



Disampaikan Dalam Acara
“ SOSIALISASI SISTEM JAMINAN HALAL
UIN ALAUDDIN MAKASAR”

BISNIS JASA LABORATORIUM HALAL (Aspek Validitas Bisnis dan Trend Inovasi Marketing)

OLEH :
Dr. H. Bambang Dwi Hartono, Msi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
ALAUDDIN MAKASAR
16 DESEMBER 2019





PENDEKATAN BISNIS (Menemukan Solusi Yang Valid)



- 1. Customer Development**
- 2. Design Thinking**
- 3. Discovery Circle**



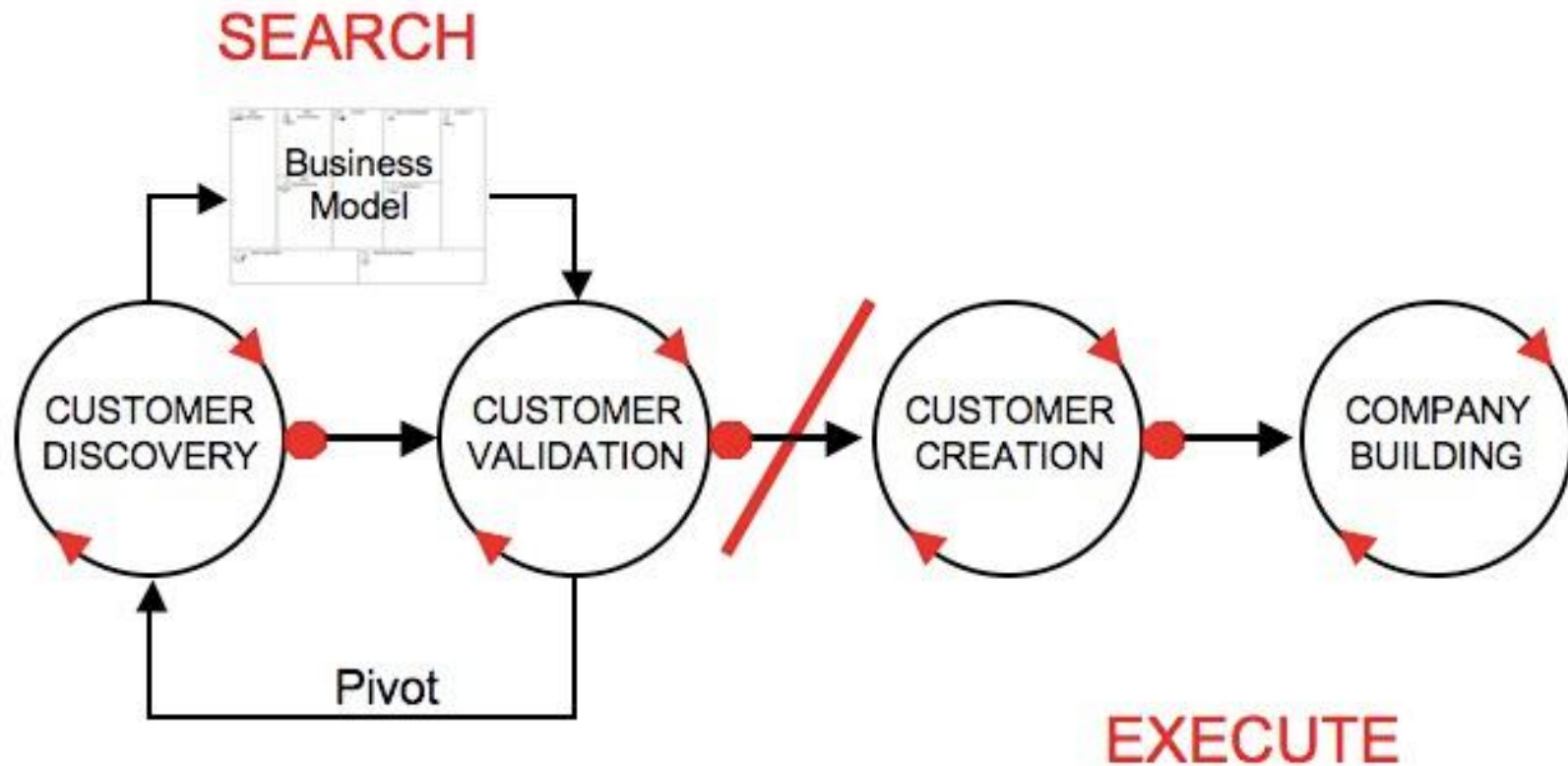
Trend Strategi Marketing :

- 1. The New Wave Marketing**
- 2. Marketing 4.0**

CUSTOMER DEVELOPMENT

(Strategi Menemukan Model Bisnis yang Valid Sebelum Eksekusi)

Customer/Client Development Model



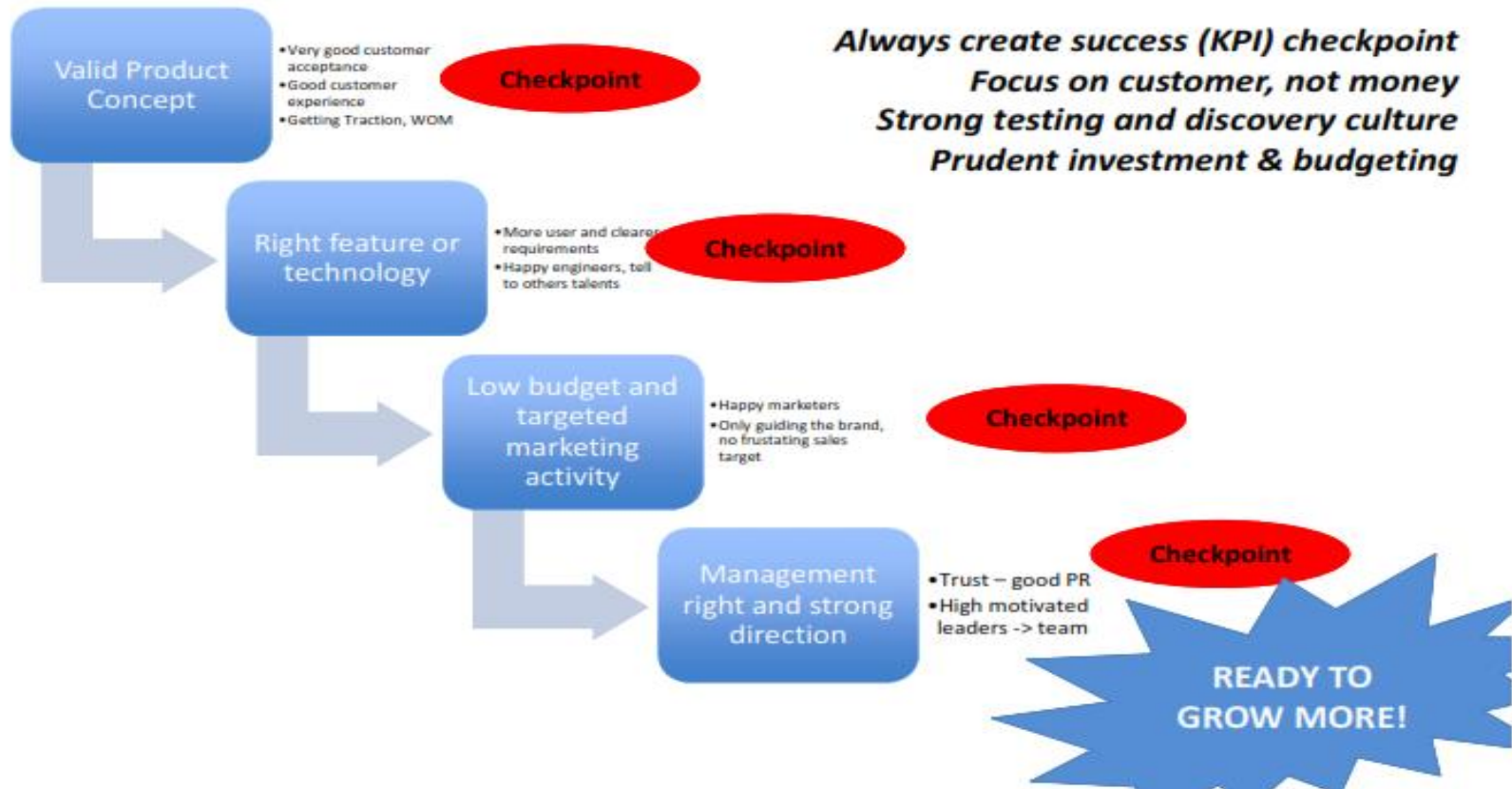
PASTIKAN VALIDASI PRODUK/JASA DILAKUKAN JIKA TIDAK....

The Problem...



DAMPAK VALIDASI PRODUK YG TEPAT

Result...





BINIS JASA LABORATORIUM HALAL

1. Amanat UU. No.33/ 2014 Ttg Jaminan Produk Halal.
2. Implementasi Wajib sertifikasi produk halal mulai berlaku (17 Okt 2019)
3. Perkembangan segment Muslim Global makin meningkat.
4. Kesadaran Konsumen akan produk halal makin meningkat
5. Banyak Perush Industri makanan mulai menawarkan makanan halal. (KFC, Hoka Bento)
6. Industri makanan skala besar korea minat dirikan lembaga sertifikasi halal.
7. UU no 33 pasal 12 mengizinkan masyarakat dirikan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) asalkan memenuhi sarat





POTENSI PASAR

1. Pengusaha dan Konsumen butuh kepastian status Kehalalan.
2. Produk Impor makanan dan buah perlu kecepatan untuk di cek.
3. Selain makanan dan buah banyak produk lain seperti obat, Kosmetik, produk olahan, mainan anak anak, produk kimia dll.
4. Baru 10 % saja produk yang telah dinyatakan halal (688.615 buah)



Laporan Ekonomi Islam Global 2017/2018

(secara global, konsumen Muslim membelanjakan US\$ 1,2 triliun untuk produk makanan dan minuman thn 2016)

IMPORTIR TERBESAR UNTUK PRODUK MAKANAN&MINUMAN HALAL



GAMBAR OLEH: KELOMPOK 07.09
SUMBER DATA: GLOBAL ISLAMIC ECONOMY REPORT 2017/2018

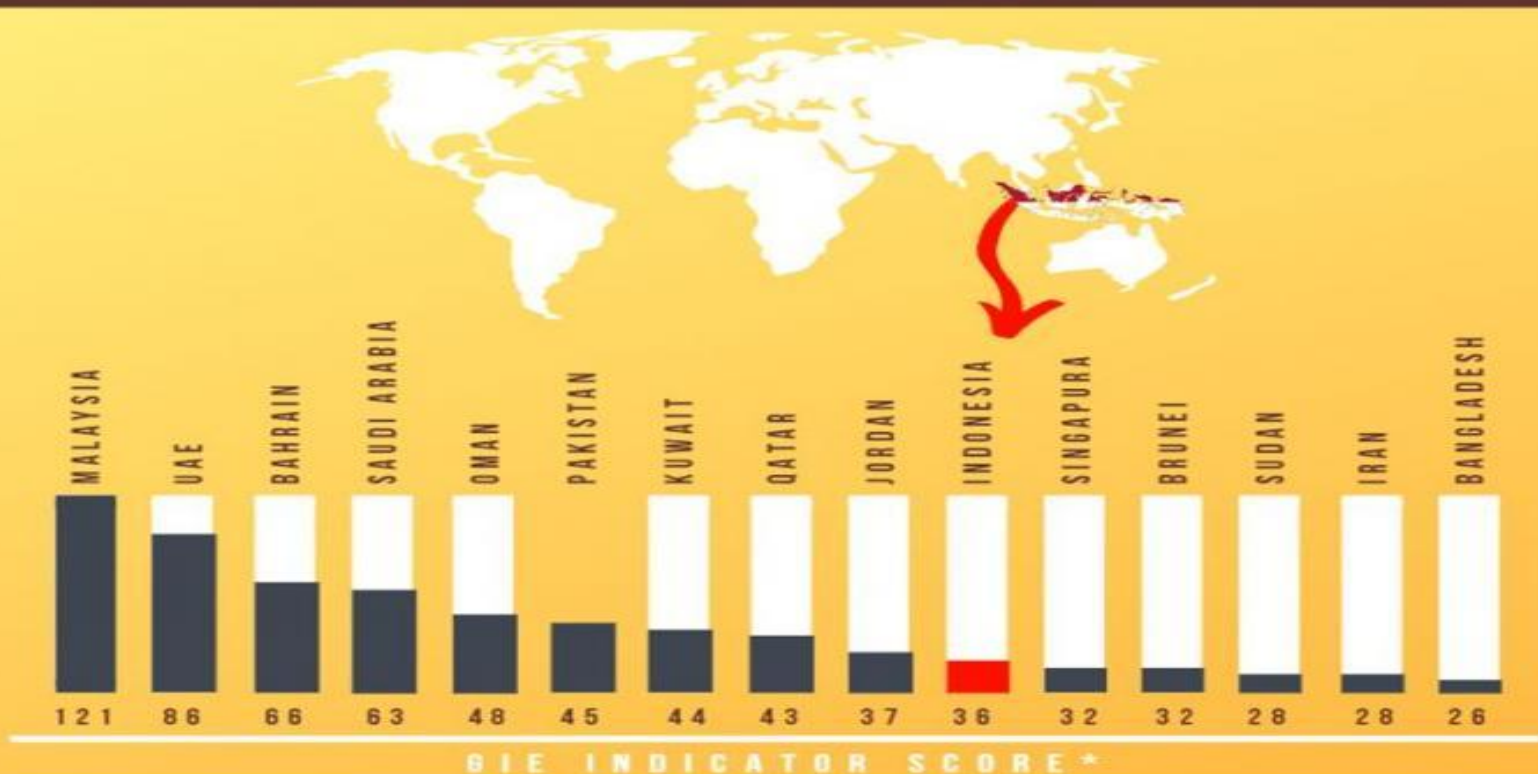
Negara Muslim dengan pengeluaran tertinggi untuk produk makanan dan minuman pada tahun 2016 adalah Indonesia (US\$ 169,7 miliar)

Berdasarkan Laporan Ekonomi Islam Global 2017/2018

- Indonesia saat ini menempati peringkat pertama dalam hal konsumen produk makanan halal yaitu sebesar US\$169,7 miliar
- Namun, Indonesia hanya menempati peringkat 10 dalam hal produksi makanan halal
- Dari data tersebut, terdapat potensi besar untuk pengembangan industri halal di Indonesia, namun potensi tersebut masih belum dapat dimanfaatkan dengan optimal.

15 BESAR PERINGKAT NEGARA EKONOMI ISLAM GLOBAL

*NILAI DALAM GLOBAL ISLAMIC ECONOMY (GIE) INDICATOR



GAMBAR OLEH: KELOMPOK 07.09

SUMBER DATA: [HTTPS://SEASIA.CO/2018/03/06/TOP-15-COUNTRIES-IN-GLOBAL-ISLAMIC-ECONOMY](https://seasia.co/2018/03/06/top-15-countries-in-global-islamic-economy)

Hasil survei yang dilakukan di 76 negara yang terdiri dari 57 negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan 16 negara non OKI.

Tabel 1 Total pendapatan (2015) dan estimasi pendapatan (2021) pada setiap sektor industri halal (Thomson Reuters, 2016)

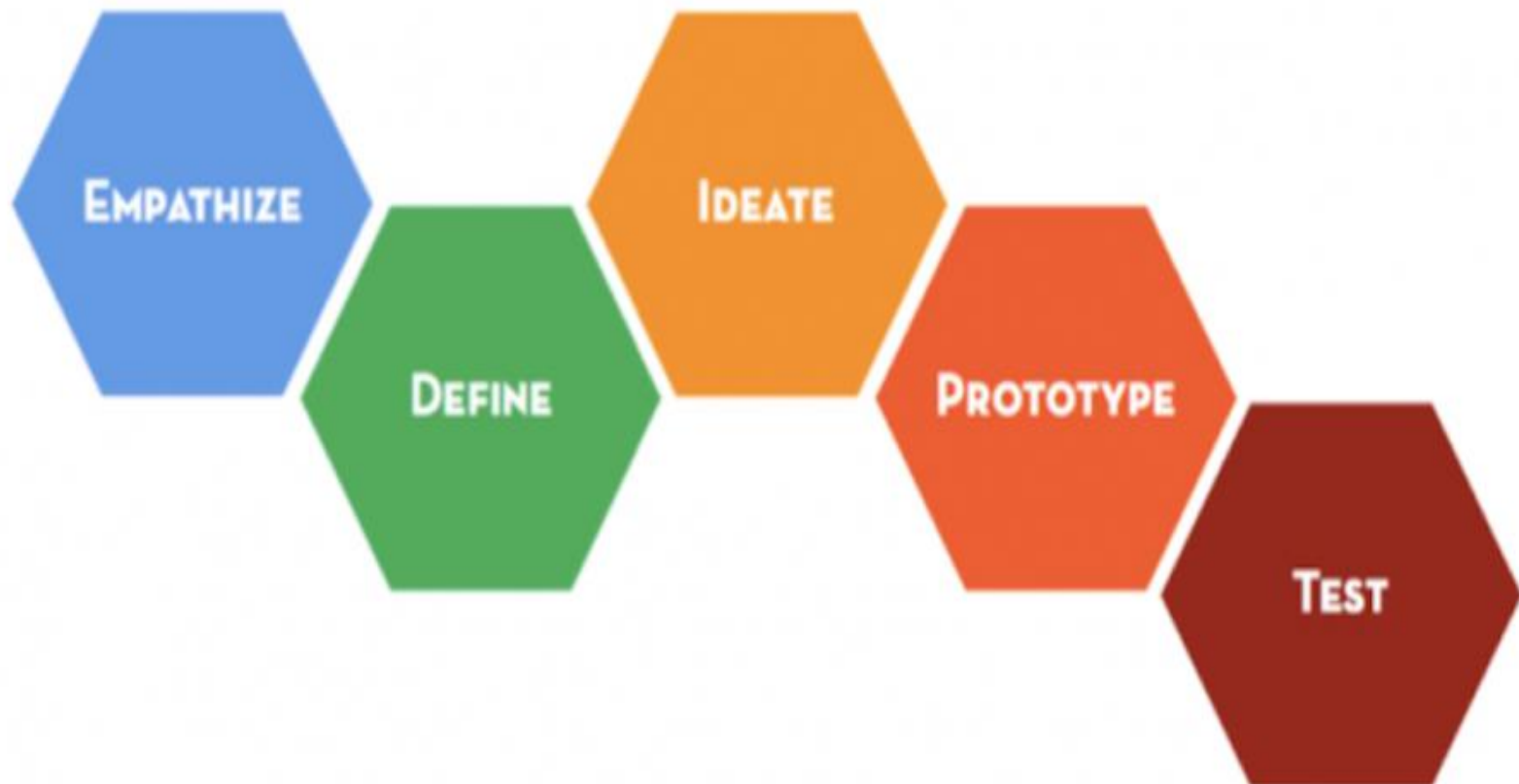
Sektor	Total pendapatan dalam 2015 (\$)	Estimasi pendapatan dalam 2021 (\$)
Makanan Halal	1,17 Triliun	1,9 Triliun
Keuangan	2 Triliun	3,5 Triliun
Travel	151 Miliar	243 Miliar
Fashion	243 Miliar	368 Miliar
Obat dan kosmetik	78 Miliar	132 Miliar
Media dan hiburan	189 Miliar	262 Miliar
Healthcare	436 Miliar	
Pendidikan	402 Miliar	

Sektor makanan halal memiliki pendapatan yang paling besar diantara sektor lainnya. Pada tahun 2017, negara yang memiliki industri makanan halal terbanyak adalah *United Arabia Emirates* (UAE).

Brazil yang merupakan negara dengan penduduk mayoritas non-muslim menempati peringkat ke 2 dalam industri makanan halal.

PROSES TAHAPAN DESIGN THINKING

(Menemukan Ide Bisnis Baru dari Ide Bisnis Lama)

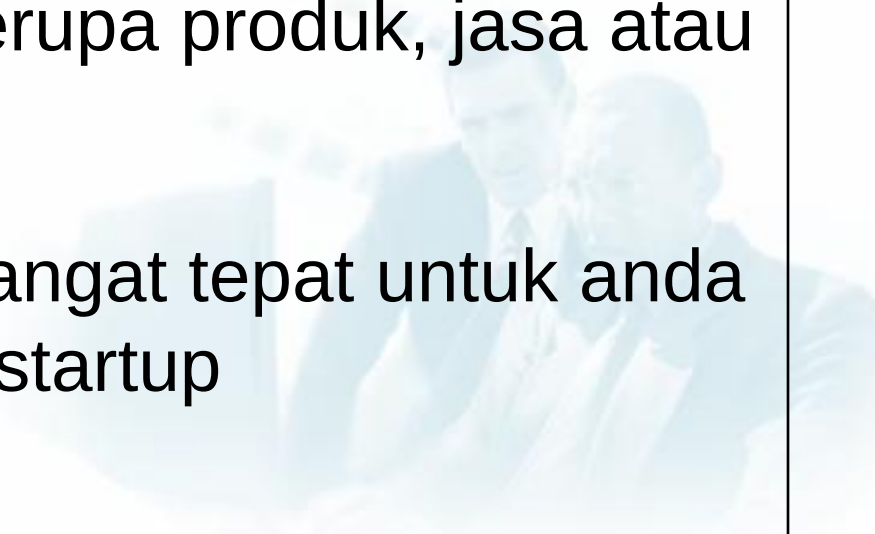




Strategi menemukan Ide Brilian Lewat Design Thinking

■ Design Thinking :

- (Hendry Ramdhan, Menjadi Entrepreneur Startup, 2016)
- Sebuah Proses untuk menghasilkan inovasi yg berpusat pada orang sebagai fokus inovasi
- Yang dihasilkan bisa berupa produk, jasa atau desain bisnis
- Tool Design Thinking sangat tepat untuk anda yg sedang mencari ide startup





MODEL DISCOVERY CIRCLE (Menemukan Kekurangan/Keunggulan Produk untuk menciptakan Ide baru yang Valid)

DISCOVERY



INTENT

INSIGHT



OBJECTIVE

STRATEGY



CLIENT SUCCESS IS OUR SUCCESS



Laboratorium Halal Sucofindo

1. Aktif Kolaborasi dengan Lembaga relevan
2. Aktif memanfaatkan SEO.
3. Menerapkan New Wave Marketing
4. Menerapkan Marketing 4.0
5. Perbanyak Titik Layanan
6. Mobile service
7. Network sampai ke Luar negeri
8. Selalu melakukan branding
9. Kreatif dan Inovatif, sampai lab kelistrikan dan sektor telekomunikasipun di buat





Marketing di era new wave

Legacy Marketing	New Wave Marketing
Segmentation	Communalization
Targeting	Confirming
Positioning	Clarifying
Differentiation	Coding
Marketing Mix	Crowd Combo
<i>Product</i>	<i>Co creation</i>
<i>Price</i>	<i>Currency</i>
<i>Place</i>	<i>Communal activation</i>
<i>Promotion</i>	<i>Conversation</i>
Selling	Commercialization
Brand	Character
Service	Caring
Process	Collaboration



1. SCI kolaborasi dengan BPJPH Kemenag
2. Dengan kurang lebih 63 titik layanan seluruh Indonesia, dan sejumlah seluruh fasilitas yang dimiliki Sucofindo ini akan dapat mendukung seluruh kegiatan jaminan produk halal di Indonesia yang dikelola oleh BPJPH



Customer Path

(Pola Keputusan Pembelian di era digital untuk menuju ke Loyal menggunakan jasa Lab)

Customer Path: From Individual ...



Customer Path: From Individual to **Social**



Perjalanan pelanggan (customer path) untuk menuju loyal, sebelum ada sosial media terdiri 4 A yaitu:

Aware, Attitude, Act, Act again.



Sekarang, setelah ada sosial media jadi 5A, yaitu:

Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate.



Strategi Marketing Era Digital untuk mendorong Konsumen Loyal

Fix the Bottlenecks!

ATTRACTION



X

CURIOSITY



X

COMMITMENT



X

AFFINITY



**Human-centric
marketing
for brand
attraction**

**Content
marketing
for brand
curiosity**

**Omni channel
marketing
for brand
commitment**

**Engagement
marketing
for brand
affinity**



Sarana Branding Jasa Lab

Komponen Utama *E-Marketing*



- ✓ Website design (user experience)
- ✓ Search engine optimization (SEO) *
- ✓ Pay per click (PPC) *
- ✓ Social media marketing (SMM) *
- ✓ Email marketing
- ✓ Display advertising (banner ads)
- ✓ Content marketing



Bentuk Co creation dan Kolaborasi Sucofindo Dalam Melakukan Branding

- **Kerjasama dengan lembaga terkait melakukan sosialisasi Sertifikasi Halal ke UMKM plus bimtek sertifikasi.**
- **Sekaligus menyampaikan konten keunggulan Lab baik online maupun offline**
- **Bekerjasama dengan IPB untuk pengembangan Jasa Lab termasuk halal.**
- **Menggandeng Whatshalal Pte. Ltd, perusahaan blockchain produk halal asal Singapura.**





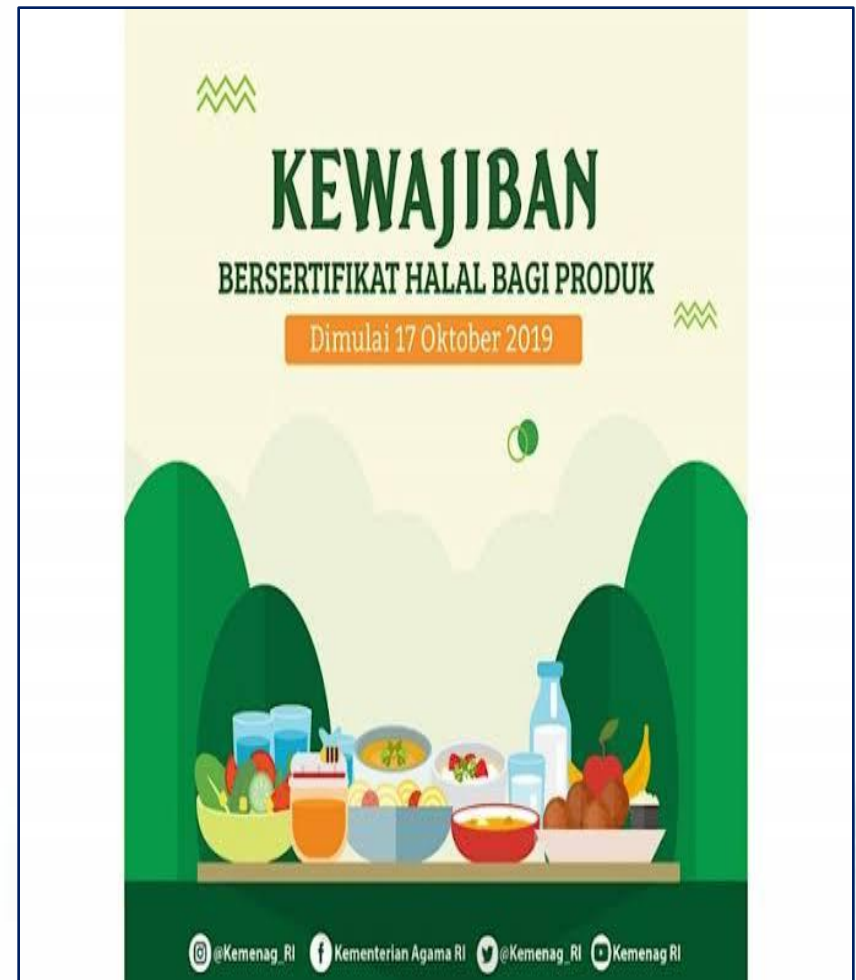
WARUNG KOPI





PENUTUP

- Industri Halal adalah Bisnis Yang sangat besar
- Perubahan Perilaku Konsumen Muslim akan mendorong kebutuhan sertifikasi Halal
- LPH UIN harus ikut membangun branding sertifikasi halal baik offline maupun online
- Kolaborasi melalui kegiatan2 yg inovatif perlu diciptakan melalui kegiatan kerjasama sosialisai dengan lembaga terkait, pameran gaya hidup halal, mengundang pengusaha dengan acara halal award , memberikan potongan harga atau gratis bagi usaha kecil dsbnya
- Secar online integrated marketing communication hrs rajin dilakukan secara kontinu, menerapkan strategi marketing untuk mendorong konsumen yang sudah aware menjadi yakin untuk menggunakan jasa sertifikasi halal UIN Makasar





Block chain Halal

- Dalam UU itu ditegaskan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH) bagi masyarakat melalui Badan Penyelenggara Jaminan produk Halal (BPJPH).
- Untuk memperkuatnya, kita membangun aliansi strategis dengan pihak yang memiliki kompetensi spesifik untuk mendukung perdagangan halal dunia. Satu perusahaan ini, WhatsHalal ini menyediakan platform yang menjadi jembatan bagi produsen, distributor, konsumen, dan pihak ketiga seperti Sucofindo serta pemerintah yang ingin mengakses informasi halal secara global. Teknologi yang mereka gunakan adalah blockchain. Informasi penting dari sistem ini adalah transparansi,” katanya.
- Data produk makanan dan minuman yang terdapat di dalam blockchain telah melalui tahapan pemeriksaan mulai dari proses produksi di lading/manufaktur, agen distribusi, food processing di slaughterhouse, distribusi oleh wholesales, ritel, hingga sampai ke tangan konsumen. Blockchain tersebut akan memuat informasi audit halal dan sertifikasi produk.