

**ANALISIS PROMOSI DAN SERTIFIKASI HALAL  
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PEMBELIAN PRODUK  
SIRUP TOMAT (STUDI KASUS BANJARBARU)**

**Intan Ayu Nurliana<sup>1</sup>, Akhmad Hulaify<sup>2</sup>, Agus Purnomo<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NPM 19510019

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1118118202

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, NIDN 1124088504  
E-mail: [intanayu2314@gmail.com](mailto:intanayu2314@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh promosi yang menjadi tujuan awal bisnis ini suatu bisnis dapat berkembang dengan adanya promosi di era digital ini semua serba mudah karena setiap orang memiliki internet yang dapat memikat orang. Tentunya mayoritas orang Indonesia adalah Islam maka kita sebagai pemilik usaha harus memperhatikan sertifikasi halal agar orang-orang tidak ragu untuk membeli produk kita dari situ awal mula orang memutuskan untuk membeli. Dari latar belakang tersebut maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut 1) Bagaimana promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. 2) Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian yang saya ambil yaitu mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian dan mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian. Didalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik semi terstruktur yaitu wawancara yang disertai dengan daftar pertanyaan dengan teknik wawancara, pengambilan sampel menggunakan pedoman wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 14 responden. Sampel terdiri dari penjual dan pembeli sirup tomat. Promosi sangat penting untuk mengenalkan produk kepada masyarakat dan untuk menambah keyakinan masyarakat untuk membeli suatu produk harus memiliki sertifikasi halal agar calon pembeli dapat memutuskan untuk membeli atau tidak. Dengan banyaknya melakukan pelatihan maka produk sirup tomat bisa semakin di kenal masyarakat dan masyarakat tahu bagaimana cara membuat sirup tersebut jadi bisa membuatnya sendiri di rumah atau bisa di jual Kembali di daerah mereka masing-masing.

***Kata kunci*** : Promosi Produk, Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, Iendy Zelvian. *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Keberkahan Bisnis*. Cirebon: Insania, 2021.
- Akbarina, Farida. *Pengantar Bisnis*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbit Polinema, 2018.
- Arfah Y. *Keputusan Pembelian Produk*. Cetakan Pertama. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Indonesia, 2022.
- Fajrina, Nurul. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Ulee Kareng Banda Aceh).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020.
- Graham, Cateora. *Pemasaran Internasional, Edisi 13 Buku 2*. Jakarta: Salamba Empat, 2007.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada, 2009.
- Lusiana (Pembeli). Wawancara, 24 Mei 2023.
- Nur Ma’rifat, Tian, dan Imroatul Istiqomah. *Agroindustri Halal*. Ponorogo: UNIDA Gontor Press, 2020.
- Esi Pelitaning H (Pembeli), Wawancara, 24 Mei 2023.
- Prawitri (Pemilik Rumah Kreasi Tomat), Dhianita. Wawancara, 21 Mei 2023.
- Rakib, Muhammad, Sitti Mujahida Baharuddin, Sri Hastutik, Sumarsih, dan Djampangau Djampangau. *Strategi Pemasaran Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- S Febriani, Naufan, dan Wayan Weda Asmara Dewi. *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Santoso, Budi. *Sukses Berinvestasi Tanah, Rumah, dan Komersial*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009.
- Saputra, Ridho. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru.” Skripsi, Universitas Islam Riau, 2020.
- Sinulingga, Nora Anisa Br., dan Hengki Tamand Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Medan: IOCS Publisher, 2021.
- Lilis Sutami (Pembeli), Wawancara, 24 Mei 2023.
- Wajdi, Susanti, Farid, Diana. *Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Zelvian Adhari, Lendy. *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Keberkahan Bisnis*. Cirebon: Insania, 2021.