerakan sosial.¹⁵

¹⁵ *Ibid.*, 86

Dalam penelitian ini, komunikasi yang dilakukan oleh penyuluh merupakan sebuah komunikasi pembangunan guna melakukan percepatan agar tercapainya UMK yang sudah tersertifikasi halal

a. Bentuk Komunikasi Pembangunan

Bentuk komunikasi pembangunan hampir sama dengan bentuk komunikasi pada umumnya. Hanya saja dalam komunikasi pembangunan hanya pada pesan yang disampaikan yang membedakannya. Bentuk-bentuk komunikasi antara lain:

1) Komunikasi Personal

Komunikasi personal terbagi menjadi dua yaitu komunikasi interpersonal (antar pribadi) dan komunikasi intrapersonal (diri sendiri). Komunikasi interpersonal menurut Deddy Mulyana adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Bentuk komunikasi interpersonal ini dapat dibedakan menjadi dua, pertama, komunikasi diadik, yaitu komunikasi yang berlangsung antara dua orang¹⁶. Dan yang kedua adalah komunikasi triadik, yaitu komunikasi yang berlangsung antara tiga orang, satu orang sebagai komunikator dan dua orang lainnya sebagai komunikan. Sedangkan komunikasi intrapersonal menurut Ronald L. Applbaum adalah komunikasi yang berlangsung pada diri seorang individu, baik berupa kegiatan berbicara kepada diri sendiri, mengamati. Serta memberi

¹⁶ Deddy Mulyana, *Komunikasi Pembangunan* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). 125.

makna terhadap lingkungan. Dari segi psikologis, komunikasi intrapersonal meliputi:

a) Aspek Kognitif

Aspek kognitif ini meliputi sensasi dan persepsi. Sensasi berasal dari kata “sense” yang diartikan alat penginderaan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi merupakan proses penginderaan yang kemudian diubah mejadi bahasa yang dapat diterjemahkan oleh otak. Sedangkan persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, yang diperoleh dan kemudian disimpulkan sehingga membentuk suatu informasi.

b) Aspek Afektif

Dalam aspek afektif ini terdapat motivasi dan kebutuhan. Motivasi merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri untuk melakukan sesuatu. Motivasi dapat diterapkan dalam setiap segi kehidupan. Tidak sering manusia termotivasi karena suatu kebutuhan. Sedangkan kebutuhan itu merupakan sesuatu hal yang harus terpenuhi oleh manusia itu sendiri. Kebutuhan dapat dibedakan menjadi kebutuhan fisiologis, rasa aman, kasih sayang, harga diri, prestasi, dan sebagainya.

c) Aspek Konatif

Aspek ini berhubungan dengan kecenderungan seorang manusia untuk bertindak, menggambarkan jiwa seseorang yang atif dan dinamis.¹⁷

2) Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari 2 orang. Komunikasi kelompok terbagi menjadi komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang diajukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menyampaikan pesan lebih kepada pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, seminar, dialog interaktif. Sedangkan komunikasi besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikan dan prosesnya berlangsung lancar. Komunikan kelompok dapat berupa diskusi panel, simposium, seminar, brainstorming, general study, komunikasi dalam kelompok kecil ataupun besar.¹⁸

3) Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Onong Uchjida dan Effendy, adalah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedunggedung bioskop. Komunikasi massa ini

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 188-189.

¹⁸ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

lebih kepada komunikasi satu arah, sehingga umpan balik secara langsung tidak dapat dirasakan oleh komunikator. Penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas. Pesan ini mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama apabila didokumentasikan¹⁹.

2. Dakwah Bil Mau'izhah Hasanah

Mau'idzah hasanah secara bahasa terdiri dari dua kata yaitu *mau'izhah* dan *hasanah*. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza ya'idzu wa'dzan idzatan* yang berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatatan, *hasanah* artinya kebaikan. *Mau'izhah hasanah* ialah kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang *da'i* atau *muballigh*, disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk ke arah kebajikan. Diterangkan dengan bahasa yang sederhana, supaya yang disampaikan dapat ditangkap, dicerna, dihayati oleh penerima dakwah, dan pada tahapan selanjutnya dapat di amalkan. Bahasanya yang lembut begitu enak didengar, berkenaan di hati, dan menyentuh sanubari. Senantiasa menghindari segala bentuk kekasaran dan cacik maki, sehingga *ma'u* yang didakwahi tersebut memperoleh kebaikan dan menerima dengan rela hati, serta merasakan. Kesungguhan seorang *da'i* dalam menyelamatkan mereka dari suatu kemudaratatan.

Teori dakwah bil mau'idzah hasanah dijelaskan oleh Dr. Wahidin Saputra dalam bukunya "Pengantar Ilmu Dakwah" adalah *Mau'idzah hasanah* merupakan salah satu metode dakwah yang mengutamakan nasihat, bimbingan, dan arahan

¹⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).

dengan cara yang baik, bijaksana, penuh kelembutan, dan kasih sayang. Metode ini bertujuan untuk menyentuh hati *mad'u* (objek dakwah) sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tanpa ada kekerasan atau paksaan. Seorang *da'i* (juru dakwah) yang menggunakan metode ini harus memiliki sikap sabar, santun, dan mampu menjelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami *mad'u*.²⁰

Al-Mau'idzatil Hasanah merupakan salah satu metode dakwah yang dianjurkan dalam Islam. Secara bahasa, *al-mau'idzatil hasanah* berarti ucapan atau kalimat yang mengandung nasihat, bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, memberikan ingatan, dan peringatan dengan cara yang baik, lembut, dan penuh kasih sayang. Metode ini bertujuan untuk mencapai kebaikan bagi *mad'u* atau objek dakwah, agar mereka dapat menerima nasihat, tuntunan, dan bimbingan dengan sepenuh hati.

Dalam konteks dakwah, *al-mau'idzatil hasanah* bukan sekedar memberikan nasihat biasa, tetapi juga merupakan proses bimbingan dan pengajaran dalam rangka membentuk kepribadian yang utama. Metode ini dianggap komunikatif, informatif, dan dapat membangun kesadaran secara menyeluruh. Kata-kata yang disampaikan hendaknya dapat masuk ke dalam kalbu dengan penuh kelembutan dan kasih sayang, tidak membingungkan, tidak merepotkan, serta tidak memberikan peluang untuk pembangkangan.

²⁰ *Memahami Al Mauizatul Hasanah Sebagai Salah Satu Metode Dakwah Nabi Muhammad SAW*, Kumparan.Com, Diakses 12 Mei 2022, <https://kumparan.com/berita-hari-ini/memahami-al-mauizatul-hasanah-sebagai-salah-satu-metode-dakwah-nabi-muhammad-saw-1yZjOf7pY8r>.

M. Munir, S.Ag, MA. Dkk, dalam bukunya "Metode Dakwah," menegaskan bahwa al-mau'idzatil hasanah bertujuan untuk mengingatkan hati yang lupa dan memberi petunjuk bagi jiwa yang sakit. Metode ini diharapkan dapat membangun hubungan yang harmonis antara *da'i* (subjek dakwah) dan *mad'u*, sehingga pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan lapang dada dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam praktiknya, al-mau'idzatil hasanah dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti ceramah, diskusi, konsultasi, atau bahkan melalui seni dan budaya yang mengandung nilai-nilai moral dan spiritual. Materi yang disampaikan dapat berupa ajaran-ajaran Islam, kisah-kisah teladan, atau nasihat-nasihat yang dapat menggugah kesadaran dan menyentuh hati para *mad'u*. Seorang *da'i* yang menggunakan metode ini hendaknya memiliki akhlak dan kepribadian yang baik, serta mampu menyampaikan pesan dengan penuh hikmah dan kasih sayang.²¹

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. (LPPOM MUI 2008). Sertifikasi halal merupakan sebuah proses penting dalam menjamin kehalalan suatu produk bagi konsumen Muslim. Hal ini menjadi sangat krusial mengingat kebutuhan dan permintaan akan produk halal yang terus meningkat seiring dengan

²¹ MA M. Munir, S.Ag., *Metode Dakwah*, ed. M.A Drs. H. Munzier Suparta and M.A H. Hanjani Hefni, Lc (Jakarta: Rahmat Semesta, 2015), 242-246.

pertumbuhan populasi Muslim di dunia. Sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian dan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi, baik itu makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetika, telah memenuhi kriteria halal sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal merupakan pengakuan kehalalan sebuah produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang didasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI/Komite Fatwa Halal, sedangkan lembaga yang bertugas melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan produk adalah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).²²

Proses sertifikasi halal adalah prosedur ketat yang dilakukan lembaga berwenang seperti LPPOM MUI untuk menjamin kehalalan suatu produk.²³ Dimulai dari pengajuan permohonan, pemeriksaan dokumen, audit lapangan, hingga pengujian laboratorium untuk mendeteksi bahan yang diharamkan. Jika memenuhi kriteria, produsen mendapatkan sertifikat halal yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Di Indonesia, sertifikasi halal bersifat wajib untuk produk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetika berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Sertifikat halal

²² LPH Sucifindo, "Penjelasan Sertifikasi Halal," *Sucifindo*, last modified 2022, <https://www.sucofindo.co.id/layanan-jasa/sertifikasi-halal/>.

²³ Warto Warto and Samsuri Samsuri, *Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia*, (*Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, 2020) 98.

menjadi jaminan keamanan bagi konsumen muslim untuk memilih produk sesuai standar keagamaan dan keamanan.²⁴

Menurut Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 menyatakan prinsip dasar dari sertifikasi halal sendiri adalah halal (diperbolehkan) dan *thoyyiban* (bermanfaat). Hal ini memberi gambaran untuk umat muslim di dunia bahwa sesuatu yang masuk ke dalam tubuh haruslah sah menurut hukum Islam dan juga bermanfaat bagi dirinya sendiri. sertifikasi halal (*halal certification*) adalah persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama Islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman, dan pantas untuk dikonsumsi umat muslim, Secara keseluruhan, sertifikasi halal merupakan sebuah upaya untuk melindungi hak-hak konsumen Muslim dan memastikan keamanan produk yang mereka konsumsi. Proses ini juga mendorong pelaku usaha untuk mematuhi standar kehalalan dalam proses produksi mereka, serta membuka peluang bisnis yang lebih luas di pasar global yang terus berkembang²⁵.

4. Pelaku Usaha

Pelaku usaha merupakan istilah yang mengacu pada individu atau badan usaha yang terlibat dalam kegiatan ekonomi, baik dalam memproduksi, memperdagangkan, atau menyediakan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dapat

²⁴ Hayyun Durrotul Faridah, *Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi*, (Journal of Halal Product and Research 2, 2019), 68–78.

²⁵ Niniek Fajar Puspita et al., *Pendampingan Menuju Sertifikasi Halal Pada Produk 'Socolat' UMKM Pondok Modern Sumber Daya At-Taqwa*, (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK, 2021), 17–24.

terdiri dari berbagai jenis dan skala, mulai dari usaha mikro hingga perusahaan besar. Salah satu bagian penting dari pelaku usaha adalah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah, yang dibedakan berdasarkan besaran aset dan omset tahunan. Usaha Mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta dan omset tahunan maksimal Rp 300 juta, dengan contoh konkret seperti pedagang gorengan, penjual pisang goreng, penjual bakso keliling, pembuat kerajinan tangan sederhana, dan pedagang asongan.

Usaha Kecil memiliki aset antara Rp 50-500 juta dengan omset tahunan Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar, contohnya seperti toko kelontong modern, bengkel motor kecil, salon kecantikan, warung makan langganan, dan usaha konveksi pakaian skala kecil. Sementara Usaha Menengah memiliki aset antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dengan omset tahunan Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar, seperti pabrik roti skala menengah, distributor makanan regional, percetakan dengan mesin cetak modern, rental mobil dengan armada 10-20 unit, dan pabrik furniture dengan teknologi produksi semi-otomatis. Ketiga kategori usaha ini diatur dalam undang-undang untuk memberikan kerangka pembinaan dan pengembangan sektor usaha di Indonesia.

Pelaku UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Mereka juga berkontribusi dalam menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mendapatkan dukungan dan pembinaan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya agar dapat terus berkembang dan berkontribusi secara optimal dalam perekonomian nasional.²⁶

F. Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian tentang Komunikasi Pembangunan Penyuluh Proses Produk Halal Provinsi Bengkulu ini penulis akan menjabarkan mengenai penggunaan metode penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang merupakan strategi penelitian untuk memahami pengalaman dan perspektif subjek penelitian secara mendalam. Bodgan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai cara untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek yang diamati sesuai dengan tema penelitian.²⁷ Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada tujuan penelitian untuk mengeksplorasi proses komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh penyuluh produk halal dalam upaya mendorong pelaku Usaha Mikro Kecil dan

²⁶ Gita Anggi Sitorus, *Pengertian Pelaku Usaha*, (UAJY Library, 2020), 1–41.

²⁷ JLexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),

Menengah (UMKM) di Kabupaten Rejang Lebong untuk memperoleh sertifikasi halal. Menggunakan fenomenologi, peneliti berupaya menggali esensi pengalaman penyuluh dalam melakukan komunikasi pembangunan dan menerapkan metode dakwah pada program sertifikasi halal. Penelitian akan dilaksanakan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif

2. Fokus Penelitian

Penelitian ini mengambil subjek dan objek pada proses komunikasi pembangunan dalam sertifikasi halal di Kabupaten Rejang Lebong. Subjek penelitian terdiri dari Informan utama yaitu Penyuluh Proses Produk Halal (PPH), serta Informan pendukung meliputi, Ketua Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) IAIN Curup, dan Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi dan Perindustrian Rejang Lebong. Objek penelitian difokuskan pada komunikasi pembangunan dalam konteks penyuluhan sertifikasi halal bagi pelaku usaha kecil, yang akan dikaji secara mendalam melalui perspektif berbagai pihak untuk memperoleh gambaran komprehensif tentang proses dan strategi penyuluhan sertifikasi halal di wilayah tersebut.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan salah satu hal yang sangat dibutuhkan dalam penelitian, sebab sumber data akan sangat membantu dalam mencapai keberhasilan dalam penelitian. Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data

tambahan.²⁸ Sumber utama merupakan data yang di cari oleh penulis dari seorang informan atau sumber lain yang memiliki hubungan dengan topik penelitian yang kemudian digunakan sebagai bahan analisis.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber utama. Pertama, informasi dari Penyuluh Proses Produk Halal (PPH) Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) IAIN Curup Rejang Lebong. Kedua, informasi dari pelaku kecil di Rejang Lebong yang menjadi sasaran program penyuluhan sertifikasi halal.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan informasi pendukung yang diperoleh secara tidak langsung. Pertama, dokumen resmi dari BPJPH, LPH IAIN Curup, terkait program penyuluhan sertifikasi halal bagi Pelaku Usaha. Kedua, data dan statistik dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan Perindustrian Rejang Lebong mengenai jumlah dan karakteristik UMKM di wilayah tersebut. Ketiga, dokumen pendukung lainnya seperti hasil penelitian sebelumnya, artikel, atau laporan yang relevan dengan topik penelitian ini. Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung bagi data primer.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016).

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Menurut Bungin wawancara secara mendalam, secara umum ialah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan yang di wawancarai, dimana pewawancara dengan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif.²⁹ Peneliti mewawancarai secara mendalam penyuluh PPH di Rejang Lebong untuk menggali informasi mengenai pendekatan komunikasi, kendala yang dihadapi, dan pandangan mereka mengenai karakteristik pelaku usaha setempat.³⁰

b. Observasi

Observasi merupakan bagaimana seseorang melakukan pengamatan terhadap fenomena sosial dengan tindakan-tindakan atau sikap yang kemudian akan dilakukan sebuah pencatatan terhadap fenomena tersebut.³¹ Menurut Robert K. Yin observasi digunakan untuk memberikan informasi tambahan tentang topik yang akan diteliti. Observasi suatu lingkungan sosial akan menambah dimensi-dimensi baru, untuk pemahaman konteks fenomena yang akan diteliti.³² Peneliti

²⁹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial* (Jakarta: Kencana, 2007).

³⁰ *Ibid.*

³¹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Prakteknya* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 63.

³² Robert k Yin, *Studi Kasus Desain Dan Metode* (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2006). 78

melakukan observasi secara langsung dengan menghadiri kegiatan sosialisasi, edukasi, atau pembinaan yang dilakukan oleh penyuluh Proses Produk Halal (PPH) BPJPH kepada pelaku Usaha di Kabupaten Rejang Lebong. Observasi tersebut akan memberikan data tentang proses komunikasi, strategi, dan metode yang digunakan oleh penyuluh PPH dalam mendampingi UMKM mengikuti sertifikasi halal.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara dalam menemukan sebuah data dengan menganalisa data-data atau dokumen yang terkait dengan penelitian.³³ Penelitian ini, peneliti dapat mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen seperti laporan resmi dari Lembaga Pemeriksa Halal IAIN Curup terkait program penyuluhan sertifikasi halal, data statistik UMKM di Rejang Lebong, hasil penelitian sebelumnya, artikel, atau laporan lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi ini akan menjadi data pendukung yang melengkapi data primer dari observasi dan wawancara mendalam.³⁴

5. Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah dan memilih hingga menjadi suatu unit yang terdapat dikelola, mensistensiskannya mencari dan

³³ A Kadir Ahmad, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Makassar: Indobis Media Center, 2003), 106.

³⁴ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.

menemukan pola, menemukan apa – apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memusatkan apa-apa yang diceritakan kepada individu orang lain.³⁵

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang dapat digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang berkaitan dengan upaya komunikasi pembangunan penyuluh produk halal dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku usaha kecil di kabupaten Rejang Lebong. Kekuatan yang dapat diidentifikasi meliputi pendekatan terpadu yang mengintegrasikan konsep dakwah, komunikasi pembangunan, dan sertifikasi halal serta keterlibatan sumber data primer dari penyuluh dan pelaku usaha kecil. Sementara itu, kelemahan yang mungkin dihadapi seperti terbatasnya referensi penelitian serupa dan tantangan dalam mengakses data dari berbagai pihak.³⁶

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan tesis bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran dalam penelitian ini, mulai dari awal hingga kesimpulan akhir. Untuk memberikan deskripsi yang akurat terkait dengan analisa yang dilakukan dalam penelitian ini,

³⁵ Ujang Suparna, *Qualitative Research For Language Teaching and Learning* (Bandung: Arifino Raya, 2009). 56

³⁶ Tri Budiman, *Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2017): 19.

peneliti kemudian membuat rumusan sistematika dalam pembahasan ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I : Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, kerangka teori yang mencakup komunikasi pembangunan, dakwah bil mauizhah hasanah, sertifikasi halal, dan pelaku usaha mikro, metode penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dokumentasi), analisis data, pendekatan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Paragraf ini membahas, profil LPH IAIN Curup, Penyuluh LPH IAIN Curup, kondisi UMKM sebelum wajib sertifikasi halal di Kabupaten Rejang Lebong, serta perkembangan UMKM Rejang Lebong saat ini melalui PPH.

BAB III : paragraf yang menguraikan pendekatan komunikasi pembangunan oleh penyuluh produk halal kepada pelaku usaha, mencakup dasar hukum sertifikasi produk halal, sosialisasi, pendekatan komunikasi pembangunan, evaluasi dan tindak lanjut. Selanjutnya, penerapan metode dakwah, integrasi metode dakwah dan komunikasi pembangunan, penerapan metode dakwah oleh PPH, evaluasi keberhasilan dakwah dan komunikasi pembangunan, serta tindak lanjut.

BAB IV : Paragraf terakhir ini berisi kesimpulan, saran, dan penutup dari keseluruhan penelitian atau tulisan.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut :

1. Pendekatan komunikasi pembangunan dalam sertifikasi halal di Kabupaten Rejang Lebong berfokus pada kompetensi penyuluh dalam mengedukasi dan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha. Melalui program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis), pemerintah daerah memfasilitasi UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal tanpa biaya, sekaligus memastikan produk yang beredar memenuhi standar kehalalan. Program ini terbukti menjadi strategi efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Penyebaran informasi program dilakukan melalui berbagai media, mulai dari pamflet dan berita hingga platform digital BPJPH, yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi pelaku usaha. Komunikasi efektif antara penyuluh dan pelaku usaha juga berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan industri halal. Berdasarkan analisis SWOT, program ini memiliki kekuatan berupa dukungan lembaga resmi dan penggunaan media yang beragam. Meskipun menghadapi tantangan seperti kuota SEHATI yang terbatas dan sikap skeptis dari

sebagian pelaku usaha, terdapat peluang besar dalam pertumbuhan ekonomi syariah dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal di Rejang Lebong.

2. Integrasi metode dakwah *bil mauizah hasanah* sebagai strategi komunikasi pembangunan untuk sertifikasi halal di Kabupaten Rejang Lebong telah menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya kehalalan produk. Para penyuluh seperti Bapak Teguh, Ibu Afriani, dan Ibu Zetti menerapkan pendekatan berbasis kelembutan, kesabaran, dan empati untuk membangun hubungan interpersonal yang kuat dengan pelaku usaha, meskipun sering menghadapi tantangan berupa sikap kasar dan penolakan. Metode dakwah yang diterapkan tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan ruang dialog yang mendukung pemahaman mendalam. Penyuluh menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menyesuaikan waktu dengan aktivitas pelaku usaha, namun pendekatan langsung dan personal terbukti efektif dalam membangun kepercayaan. Integrasi nilai-nilai Islam dalam materi penyuluhan juga berhasil memperkuat pesan halal sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan etis. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan dalam metode dakwah yang diterapkan, namun juga menunjukkan adanya kelemahan dan ancaman seperti ketergantungan pada regulasi dan stigma negatif terhadap produk halal. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi strategis yang mencakup pemanfaatan peluang di era digital,

pengembangan kerjasama dengan pelaku usaha untuk menangani krisis, dan program pelatihan berkelanjutan bagi penyuluh.

B. SARAN

Penelitian tentang Komunikasi Pembangunan yang dilakukan penyuluh terhadap pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal menemukan temuan yang menarik baik dari segi komunikasi pembangunan, metode dakwah, dan sertifikasi halal, peneliti merekomendasikan agar kajian yang dilakukan dapat lebih mendalam dengan mengeksplorasi dinamika komunikasi antara penyuluh dan pelaku usaha, termasuk pengaruh faktor sosial dan budaya dalam penerimaan informasi mengenai sertifikasi halal.

Penelitian yang berbasis metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang hubungan dan interaksi tersebut. Selain itu, analisis perbandingan antara wilayah atau kabupaten yang menerapkan program sertifikasi halal dengan berbagai pendekatan juga merupakan langkah yang bermanfaat untuk memahami strategi yang paling efektif dalam mendorong kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha.

Penelitian panjang jangka mengenai dampak program sertifikasi halal terhadap kinerja usaha, kepuasan konsumen, serta pertumbuhan ekonomi di sektor UMKM perlu dilakukan. Studi longitudinal dapat memberikan informasi berharga tentang bagaimana sertifikasi halal mempengaruhi keberlanjutan

usaha dari waktu ke waktu. Penggunaan metode dakwah yang berbeda juga dapat dijadikan topik studi untuk menemukan cara-cara inovatif dalam berkomunikasi dengan pelaku usaha dan masyarakat lainnya, terutama dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A Kadir. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Makassar: Indobis Media Center, 2003.
- Aksar, Pandes. Komunikasi "Pembangunan Walikota Bengkulu Dalam Mewujudkan Kota Religius" (2023).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2016.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. "Alur Sertifikasi Halal." <https://Bpjph.Halal.Go.Id/Detail/Sertifikasi-Halal>.
- Badan. "Kegiatan Sertifikasi Halal Bagi Umkm Dalam Program Sehati." *Bpjph*. Last Modified 2021. <https://www.bpjph.go.id/>.
- Bpjph. "Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal." <https://Bpjph.Halal.Go.Id/Detail/Uu>.
- Budiman, Tri. "Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)." *Skripsi.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam* (2017): 19.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Dedy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Erlin Intania, Sri Rahayu, Tania Putri, Nur Ambia Arma. "Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal Produk Usaha Masyarakat Desa Jayanti Berbasis Komunikasi." *Elvandar* 9, No. 4 (2023): 100–104.
- Erlyta, Nancy Ravica Lia, Ahmad Sarbini, And Herman Herman. "Strategi Majelis Ulama Indonesia Dalam Upaya Penerbitan Sertidikat Halal." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 3, No. 4 (2021): 251–270.
- Erni Suyani, Azmiati Zuliah, Cut Alma Nurafilah. "Sosialisasi Pada Orang Tua Tentang Pentingnya Produk Halal Melalui Pendekatan Komunikasi Interaktif Desa Kolam, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang" 1 (2020): 65–75.
- Faridah, Hayyun Durrotul. "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi." *Journal Of Halal Product And Research* 2, No. 2 (2019): 68–78.
- Fiddiniyah, Aliza Firda. "Peran Komunikasi Pembangunan Dinas Koperasi, Ukm, Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Indramayu Dalam Memberdayakan

- Umkm Di Indramayu.” *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12, No. 1 (2021): 59–74.
- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Halal, Badan Penyelenggara Jaminan Produk. *Laporan Evaluasi Program Dan Anggaran*, 2024.
- Iqbal, Mohammad, Tantan Hermansyah, And A Fahmi Zakariya. “Analisis Kampanye Halal Food Industry Perspektif Dakwah Dan Komunikasi Dalam Modernisasi Dan Globalisasi.” *Aswalalita (Journal Of Dakwah Manajemant)* 3, No. 1 (2024): 43–56.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Junaidi. “Pendekatan Komunikasi Islam Pada Nilai Mauizah Hasanah (Talaah Konsep Dan Aplikasi Dalam Kehidupan).” *Jurnal Peurawi* 3 (2020): 62.
- Junaidi, Jhon Afrizal, And Nadia Deby Sukanti. “Pemahaman Pelaku Usaha Dalam Mengurus Sertifikasi Halal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *Al-Muqayyad* (2023): 106–115.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. “Program Sehati Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Halal Di Indonesia.” *Kemenag Ri*. Last Modified 2020. [Http://Www.Kemenag.Go.Id/](http://Www.Kemenag.Go.Id/).
- Lembaga Pemeriksa Halal Iain Curup. *Data Sertifikasi Halal 2024*. Rejang Lebong, 2024.
- M. Munir, S.Ag., Ma. *Metode Dakwah*. Edited By M.A Drs. H. Munzier Suparta And M.A H. Hanjani Hefni, Lc. Jakarta: Rahmat Semesta, 2015.
- M.N, Fajar. *Mahir Menulis Berita*. Edited By Dwi Karyani. Jakarta: Multi Kreasu Satudelapan, 2010.
- Majelis Ulama Indonesia. “Kriteria Jaminan Produk Halal.” *Lppom Mui*. [Https://Halalmui.Org/Kriteria-Sistem-Jaminan-Halal-Dalam-Has23000/](https://Halalmui.Org/Kriteria-Sistem-Jaminan-Halal-Dalam-Has23000/).
- Moleong, Jlexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2010.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Pembangunan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Puspita, Niniek Fajar, Afan Hamzah, Daril Ridho Zuchrillah, And Achmad Dwitama Karisma. “Pendampingan Menuju Sertifikasi Halal Pada Produk ‘Socolat’ Umkm Pondok Modern Sumber Daya At-Taqwa.” *Jpp Iptek (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan Iptek)* 5, No. 1 (2021): 17–24.

- Reza, Muhammad, And Yuhdi Fahrimal. "Proses Komunikasi Pelaku Usaha Kuliner Dalam Memperoleh Sertifikasi Halal Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi* 5, No. 2 (2021): 91–97.
- Shofie, Yusuf. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Medan: Kencana, 2013.
- Sitorus, Gita Anggi. "Pengertian Pelaku Usaha." *Uajy Library*, No. 58 (2020): 1–41. E-Journal.Uajy.Ac.Id.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Prakteknya*. Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Sucifindo, Lph. "Penjelasan Sertifikasi Halal." *Sucifindo*. Last Modified 2022. <https://www.sucofindo.co.id/Layanan-Jasa/Sertifikasi-Halal/>.
- Sucipto. "Halal Dan Haram Menurut Al-Ghazali Dalam Kitab Mau'idotul Mu'minin." *Asas* 4, No. 1 (2022): 2.
- Suparna, Ujang. *Qualitative Research For Language Teaching And Learning*. Bandung: Arifino Raya, 2009.
- Wahyuni, Restu, And Rachmi Yulianti. "Komunikasi Promosi Bersama Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Masyarakat Desa Di Kecamatan Waringin Kurung." *Avant Garde* 5, No. 2 (2019): 130.
- Wahyuni, Tri, Miti Yarmunida, And Debby Arisandi. "Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk Umkm Makanan Di Kota Bengkulu." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, No. 3 (2022): 1376.
- Warto, Warto, And Samsuri Samsuri. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking* 2, No. 1 (2020): 98.
- West, Richard. *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.
- Yin, Robert K. *Studi Kasus Desain Dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2006.
- Zulkarimein Nasution. *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori Dan Penerapannya*. Pt Raja Grafindo Persada, 2002.
- "Memahami Al Mauizatul Hasanah Sebagai Salah Satu Metode Dakwah Nabi Muhammad Saw,," *Kumparan.Com*. Last Modified 2022. <https://kumparan.com/Berita-Hari-Ini/Memahami-Al-Mauizatul-Hasanah-Sebagai-Salah-Satu-Metode-Dakwah-Nabi-Muhammad-Saw-1yzjof7py8r>.

WAWANCARA

Afriani, S.Ag, Penyuluh Produk Halal, 1 November 2024

Anes Rahman, S.Sos, Ketua Dinas Perdagangan Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi Usaha Kecil Menengah, 11 November 2024

Mabrur Syah, SPd.I, S.IPI. MH.I., Ketua Lembaga Pemeriksa Halal IAIN Curup, 28 Oktober 2024

Rojuana, S.Ag Staff Kementrian Agama Rejang Lebong, 25 September 2024

Tegu Ati, S.Ag, M.Pd, Penyuluh Produk Halal, 29 Oktober 2024

Zetti Sarlina, S.Sos.I., Penyuluh Produk Halal, 31 Oktober 2024

