

**DAMPAK PENGETAHUAN DAN KESADARAN KONSUMEN  
DALAM PRODUK HALAL MUI TERHADAP LABEL MIE  
GACOAN DI KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh :

Lukitarina  
401190106

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
2023**

## Abstrak

Lukitarina. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen dalam Produk Halal MUI Terhadap Label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Mansur Azis, M.S.I.

Kata kunci: Pengetahuan, Kesadaran, Halal.

Pengetahuan halal dapat diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap produk yang halal. Sementara kesadaran halal merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh konsumen untuk mencari dan mengonsumsi makanan yang halal sesuai dengan syariat agama Islam. Pada produk Mie Gacoan, secara resmi sertifikat halal MUI pada bahan bakunya telah didapatkan, namun sertifikat dan logo halal untuk produknya masih belum bisa didapatkan. Hal ini terjadi karena Mie Gacoan menggunakan nama-nama menyeramkan (makhluk gaib) yang jelas bertentangan dengan syariat dan kemungkinan besar mengarahkan pada kekufuran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengetahuan dan kesadaran konsumen tentang Halal MUI terhadap Mie Gacoan serta dampaknya terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa konsumen Mie Gacoan memiliki pengetahuan yang rendah dan kesadaran ekstrinsik terhadap halal Mie Gacoan. Pengetahuan dan kesadaran konsumen Mie Gacoan terhadap halal MUI tidak memberikan dampak negatif pada label Mie Gacoan. Konsumen tetap memilih Mie Gacoan meskipun belum adanya sertifikasi halal dari MUI.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Lukitarina	401190106	Ekonomi Syariah	Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Dalam Produk Halal MUI Terhadap Label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 13 Maret 2023



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

*[Signature]*  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

*[Signature]*  
Mansur Azis, M.S.I  
NIP 202408601



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Dalam Produk Halal MUI Terhadap Label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo  
Nama : Lukitarina  
NIM : 401190106  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Si

NIP 197202111999032003

Penguji I :

Muchtin Humaidi, M.IRKH.

NIP 2027068103

Penguji II :

Mansur Azis, M.S.I

NIP 2024068601

(.....)  
(.....)  
(.....)



Ponorogo,  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Yuthi Hadi Aminuddin, M. Ag  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lukitarina  
NIM : 401190106  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Dampak Pengetahuan Dan Kesadaran Konsumen Dalam Produk Halal Mui Terhadap Label Mie Gacoan Di Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing, selanjtnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 4 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Lukitarina



**IAIN**  
**PONOROGO**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lukitarina

NIM : 401190106

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

DAMPAK PENGETAHUAN DAN KESADARAN KONSUMEN DALAM  
PRODUK HALAL MUI TERHADAP LABEL MIE GACOAN DI  
KABUPATEN PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 13 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



Lukitarina  
NIM 401190106

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penelitian Terdahulu .....	8
F. Metode Penelitian .....	15
1. Jenis dan pendekatan Penelitian.....	15
2. Lokasi Penelitian/Tempat Penelitian.....	16
3. Data Dan Sumber Data.....	17
4. Teknik Pengumpulan Data .....	18
5. Teknik Pengolahan Data.....	19
6. Teknik Analisis Data.....	19
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	21
G. Sistematika Pembahasan .....	22
<b>BAB II PENGETAHUAN DAN KESADARAN HALAL .....</b>	<b>24</b>
A. Pengetahuan .....	24
1. Pengetahuan Konsumen .....	24
2. Pengetahuan Halal.....	32
B. Kesadaran.....	34
1. Kesadaran Konsumen.....	34
2. Kesadaran Halal .....	35
C. Halal MUI .....	38
D. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Halal .....	45
<b>BAB III PENGETAHUAN DAN KESADARAN HALAL KONSUMEN MIE GACOAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pengetahuan Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan .....	51
B. Kesadaran Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan .....	54
C. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Terhadap Label Halal MUI pada Produk Mie Gacoan.....	57
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Analisis Pengetahuan Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan ..	59
B. Analisis Kesadaran Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan .....	61
C. Analisis Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Terhadap Label Halal MUI pada Produk Mie Gacoan .....	63

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>66</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) akan terus meneliti dan memberikan label halal pada berbagai jenis makanan olahan di berbagai daerah untuk mendapatkan kepastian tentang status pangan konsumsi makanan halal. Makanan halal merupakan makanan yang sesuai dengan hukum Islam baik untuk bahan baku, penggunaan zat aditif dan proses pembuatan sehingga makanan dapat dikonsumsi oleh umat Islam dengan baik dan benar. Makanan yang dikonsumsi mungkin terkontaminasi dengan beberapa zat yang dicurigai haram yang mengakibatkan kehalalan makanan menjadi diragukan atau dipertanyakan. Produk halal adalah produk yang memenuhi persyaratan halal menurut syariah Islam, yaitu (1) tidak mengandung babi atau bahan yang berasal dari babi; (2) tidak mengandung bahan-bahan terlarang seperti komponen turunan organ tubuh, darah, kotoran, dll. (3) Semua berasal dari hewan halal yang disembelih menurut hukum Islam. (4) Semua makanan dan minuman tanpa khamr. Selain itu, semua lokasi penyimpanan tidak digunakan untuk menjual, memproses, mengelola, atau mengangkut babi atau makanan haram lainnya. Bila digunakan untuk daging babi atau produk non-halal lainnya maka harus dibersihkan dengan prosedur yang telah diatur oleh syariat Islam. Ada dua urgensi sertifikasi halal yaitu (1) aspek moral sebagai bentuk tanggung jawab dari produsen ke konsumen. (2) Sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan

kepercayaan dan kepuasan konsumen.<sup>1</sup> Pada dasarnya, untuk mendapatkan sertifikasi Halal MUI ada beberapa kriteria. Selain tidak terdapat kriteria makanan haram yang disebutkan dalam Al-Quran, yaitu berasal dari hewan yang diharamkan, disembelih tidak dengan menyebut nama Allah, serta tidak membahayakan kesehatan.

Pengetahuan produk merupakan pengetahuan yang berfungsi mengidentifikasi tentang atribut atau karakteristik produk, konsekuensi keuntungan dari penggunaan produk, dan pencapaian nilai konsumen atas produk. Konsumen dapat mengkombinasikan tiga jenis pengetahuan produk membentuk jaringan asosiatif yang disebut rantai alat tujuan, yaitu alat yang menghubungkan pengetahuan konsumen mengenai atribut produk dengan pengetahuan mengenai konsekuensi dan nilai. Pengetahuan konsumen dipandang sebagai persepsi yang dimiliki konsumen baik sebelum maupun setelah menggunakan produk.<sup>2</sup> Sehingga pengetahuan halal dapat diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap produk yang halal.

Kesadaran yaitu kemampuan bagaimana merasakan suatu kejadian serta objek atau konsep yang menyiratkan persepsi terhadap kejadian atau subjek.<sup>3</sup> Sementara kesadaran halal merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh konsumen untuk mencari dan mengkonsumsi makanan yang halal sesuai dengan syariat agama Islam. Kesadaran seorang muslim terhadap

---

<sup>1</sup> Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal* (Jakarta: Khairul Bayaan, 2003), 9.

<sup>2</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri Masyhuri, *Metodologi Penelitian Manajemen Pemasaran : Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), 8.

<sup>3</sup> Daniel Goleman, *Emotional Intelligence* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998), 63-64.

produk yang halal salah satunya dengan mengetahui proses pengelolaan hasil makanan melalui kemasan makanan yang digunakan serta kebersihan akan makanan yang mereka konsumsi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi adalah benar-benar produk halal karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim (87 persen dari total penduduk) serta peluang permintaan dari konsumen nonmuslim terhadap produk halal, khususnya yang memiliki persepsi bahwa produk halal sama dengan produk sehat. Disisi lain secara definitif kesadaran halal adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi.<sup>4</sup> Sedangkan Menurut Pambudi kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang ada pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk dikonsumsi.<sup>5</sup> Dan Menurut Shaari dan Arifin Kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai syariat Islam.<sup>6</sup> Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya.

---

<sup>4</sup>Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner," *Jurnal Penelitian IPTEKS* Volume 3, Nomor 2 (2018), 5.

<sup>5</sup> Pambudi Nur, *Pengetahuan Halal dan Label Produksi* (Surabaya: Ekawara, t.t.), 7.

<sup>6</sup>*Ibid.*,8.

Dalam mengkonsumsi makanan, kita jelas harus mengikuti aturan yang telah ditentukan oleh syariat. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an:

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

Artinya : *“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”*<sup>7</sup>

Tidak sedikit pengusaha memberi nama-nama produknya dengan nama-nama buruk yang membuat bulu kuduk berdiri demi pemasarannya.<sup>8</sup> Tidak selayaknya kaum Muslim memberikan nama makanan yang baik dengan nama-nama yang buruk, padahal jika kita dapat merasakan karena makanan dan minuman tersebut merupakan rizki dari Allah SWT yang seharusnya dimuliakan dan dihormati. Jika ada yang sudah terlanjur memberi nama-nama makanan dan minuman dengan nama-nama yang buruk dan tidak layak maka wajib hukumnya mengembalikan nama-nama makanan dan minuman tersebut kepada nama yang semestinya.<sup>9</sup> Dan yang lebih penting, kaum Muslim sebaiknya menghindari mengkonsumsi makanan-makanan tersebut serta lebih memilih yang baik dan halal.

Faktanya beberapa tahun belakangan ini, penggagas produk makanan ramai mengeluarkan strategi pemasaran (*marketing*) dengan cara-cara unik, hingga aneh. Dalam permasalahan ini, produk Mie Gacoan ini sangatlah

<sup>7</sup> Al-Qur'an, 1:168.

<sup>8</sup> Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 209.

<sup>9</sup> Danang Waskito, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)” (skripsi, Fakultas Ekonomi, 2015), 4.

menarik. Beberapa konsumen tertarik dengan pemasaran Mie Gacoan karena rasanya yang sangat enak, kemudian rasa pedasnya dapat disesuaikan, serta penempatan objek penjualan selalu pada tempat-tempat yang strategis dimana berdekatan dengan kampus dan tempat-tempat yang ramai akan pengunjung, khususnya para mahasiswa, ataupun tempat umum lainnya. Disamping itu, banyak masyarakat yang lebih menyukai hal-hal yang instan dimana sekarang ini banyak kemudahan sistem seperti pesan dan diantar oleh *delivery online*.

Baru-baru ini banyak informasi yang memberitakan bahwa produk Mie Gacoan tidak bisa mendapatkan sertifikat halal MUI. Hal ini dikarenakan label Mie Gacoan bertentangan dengan salah satu kriteria makanan halal yang ditetapkan oleh MUI yaitu menggunakan nama yang mengarahkan pada sesuatu yang bertentangan dari syariat. Makanan utama yang disajikan oleh restoran ini adalah mie goreng pedas dengan pilihan menu "Mie Angel", "Mie Iblis" dan "Mie Setan". Pembeli dapat memilih sendiri tingkat kepedasan mie tersebut dari level 1 hingga level 8. Untuk minuman, tersedia aneka es buah dengan nama-nama unik seperti "Es Genderuwo", "Es Tuyul", "Es Sundel Bolong" dan "Es Pocong". Minuman yang umum dijual di restoran juga disediakan diantaranya air mineral, *lemon tea*, *milo*, *orange*, es teh, teh tarik, *vanilla latte*, *thai tea*, *thai green tea* dan es coklat. Selain makanan utama dan minuman, restoran Mie Gacoan juga menyediakan menu dimsum (makanan kecil) diantaranya siomay, udang rambutan, udang keju, lumpia udang, pangsit goreng dan ceker. Menggunakan nama-nama hantu jelas bertentangan dengan syariat yang kemungkinan besar mengarahkan

pada kekufuran. Memang Islam tidak memungkiri adanya makhluk-makhluk gaib, seperti jindan hantu namun jika digunakan sebagai nama makanan tetap tidaklah etis.

Mie Gacoan secara resmi telah mendapatkan sertifikat halal MUI pada bahan bakunya pada 1 Desember 2022. Namun, sertifikat dan logo halal untuk produknya masih belum bisa didapatkan.<sup>10</sup> Meskipun begitu, seharusnya Mie Gacoan harus tetap mencari cara agar mendapatkan label halal MUI dalam produknya. Hal ini dianggap penting untuk menetralkan nama Mie Gacoan yang identik dengan keburukan serta meyakinkan dan mempertahankan konsumennya meskipun harus merubah nama menu yang menjadi penghambatnya.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang skripsi yang berjudul “Dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen dalam produk halal MUI terhadap label Mie Gacoan di Kabupaten Ponorogo”

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah adalah pertanyaan yang ditimbulkan dan akan dijawab berdasarkan data-data dalam sebuah penelitian. Maka dari itu, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan?

---

<sup>10</sup> Muhammad Aswar, “Sah! MUI Terbitkan Sertifikat Halal Bahan Baku Mie Gacoan, Selangkah Lagi sudah Halal - Media Pemasang,” 3 Desember 2022, <https://pemasang.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-2405924600/sah-mui-terbitkan-sertifikat-halal-bahan-baku-mie-gacoan-selangkah-lagi-sudah-halal>.

2. Bagaimana kesadaran konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan?
3. Bagaimana dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap label halal MUI pada produk Mie Gacoan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang, pokok permasalahan dan judul penelitian maka dapat dirumuskan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengetahuan konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan
2. Untuk mengetahui kesadaran konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan
3. Untuk mengetahui dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap label halal MUI pada produk Mie Gacoan

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai diharapkan penelitian ini mempunyai kegunaan. Adapun kegunaan penelitian dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis:

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan masukan, kontribusi, dan sumbangan keilmuan bagi perkembangan ilmu Ekonomi Syariah, khususnya tentang Menambah khasanah ilmu pengetahuan, lebih terakit dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI.

## 2. Secara Praktis:

### a. Perusahaan Mie Gacoan

Bagi Perusahaan Mie Gacoan penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai acuan guna menyelesaikan konflik terkait dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan.

### b. Masyarakat

Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan mereka untuk senantiasa saling memahami segala bentuk dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI.

### c. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan memecahkan problem-problem dalam proses penelitian terutama kasus sosial yang berhubungan dengan dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Karya ilmiah dengan tema yang diajukan penulis bukanlah hal yang baru terjadi di masyarakat. Penelitian-penelitian dengan tema yang hampir sama sudah pernah dilakukan suatu penulis. Dalam melakukan suatu penelitian tentu harus memiliki perbedaan-perbedaan dengan penelitian sebelumnya, hal ini untuk menghindari adanya pengulangan penelitian, maka perlu adanya penguraian penelitian terdahulu yang diteliti oleh peneliti lain, beberapa penelitian tersebut diantaranya:



*Pertama*, Jurnal yang disusun oleh Karina Indah Rohmatun dan Citra Kusuma Dewi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli pada Kosmetik Halal Melalui Sikap”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa pengetahuan, religiusitas dan sikap berdampak signifikan secara simultan terhadap minat pembelian remaja Muslim Indonesia terhadap produk kosmetik halal.<sup>11</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan pada produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh pengetahuan dan religiusitas produk halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak pengetahuan masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Kedua*, karya ilmiah yang disusun oleh Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati dan Anya Safira dengan judul “Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Halal”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif pada sikap konsumen terhadap produk kosmetik halal serta sikap berpengaruh positif pada niat pembelian konsumen terhadap produk kosmetik halal merek Wardah dan Sariayu.<sup>12</sup> Persamaan penelitian

---

<sup>11</sup>Karina Indah Rohmatun dan Citra Kusuma Dewi, “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap,” *Jurnal Ecodemia* 1, Nomor 1 (2017), 6.

<sup>12</sup> Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Anya Safira, “Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal,” *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 8, Nomor 2 (2018), 6.

terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan pada produk. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh pengetahuan produk halal terhadap sikap, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak pengetahuan masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Ketiga*, jurnal yang disusun oleh Tri Nur Fadilah, Purwanto dan Achmad Nur Alfianto dengan judul “Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan dan produk halal berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian makanan halal.<sup>13</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan terhadap produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang tingkat pengetahuan dalam keputusan pembelian produk halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak pengetahuan masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Keempat*, karya ilmiah yang disusun oleh Nur Irma Ambo dan Ana Shakira Sapir dengan judul “Tahap Pengetahuan Kosmetik Halal dalam Kalangan Pelajar Pascasiswayah di Universiti Malaya”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa pelajar pasca-sarjana yang beragama

---

<sup>13</sup> Tri Nur Fadilah, Purwanto, dan Achmad Nur Alfianto, “Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal,” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* Volume 18, Nomor 1 (2022), 7.

Islam memiliki penguasaan pengetahuan tentang kosmetik halal melalui contoh dari tindakan Nabi Muhammad S.A.W dan tekad untuk menghidupkan sunnah Beliau.<sup>14</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengetahuan pada produk. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang tingkat pengetahuan pada produk halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak pengetahuan masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Kelima*, karya ilmiah yang disusun oleh Aura Nabilat En Najla dengan judul “Analisis Pengaruh Produk Halal, Persepsi harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa produk halal dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.<sup>15</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh produk halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak pengetahuan

---

<sup>14</sup> Nur Ilma Ambo dan Ana Shakirah Sapir, “Tahap Pengetahuan Kosmetik Halal dalam Kalangan Pelajar Pascasiswazah di Universiti Malaya,” *Jurnal Ilmi* 10 (2020): 7.

<sup>15</sup> Aura Nabilat En Najla, *Analisis Pengaruh Produk Halal, Persepsi harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Ibu Entin Serang)* (Banten: Repository UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2020).

masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Keenam*, karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal” yang disusun oleh Unung Triana. Dalam karya Ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa sertifikasi halal, bahan makanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap konsumsi produk halal sedangkan kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap konsumsi produk makanan halal.<sup>16</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kesadaran halal produk. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kesadaran terhadap konsumsi produk halal, sedangkan penelitian sekarang membahas dampak kesadaran masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Ketujuh*, karya ilmiah berupa jurnal yang berjudul “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal”. Karya ilmiah ini disusun oleh Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel keyakinan religious dan sertifikasi halal dengan variabel kesadaran halal sedangkan paparan informasi dan kesehatan tidak memiliki

---

<sup>16</sup>Unung Triana, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Volume 9, Nomor 2 (2022), 6.

pengaruh positif terhadap kesadaran halal.<sup>17</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kesadaran masyarakat pada produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang terhadap hal-hal yang mempengaruhi kesadaran masyarakat pada produk makanan halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak kesadaran masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Kedelapan*, Jurnal yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal” yang disusun oleh Aditya Tamara. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan berpengaruh positif terhadap minat beli.<sup>18</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kesadaran halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli produk makanan halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak kesadaran masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

---

<sup>17</sup> Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal,” *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 8, Nomor 1 (2017).

<sup>18</sup> Aditya Tamara, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)” (Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

*Kesembilan*, karya ilmiah berupa Jurnal yang disusun oleh Premi Wahyu Widyaningrum dengan judul “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa label halal, kesadaran halal, iklan, dan *celebrity endorser* mempunyai hubungan yang positif terhadap minat pembelian kosmetik melalui variabel persepsi sebagai mediasi.<sup>19</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kesadaran pada produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak kesadaran masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

*Kesepuluh*, buku yang disusun oleh Iswadi Amirudin dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal”. Dalam karya ilmiah ini menghasilkan kesimpulan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli produk makanan halal.<sup>20</sup> Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas

---

<sup>19</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo),” *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Volume 2, Nomor 2 (2019).

<sup>20</sup> Iswadi Amirudin, *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal* (Mataram: Universitas Pekalongan, 2020), 60.

tentang kesadaran pada produk halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kesadaran halal, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang dampak kesadaran masyarakat dalam label halal MUI. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dilakukan.

Dari seluruh penelitian terdahulu yang dicantumkan diatas maka belum ada penelitian yang membahas tentang dampak pengetahuan, kesadaran halal konsumen dalam label produk halal MUI terhadap label Mie Gacoan. Sehingga penelitian ini dinyatakan perlu dan penting untuk diteliti agar nantinya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan Mie Gacoan.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan yuridis empiris atau jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam lapangan.<sup>21</sup>

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif. Karena penelitian ini akan menguji pengetahuan dan kesadaran konsumen tentang halal MUI terhadap Mie Gacoan berdasarkan pada analisa induktif dimana proses penelitian dan

---

<sup>21</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), 15.

pemberian makna terhadap data dan informasi lebih ditonjolkan. Ciri utama pendekatan ini adalah bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta naturalistik. Sedang pendekatan deduktif dari sebuah teori hanya akan digunakan sebagai pembanding dari hasil penelitian yang diperoleh.

Menurut Tanzeh penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkap gejala secara holistik-kontekstual (secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks/apa adanya) melalui pengumpulan data dari latar alami sebagai sumber langsung dengan instrumen kunci penelitian itu sendiri.<sup>22</sup>

## **2. Lokasi Penelitian/Tempat Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertempat di restoran Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo yang dimiliki oleh PT. Pesta Pora Abadi. Mie Gacoan Ponorogo berada di Jl. KH. Hasyim Asyari, Sukun, Kauman, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Penelitian dilakukan ditempat tersebut karena Mie Gacoan merupakan merk dagang dari jaringan restoran mie terpedas nomor 1 (satu) di Indonesia tetapi belum mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Meskipun begitu, antusias konsumen sangat tinggi sehingga restoran Mie Gacoan ramai dipadati pengunjung.

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, 63.



### 3. Data Dan Sumber Data

#### a. Data

Data adalah variabel yang tidak bisa diklarifikasikan. Nilai variabel kualitatif bukan berupa angka, tetapi bentuk kategori *mutually exclusive*.<sup>23</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari informan yang sudah menjadi konsumen dari Mie Gacoan Kabupaten Ponorogo.

#### b. Sumber Data

##### 1) Data Primer

Data primer adalah pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>24</sup> Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah masyarakat yang meliputi; manajemen perusahaan, karyawan, dan orang dewasa yang tidak mengelola makanan (satpam, tukang parkir dan petugas kebersihan).<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup>*Ibid.*, 12

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 187.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 18.

## 2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.<sup>26</sup> Sumber data sekunder ini akan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data-data dan menganalisis hasil dari penelitian ini yang nantinya dapat memperkuat temuan dan menghasilkan penelitian yang mempunyai tingkat validitas yang tinggi.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode wawancara. Wawancara merupakan cara yang dipakai untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti.<sup>27</sup> Dalam hal ini dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Peneliti melakukan wawancara kepada masyarakat yang membeli Mie Gacoan melalui Konsumen.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, 187.

<sup>27</sup> Fandi Rosi Sarwo Edi, *Tes Wawancara Psikodiagnosik* (Yogyakarta: Leutikaprio, 2016),

## 5. Teknik Pengolahan Data

Metode pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka metode pengolahan data dilakukan dengan menguraikan data dalam bentuk kalimat teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Diantaranya melalui tahap: pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*), dan pembuatan kesimpulan (*concluding*).<sup>28</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri ataupun orang lain.<sup>29</sup>

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis data model *Miles and Huberman*. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya

---

<sup>28</sup> Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85.

<sup>29</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 236.

sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>30</sup>

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.<sup>31</sup> Pada tahap reduksi data, peneliti merangkum data hasil penelitian yang diperoleh dari informan selama di lapangan kemudian memilah data tersebut sesuai dengan fokus dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap label halal MUI pada produk Mie Gacoan.

b. Penyajian Data

Kegiatan yang dilakukan setelah reduksi data yaitu penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sebagainya, yang paling sering digunakan untuk penyajian data yaitu dengan teks naratif. Penyajian data mempermudah dalam melakukan pemahaman mengenai permasalahan yang terjadi dan merencanakan penelitian kerja yang selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.<sup>32</sup> Dalam hal ini peneliti menggunakan teks naratif untuk memaparkan

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, 321.

<sup>31</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 407.

<sup>32</sup> *Ibid.*, 341.

bagaimana dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap label halal MUI pada produk Mie Gacoan.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi data adalah proses untuk mendapatkan bukti-bukti mendukung tahap pengumpulan data. Dari fakta-fakta tersebut dalam konteksnya ditelaah peneliti dan menghasilkan suatu kesimpulan yang berarti. Berdasarkan keterangan di atas, peneliti mengumpulkan kemudian mengklasifikasikan dan ditarik kesimpulan. Pada saat penarikan kesimpulan peneliti harus memahami dan tanggap mengenai permasalahan yang diteliti secara langsung di lapangan.<sup>33</sup> Penarikan kesimpulan dapat diperoleh dengan menyelesaikan analisis seluruh data yang telah diperoleh, peneliti harus mengkonfirmasi atau merevisi kesimpulan yang telah dibuat demi mencapai kesimpulan akhir yang berupa proposisi ilmiah mengenai permasalahan yang diteliti.<sup>34</sup>

## 7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Sebagaimana pentingnya kedudukan data dalam penelitian, memastikan kebenaran atau keabsahan data merupakan sesuatu yang tidak boleh diabaikan oleh seorang peneliti. Data baik dan benar akan menentukan hasil atau penelitian yang baik dan benar. Sebaliknya data

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, 338.

<sup>34</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKS, 2007), 104.

yang keliru (diragukan kebenarannya) akan menurunkan derajat kepercayaan sebuah penelitian.<sup>35</sup>

Peneliti menggunakan teknik triangulasi yakni suatu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara membandingkan data dalam penelitian. Pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan antara hasil berbagai narasumber, yakni buku, dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini dengan wawancara.

### G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah hasil penelitian dan agar dapat dicerna runtut diperlukan sebuah sistematika pembahasan. dalam laporan penelitian ini di kelompokkan dalam 6 bab, yang masing-masing terdiri dari sub yang berkaitan satu sama lainnya. Sistematika ini menguraikan apa yang dimaksud dalam setiap bab.

**Bab Pertama**, pendahuluan yang merupakan ilustrasi skripsi secara keseluruhan. Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

**Bab Kedua**, Kajian Teori. Pada bab ini berfungsi untuk memaparkan kerangka awal teori yang digunakan sebagai alat bantu memahami data dalam melakukan penelitian yang terdiri dari pengetahuan dan kesadaran halal konsumen beserta dampaknya.

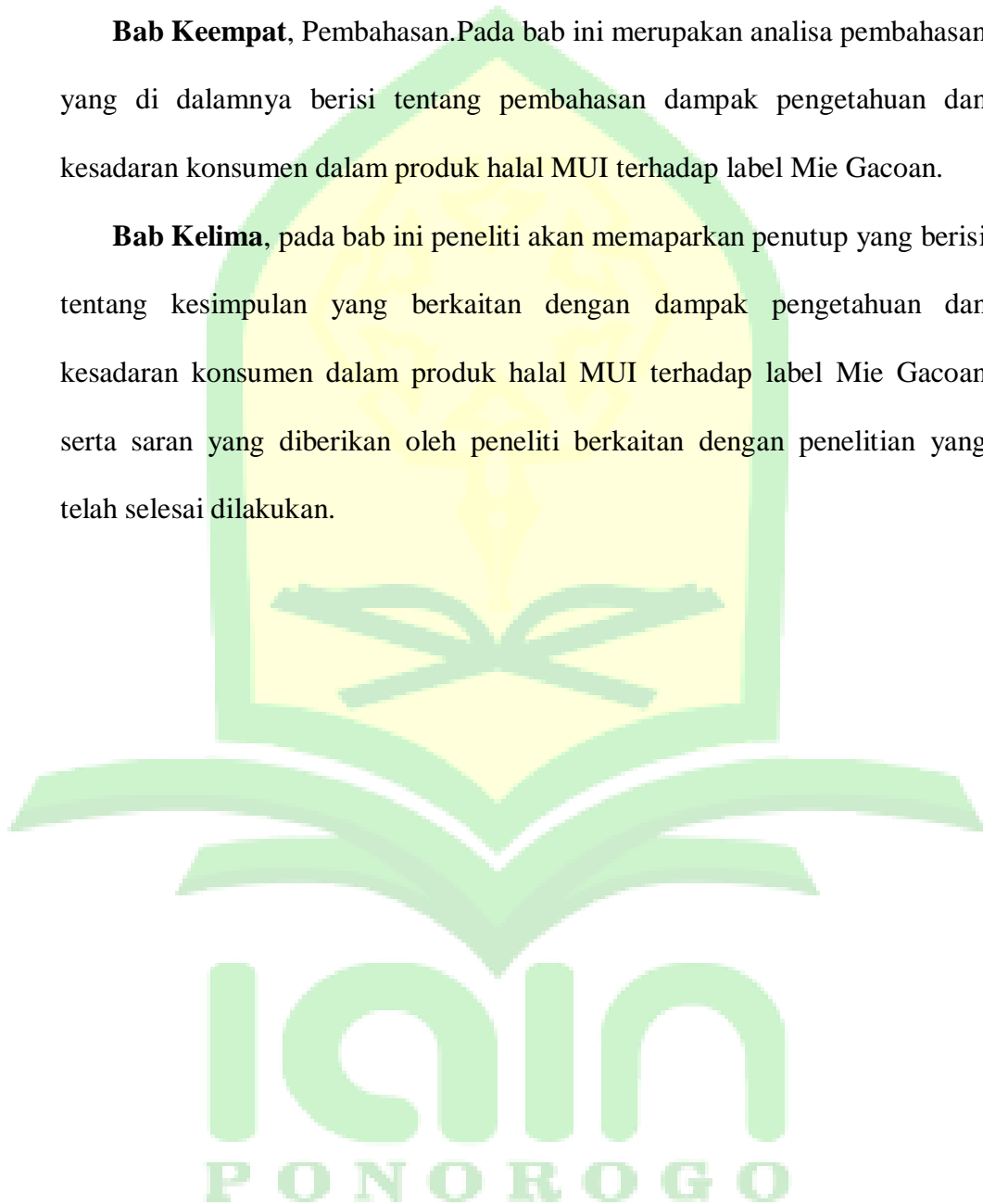
---

<sup>35</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 119.

**Bab Ketiga**, Paparan Data. Pada bab ini berisi tentang data inti dan data pendukung yang meliputi : sejarah pendirian, letak geografis, tempat dan survey pada pembeli dan berkaitan dengan rumusan masalah.

**Bab Keempat**, Pembahasan. Pada bab ini merupakan analisa pembahasan yang di dalamnya berisi tentang pembahasan dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen dalam produk halal MUI terhadap label Mie Gacoan.

**Bab Kelima**, pada bab ini peneliti akan memaparkan penutup yang berisi tentang kesimpulan yang berkaitan dengan dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen dalam produk halal MUI terhadap label Mie Gacoan serta saran yang diberikan oleh peneliti berkaitan dengan penelitian yang telah selesai dilakukan.



## BAB II

### PENGETAHUAN DAN KESADARAN HALAL KONSUMEN

#### A. Pengetahuan

##### 1. Pengetahuan Konsumen

Secara etimologi, pengetahuan diartikan sebagai ilmu.<sup>1</sup> Menurut Rahman dkk., pengertian pengetahuan mengarah pada pemahaman seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek sehingga menghasilkan suatu keterampilan dan keahlian.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Suhartono dalam Nurjanatun menyatakan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari keingintahuan yang timbul secara spontan dari kecenderungan psikis sebagai salah satu dari kodrat manusia.<sup>3</sup> Sehingga pengetahuan dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi dari seseorang yang muncul setelah adanya pengalaman, bukti nyata atau perasaan tertentu.

Pengetahuan konsumen adalah informasi mengenai sebuah produk yang disimpan dalam memori konsumen.<sup>4</sup> Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang disimpan oleh konsumen terkait apapun yang berhubungan dengan produk atau jasa. Pengetahuan konsumen tersebut akan memberikan pengaruh terhadap keputusannya

---

<sup>1</sup> Sampurna, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Cipta Karya, 2003), 329.

<sup>2</sup> Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Anya Safira, "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal," *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, Nomor 2 (2018): 107.

<sup>3</sup> Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, Nomor 1 (2020): 13.

<sup>4</sup> Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016), 6.



dalam membeli.<sup>5</sup> Menurut Notoatmojo, untuk mendapatkan pengetahuan terdapat dua teknik yaitu:

a. Teknik Tradisional (Non Ilmiah)

Pada zaman dahulu, manusia mendapatkan pengetahuan dalam strategi pemecahan masalah mereka menggunakan cara coba-coba, kebetulan, paksaan, pengalaman pribadi, akal, wahyu, kebenaran, atau logika baik induksi maupun deduksi.

b. Teknik Modern (Ilmiah)

Teknik ini digunakan manusia sekarang dimana pengetahuan didapatkan melalui proses yang sistematis, logis dan ilmiah. Teknik modern dilaksanakan melalui penelitian dengan menggunakan instrument yang valid dan terpercaya serta hasilnya dapat dipublikasikan sehingga dapat dipertanggung jawabkan.<sup>6</sup>

Selain itu, menurut Notoatmojo pengetahuan memiliki enam tahapan atau tingkatan sebagai berikut.

a. Mengetahui (*know*)

Tahap ini adalah tahap yang mendasar dimana manusia memerlukan keterampilan berupa mendeskripsikan, menyebutkan, mendefinisikan dan menyatakan sesuatu yang telah dipelajari.

---

<sup>5</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 75.

<sup>6</sup> Della Santika, "Analisis Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi 2018-2020" (Skripsi, Jambi, Universitas Jambi, 2022), 11–12.

b. Memahami (*comprehension*)

Pada tahap ini didefinisikan sebagai kemampuan dalam melakukan pemaparan, perumusan dan interpretasi dengan benar terhadap sesuatu yang telah didapatkan.

c. Aplikasi (*application*)

Pada tahap ini, manusia akan menerapkan pengetahuan yang telah didupatkannya.

d. Analisis (*analysis*)

Analisis merupakan kemampuan manusia dalam melakukan deskripsi, pemisahan, pengelompokan, perbedaan maupun perbandingan terhadap bagian-bagian penyusun dari suatu objek.

e. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merupakan kemampuan manusia dalam melakukan perangkaian, penyusunan, perencanaan, pengkategorian, desain serta penciptaan terhadap unsur-unsur pengetahuan menjadi sesuatu yang baru.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi merupakan tahap dimana manusia memiliki kemampuan dalam melakukan penilaian terhadap sesuatu melalui proses merencanakan, mengumpulkan dan menyajikan data agar menghasilkan pilihan alternatif lain.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Della Santika, "Analisis Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi 2018-2020" (Skripsi, Jambi, Universitas Jambi, 2022), 12–13.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan menurut Budiman dan Riyanto adalah sebagai berikut:

a. Pendidikan

Seorang yang memiliki pendidikan tinggi diyakini akan mempunyai pengetahuan yang besar. Pengetahuan dapat meningkat tidak hanya melalui pendidikan formal namun juga melalui pendidikan nonformal.

b. Media massa

Teknologi yang semakin berkembang memunculkan media massa yang memberikan pengetahuan terhadap masyarakat tentang hal-hal baru

c. Sosial, budaya dan ekonomi

Manusia akan mendapatkan informasi atau pengetahuan tanpa mencarinya melalui status sosial, budaya dan ekonomi karena status tersebut akan menentukan tersedianya fasilitas untuk aktivitas tertentu.

d. Lingkungan

Lingkungan yang merupakan semua aspek kehidupan manusia baik fisik, biologis maupun social akan mengirim informasi dan diterima sebagai pengetahuan oleh manusia meskipun tidak ada interaksi imbal balik.

e. Pengalaman

Pengalaman akan memberikan pengetahuan yang berbeda melalui masalah yang dihadapi sehingga manusia mendapatkan informasi, keterampilan serta peningkatan kemampuan.

f. Usia

Persepsi seseorang akan memunculkan sudut pandang dan cara berfikir sesuai usianya. Semakin bertambahnya usia maka pengetahuan yang dimiliki juga semakin banyak.<sup>8</sup>

Terdapat tiga jenis pengetahuan konsumen yakni pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

a. Pengetahuan Produk

Seseorang yang memiliki pengetahuan terhadap suatu produk akan mempengaruhi sikapnya dalam mencari tahu tentang produk tersebut.<sup>9</sup> Menurut Rao dan Sieben, pengetahuan produk merupakan kumpulan informasi dan persepsi konsumen terhadap suatu produk yang tersimpan dalam memorinya.<sup>10</sup> Pengetahuan merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku manusia.<sup>11</sup> Apabila pengetahuan produk yang dimiliki konsumen

---

<sup>8</sup> Della Santika, "Analisis Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi 2018-2020" (Skripsi, Jambi, Universitas Jambi, 2022), 13–14.

<sup>9</sup> Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Anya Safira, "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal," *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, no. 2 (9 Agustus 2018): 107.

<sup>10</sup> Almira Nur Aulia, "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal" (Surakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), 8.

<sup>11</sup> Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016), 5.

semakin banyak maka akan berbeda pula sikapnya terhadap produk tersebut.

Pengetahuan produk terbagi menjadi tiga jenis yaitu pengetahuan tentang karakter produk, manfaat produk dan kepuasan terhadap produk.<sup>12</sup> Adapun pengetahuan terhadap suatu produk menurut Sumarwan meliputi kategori, label, terminologi, fitur, harga dan kepercayaan.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Nitisusatro pengetahuan produk meliputi kekhasan produk, manfaat produk, resiko produk dan rasa puas terhadap produk.<sup>14</sup> Pengetahuan produk bisa didapatkan dengan berbagai cara seperti ulasan orang lain, melihat langsung maupun iklan baik *offline* atau *online*.

Dalam mengambil keputusan, pengetahuan-pengetahuan terhadap sebuah produk memiliki peran penting. Stobbelaar mengemukakan bahwa pengetahuan akan berpengaruh pada sikap dalam membeli, proses mencari informasi dan proses mengevaluasi produk.<sup>15</sup> Pengetahuan konsumen terhadap suatu produk menjadi bahan pertimbangan untuk memutuskan perilaku yang akan dilakukan setelahnya.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 66.

<sup>13</sup> Almira Nur Aulia, "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal" (Skripsi, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), 8.

<sup>14</sup> Sanny Hanjaya, "Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte," *Jurnal manajemen dan Start-up Bisnis* 1, Nomor 2 (2016): 183.

<sup>15</sup> Ariezal Musthofa dan Burhanudin Buhanudin, "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, Nomor 1 (2021): 3.

## b. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian merupakan semua informasi mengenai dimana, kapan dan bagaimana konsumen dapat memperoleh suatu produk. Perilaku dalam pembelian terdiri dari *store contact*, *product contact* dan *transaction*. *Store contact* meliputi proses pencarian outlet, menuju outlet, dan masuk ke outlet. Sedangkan *product contact* meliputi pencarian posisi produk, lalu diambil dan dibawa ke kasir. Pada *transaction*, dilakukan pembayaran terhadap produk yang dipilih baik membayar dengan tunai, kartu kredit, kartu debit maupun media pembayaran lainnya.<sup>16</sup> Pengetahuan pembelian akan tercipta setelah konsumen mendapatkan pengetahuan tentang produk. Konsumen yang mempunyai pengetahuan produk akan memutuskan untuk membeli atau hanya sekedar tahu. Konsumen yang memutuskan untuk melakukan pembelian akan berusaha mendapatkan pengetahuan dalam pembelian produk tersebut.

## c. Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian merupakan informasi dalam memori konsumen tentang bagaimana memanfaatkan sebuah produk dan apa saja yang diperlukan.<sup>17</sup> Konsumen yang telah memiliki pengetahuan produk dan memutuskan untuk membelinya pasti membutuhkan pengetahuan tentang pemakaian suatu produk. Jika

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, 70–71.

<sup>17</sup> *Ibid.*, 73.

konsumen tidak memiliki pengetahuan pemakaian maka konsumen tidak bisa merasakan manfaat dari produk yang akan atau sudah dibelinya.

Terdapat dua variabel pengetahuan yang dikemukakan oleh Said, dkk., diantaranya:

- a. Pengetahuan objektif yakni informasi nyata dari suatu produk yang disimpan dalam memori jangka panjang konsumen
- b. Pengetahuan subjektif yakni pemahaman subjektif konsumen terhadap suatu produk.<sup>18</sup>

Adapun indikator pengetahuan yang dikemukakan oleh Mendrofa yakni

- a. Pengetahuan tentang produk
- b. Perbedaan produk dengan produk lain
- c. Informasi mengenai produk
- d. Kualitas dari produk.<sup>19</sup>

Dalam beberapa penelitian, pengetahuan konsumen memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk tersebut seperti penelitian yang dilakukan Fadilah, dkk (2022), Musthofa dan Burhanudin (2021), Hanjaya (2016), dan lain sebagainya. Beberapa penelitian lain

---

<sup>18</sup> Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Anya Safira, "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal," *ESENSI: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, no. 2 (9 Agustus 2018): 107.

<sup>19</sup> Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 1 (26 Agustus 2020): 14.

menjelaskan pengaruh pengetahuan produk terhadap minat beli, kepuasan, penilaian, perilaku mencari variasi, sikap dan lain sebagainya.

## 2. Pengetahuan Halal

Pengetahuan halal membantu para pelaku bisnis dan peneliti mengenali perilaku konsumen.<sup>20</sup> Status kehalalan produk makanan merupakan hal mendasar yang harus diperhatikan oleh umat muslim ketika membeli suatu produk.<sup>21</sup> Pengetahuan halal merupakan persepsi seorang muslim terhadap produk yang boleh dikonsumsi oleh orang Islam. Pengetahuan halal menjadi hal yang sangat penting bagi orang Islam karena menyangkut prinsip dari ajarannya.

Terdapat tiga prinsip konsumsi dalam Islam. Pertama, keyakinan bahwa konsumsi merupakan sarana untuk beribadah dan menaati perintah Allah, yang dikenal sebagai prinsip akidah. Kedua, prinsip ilmu, dimana seseorang harus mengetahui apakah barang yang akan dikonsumsi halal atau haram dari segi zat, proses, dan tujuannya. Ketiga, prinsip amaliah, di mana seseorang yang telah memiliki keyakinan yang benar dan pengetahuan yang cukup akan berusaha untuk hanya mengonsumsi makanan yang halal, serta menjauhi yang haram dan syubhat.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Ariezal Musthofa dan Burhanudin Buhanudin, "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021): 82.

<sup>21</sup> Candra Febrilyantri, "The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions," *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (7 Desember 2022): 106.

<sup>22</sup> Panji Sudono Bakti dan Amin Wahyudi, "Utilitas Konsumen Muslim," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 3 (15 Januari 2022): 856.



Pengetahuan halal merupakan salah satu hak konsumen terhadap suatu produk. Konsumen bisa mendapatkan informasi mengenai kehalalan suatu produk dari label LPPOM MUI yang ada di kemasan produk.<sup>23</sup> Persepsi halal dan haram setiap konsumen berbeda-beda. Semakin luas pengetahuannya terhadap halal dan haram maka akan semakin lebih teliti dalam melakukan analisa terhadap kemasan yang dimiliki suatu produk.<sup>24</sup> Oleh sebab itu, label halal pada kemasan dianggap sangat penting agar konsumen Indonesia yang mayoritas muslim dapat memperoleh pengetahuan secara benar.

Berdasarkan fakta dilapangan, pentingnya label halal dan bahan-bahan yang halal dari suatu produk masih banyak yang diabaikan oleh para konsumen muslim.<sup>25</sup> Fakta tersebut tidak terlepas dari pengetahuan halal dari para konsumen. Hal ini dapat disalahgunakan oleh oknum untuk mencampurkan bahan yang tidak halal. Sehingga, label halal juga dianggap penting untuk mentransfer pengetahuan halal kepada konsumen.

---

<sup>23</sup> Tri Nur Fadilah, Purwanto, dan Achmad Nur Alfianto, "Tingkat Pengetahuan Dan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal," *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 18, Nomor 1 (2022): 3.

<sup>24</sup> Ariezal Musthofa dan Burhanudin Buhanudin, "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021): 83.

<sup>25</sup> Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember," *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital* 1, Nomor 1 (2018): 289.

## B. Kesadaran

### 1. Kesadaran Konsumen

Menurut bahasa, kesadaran berasal dari kata “sadar” yang berarti insaf, siuman, ingat kembali.<sup>26</sup> Kesadaran merupakan salah satu unsur yang ada dalam diri manusia untuk memahami dan berperilaku terhadap realitas.<sup>27</sup> Menurut Aziz dan Vui, kesadaran adalah kemampuan untuk memahami, merasakan dan menyadari suatu keadaan dan objek. Kesadaran merupakan konsep mengenai pemahaman dan persepsi seseorang terhadap suatu peristiwa atau subjek.<sup>28</sup> Berdasarkan pengertian diatas kesadaran dapat didefinisikan sebagai pemahaman manusia terhadap suatu kondisi untuk menentukan tindakan apa yang akan dilakukan. Makna kesadaran lebih mendalam dari makna pengetahuan, dimana orang yang sadar tidak hanya mengetahui tapi juga memahami apa yang terjadi.

Kesadaran konsumen merupakan posisi dimana konsumen menyadari tentang adanya suatu produk. Kesadaran konsumen muncul karena adanya kebutuhan, pengetahuan produk, pengalaman konsumsi dan keinovatifan seseorang.<sup>29</sup> Kesadaran konsumen dianggap sangat penting sebelum adanya keputusan pembelian demi memenuhi

---

<sup>26</sup>Daryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Modern* (Surabaya: Apollo, 1994), 180.

<sup>27</sup> Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal,” *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, Nomor 1 (2017): 8.

<sup>28</sup> Danang Waskito, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)” (Skripsi, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 14, <https://eprints.uny.ac.id/29163/>.

<sup>29</sup> Siti Rochaeni, “Analisis Persepsi, Kesadaran, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal,” *Jurnal Agribisnis* 7, Nomor 1 (2013): 94.

kebutuhan konsumen.<sup>30</sup> Kesadaran konsumen menjadi tolak ukur untuk memperoleh informasi sejauh mana pengetahuan seorang konsumen terhadap keberadaan produk.

Kesadaran adalah keadaan pertama yang membentuk perilaku konsumen. Kesadaran merupakan tahap awal dari proses pembelian dimana konsumen yang tidak memiliki pengalaman terhadap produk menjadi terbiasa. Kesadaran konsumen juga dapat didefinisikan sebagai keadaan seseorang yang tertarik pada suatu barang atau jasa setelah mempunyai pengalaman dan informasi yang cukup tentangnya.<sup>31</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran konsumen adalah pemahaman konsumen tentang suatu produk atau jasa setelah adanya pengetahuan produk.

## 2. Kesadaran Halal

Kesadaran halal merupakan pengetahuan orang Islam terhadap konsep halal, proses halal dan memahami bahwa mengkonsumsi makanan yang halal adalah hal yang wajib baginya.<sup>32</sup> Kesadaran halal adalah pemahaman tentang apa yang baik dan boleh dikonsumsi oleh umat Islam sesuai al-Qur'an dan Hadist.<sup>33</sup> Kesadaran juga didefinisikan sebagai penguasaan orang Islam tentang semua hal yang mempunyai

---

<sup>30</sup> Desi Anggraini, "Analisis Kesadaran Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal" (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 9.

<sup>31</sup> Muhammad Anwar Fathoni, *Kesadaran Konsumen terhadap Makanan Halal di Indonesia* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021), 11.

<sup>32</sup> Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)," 14.

<sup>33</sup> Pramintasari dan Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," 8.

hubungan dengan halal haram terutama dalam hal makanan sesuai dengan al-Qur'an dan Hadist.<sup>34</sup> Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah pemahaman yang dimiliki umat Islam tentang produk atau jasa yang halal dan haram baginya sesuai al-Qur'an dan Hadist.

Konsumen Indonesia diharapkan memiliki kesadaran halal agar dapat mendorong produsen untuk lebih memerhatikan tentang kehalalan suatu produk atau jasa.<sup>35</sup> Dalam hal ini kesadaran halal yang dimiliki konsumen saling berkaitan dengan kesadaran halal produsen. Semakin tinggi kesadaran halal konsumen maka semakin tinggi pula kesadaran produsen akan pentingnya label halal, begitupun sebaliknya.

Persepsi konsumen muslim terhadap produk yang sudah tersertifikasi halal adalah lebih enak, higienis dan aman. Hal tersebut karena produk halal bukan tentang bahan baku tapi juga mencakup aspek lain seperti keselamatan dan kualitas, penanganan, peralatan pengolahan, alat bantu pengolahan, pengemasan, Penyimpanan, transportasi, distribusi dan ritel.<sup>36</sup> Terdapat dua macam kesadaran halal dalam beragama yaitu kesadaran halal intrinsik dan kesadaran halal ekstrinsik.

---

<sup>34</sup> Unung Triana, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9, Nomor 2 (2022): 4.

<sup>35</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)," *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, Nomor 2 (2019): 79.

<sup>36</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)," *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2 (26 Februari 2019): 80.

a. Kesadaran Halal Intrinsik.

Kesadaran intrinsik adalah beragama dengan cara menyatukan nilai-nilai agama dalam dirinya. Orang dengan kesadaran halal intrinsik akan rela meluangkan waktunya untuk memastikan makanan yang akan dimakan benar-benar halal karena mereka yakin bahwa makanan halal adalah makanan yang terbaik untuk umat Islam. Bagi pemilik kesadaran halal intrinsik, logo halal MUI tidak cukup untuk memastikan kehalalan suatu makanan. Ardyanti et al. menyatakan bahwa pemahaman terhadap konsep halal mempengaruhi kesadaran konsumen Muslim terhadap makanan halal.

b. Kesadaran Halal Ekstrinsik.

Kesadaran ekstrinsik adalah dorongan dari seseorang untuk memanfaatkan agamanya. Orang dengan kesadaran halal ekstrinsik akan melihat sesuatu dari luarnya seperti logo halal, komposisi dan lainnya. Bagi mereka, logo halal sudah cukup memastikan bahwa makanan tersebut halal karena dia hanya ingin menunjukkan komitmennya terhadap ajarannya. Menurut Masitoh et al, terdapat hubungan positif antara kesadaran halal dengan persepsi terhadap sertifikat halal.<sup>37</sup>

Menurut Premi Wahyuni Widyaningrum, indikator kesadaran halal

adalah sebagai berikut

---

<sup>37</sup> Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2017): 9–10.

- a. Pemahaman atau pengetahuan
- b. Prioritas mengkonsumsi produk halal
- c. Sadar akan halal
- d. Keamanan produk.<sup>38</sup>

Dalam beberapa penelitian, kesadaran memberikan pengaruh terhadap minat beli dan keputusan pembelian seperti penelitian yang dilakukan oleh Desi Anggraini (2020), Ahmad Izzudin (2018), Unung Triana (2022) dan lain sebagainya.

### C. Halal MUI

Kata "halal" berasal dari bentuk masdar kata "حل" dalam Bahasa Arab yang memiliki makna melepas, membuka, atau membebaskan sesuatu dari sesuatu yang terikat atau terkendali.<sup>39</sup> Dari segi asal-usul kata, halal mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan dan memungkinkan untuk dilakukan karena tidak terikat atau dibatasi oleh aturan atau larangan tertentu. Dalam pengertian yang lebih luas, istilah halal merujuk pada semua hal, termasuk tindakan, aktivitas, cara berpakaian, dan lain sebagainya, yang diizinkan dan diperbolehkan oleh syariat Islam.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Unung Triana, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9, no. 2 (28 Juli 2022): 4.

<sup>39</sup> Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), 291.

<sup>40</sup> Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)," *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 2 (26 Februari 2019): 78.

Menurut Burhanuddin, produk halal merujuk pada produk yang mematuhi ketentuan kehalalan sesuai dengan ajaran agama Islam.<sup>41</sup> dalam konteks konsumsi, istilah halal merujuk pada pemakaian segala jenis bahan makanan atau minuman yang tidak mengandung bahan yang dianggap haram, sehingga dapat dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama Islam. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumsi bahan tersebut dibolehkan secara syariat.<sup>42</sup>

Menteri Agama Republik Indonesia berdasarkan peraturan Nomor 519 Tahun 2001 menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan terhadap makanan yang dikemas untuk diperdagangkan di Indonesia guna menentukan apakah produk tersebut halal atau tidak. MUI melakukan tugas tersebut melalui Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Dari keputusan menteri tersebut, dapat disimpulkan bahwa MUI memiliki wewenang untuk melakukan audit terhadap produk dan mengeluarkan sertifikat halal kepada perusahaan yang mengajukan uji halal kepada MUI. Sertifikat halal ini memungkinkan perusahaan untuk mencantumkan logo halal pada kemasan produk mereka.<sup>43</sup>

Menurut Fuad, sertifikasi produk halal mengacu pada proses permohonan dan pemeriksaan produk pangan oleh lembaga yang memiliki kewenangan

---

<sup>41</sup> Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner," *Jurnal Penelitian IPTEKS* 3, no. 2 (30 Juli 2018): 104, <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i2.1886>.

<sup>42</sup> Maris Wahidatul 'Ailah, "Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness dalam Perilaku Konsumen Muslim BreadTalk di Surabaya" (Tesis, Surabaya, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), 48–49.

<sup>43</sup> Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)" (Skripsi, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 10.

untuk memberikan sertifikat halal. Di sisi lain, labelisasi halal merupakan proses permohonan ijin kepada lembaga yang berwenang untuk memperoleh keputusan ijin bagi pengusaha untuk menandai produk pangan mereka dengan label halal pada kemasannya. Sedangkan tanda logo halal digunakan untuk menandakan bahwa suatu produk telah dinyatakan halal dan dapat dikonsumsi sesuai dengan aturan agama Islam, setelah mendapatkan jaminan dari badan pengawas (MUI).<sup>44</sup>

LPPOM MUI telah menetapkan HAS 23000 sebagai standar persyaratan sertifikasi halal untuk produk tertentu. Persyaratan ini mencakup kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) serta persyaratan lainnya, seperti kebijakan dan prosedur sertifikasi halal. Adapun dalam HAS 23000, terdapat sebanyak 11 kriteria SJH yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang ingin memperoleh sertifikat halal untuk produknya. Berikut ini adalah 11 kriteria SJH yang harus dipenuhi:

#### 1. Kebijakan Halal

Komitmen tertulis untuk memastikan konsistensi dalam menghasilkan produk halal dikenal sebagai kebijakan halal. Kebijakan halal harus ditegakkan dan dikomunikasikan secara jelas kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi produk.

#### 2. Tim Manajemen Halal

Sebuah kelompok orang yang bertanggung jawab atas perencanaan, implementasi, evaluasi, dan perbaikan Sistem Jaminan Halal di sebuah

---

<sup>44</sup> Talisa Rahma Pramintarsi dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2017): 13.



perusahaan disebut sebagai tim manajemen halal. Tim manajemen halal harus ditetapkan oleh manajemen puncak perusahaan, dengan disertai bukti tertulis. Tanggung jawab tim manajemen halal harus dijelaskan secara jelas, dan manajemen puncak perusahaan harus menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh tim manajemen halal untuk menjalankan tugasnya.

### 3. Pelatihan

Kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mencapai tingkat kompetensi yang diinginkan dikenal sebagai pelatihan. Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk melaksanakan pelatihan tersebut. Pelatihan harus disampaikan oleh staf yang memiliki kompetensi dalam merencanakan, menerapkan, mengevaluasi, dan memperbaiki Sistem Jaminan Halal sesuai dengan persyaratan sertifikasi halal. Pelatihan harus dilaksanakan minimal satu kali dalam setahun. Hasil dari pelatihan internal harus dievaluasi untuk memastikan kompetensi peserta pelatihan telah terpenuhi.

### 4. Bahan

Bahan-bahan yang dimaksudkan adalah:

- a. Bahan mentah (raw material), yaitu bahan utama yang digunakan untuk memproduksi produk
- b. Bahan tambahan (additive), yaitu bahan yang ditambahkan untuk meningkatkan sifat produk

- c. Bahan penunjang (processing aid), yaitu bahan yang digunakan untuk membantu produksi namun tidak termasuk dalam komposisi produk
- d. Kemasan yang bersentuhan langsung dengan bahan dan produk
- e. Pelumas/grease yang digunakan pada mesin dan dapat bersentuhan langsung dengan bahan dan produk
- f. Sanitizer dan bahan pembersih yang digunakan untuk membersihkan fasilitas/peralatan yang menangani bahan dan produk
- g. Media validasi hasil pencucian yang bersentuhan langsung dengan produk.

Ada dua kelompok bahan, yaitu bahan kritis dan bahan tidak kritis. Bahan tidak kritis terdapat pada Daftar Bahan Positif Halal, sementara bahan kritis tidak termasuk pada daftar tersebut. Untuk bahan kritis, diperlukan dokumen pendukung yang memadai.

## 5. Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi mencakup semua struktur bangunan, kamar, mesin, dan peralatan yang penting serta peralatan bantu yang diperlukan untuk menghasilkan produk. Untuk restoran/catering/dapur, persyaratan untuk fasilitas yang dimaksud adalah

- a. Pendaftaran diperlukan untuk semua dapur, gudang, dan outlet yang digunakan untuk menghasilkan produk, baik dimiliki sendiri maupun disewa dari pihak lain.

- b. Untuk restoran, fasilitas pendingin (chiller/refrigerator dan freezer) di dapur atau di gudang di luar outlet yang digunakan untuk menyimpan daging atau produk olahannya harus didedikasikan secara khusus untuk halal.
- c. Fasilitas selain yang disebutkan di atas dapat digunakan bersama (sharing facility), namun semua fasilitas yang berhubungan langsung dengan bahan atau produk harus bebas dari babi (pork free).

#### 6. Produk

Untuk mendaftarkan produk, produk tersebut bisa berupa produk retail, non-retail, produk akhir, atau produk antara. Produk harus memiliki karakteristik sensori yang tidak mengarah ke produk haram dan tidak memiliki bau atau rasa yang mencurigakan. Produk tidak boleh menggunakan bentuk, kemasan, atau label yang vulgar, porno, atau erotis. Jika sebuah produk dengan merek tertentu didaftarkan, maka semua varian atau produk lain dengan merek yang sama yang dijual di Indonesia juga harus didaftarkan. Khusus untuk produk retail.

#### 7. Prosedur Tertulis Aktivitas Kritis

Dalam konteks jaminan kehalalan produk, aktivitas kritis merujuk pada aktivitas yang memiliki potensi memengaruhi status kehalalan produk. Kegiatan ini mencakup penggunaan bahan yang baru pada produk yang sudah memiliki sertifikasi, pengembangan dan formulasi produk, pemeriksaan bahan yang diterima, produksi, pembersihan fasilitas produksi, penyimpanan bahan dan produk, dan juga pengiriman bahan dan

produk. Variasi ruang lingkup kegiatan kritis mungkin berbeda-beda tergantung pada proses bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Prosedur tertulis yang diterapkan dapat berupa SOP (Standard Operating Procedure), instruksi kerja, atau panduan kerja lainnya. Prosedur tertulis tersebut dapat diintegrasikan dengan prosedur sistem lain yang diterapkan dalam perusahaan.

#### 8. Kemampuan Telusur

Untuk memastikan produk yang telah disertifikasi dapat dilacak asal-usulnya dan berasal dari bahan yang telah disetujui oleh LPPOM MUI serta diproduksi di fasilitas yang memenuhi kriteria yang ditetapkan, perusahaan harus memiliki prosedur tertulis yang menjamin hal tersebut.

#### 9. Penanganan Produk Yang Tidak Memenuhi Kriteria

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk menangani produk yang tidak memenuhi kriteria agar produk tersebut tidak diproses ulang atau dikurangi kualitasnya, dan harus dimusnahkan atau tidak dijual kepada konsumen yang membutuhkan produk halal. Apabila produk telah terlanjur dijual, maka harus dilakukan proses penarikan.

#### 10. Audit Internal

Untuk memastikan pelaksanaan SJH sesuai dengan ketentuan, perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk melakukan audit internal. Audit internal tersebut wajib dilaksanakan minimal satu kali dalam setahun. Jika dalam audit internal ditemukan kelemahan atau tidak

terpenuhinya kriteria, perusahaan harus mengidentifikasi akar penyebabnya dan melakukan perbaikan. Perbaikan tersebut harus memiliki target waktu yang jelas dan harus efektif dalam mengatasi kelemahan serta mencegah terulangnya di masa depan.

#### 11. Kaji Ulang Manajemen

Untuk memastikan pengelolaan perusahaan berjalan dengan efektif, perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk melakukan kaji ulang manajemen. Kaji ulang manajemen tersebut wajib dilaksanakan minimal sekali dalam setahun.<sup>45</sup>

#### **D. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Halal**

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa variabel yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan kesadaran halal. Pengetahuan dan kesadaran halal memberi dampak baik positif maupun negatif pada variabel keputusan pembelian, minat beli, dan konsumsi produk halal.

Dalam beberapa penelitian, pengetahuan halal memberikan pengaruh positif pada variabel keputusan pembelian, minat beli dan konsumsi produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan memberikan dampak yang positif bagi suatu produk dimana semakin baik pengetahuan halal konsumen maka semakin besar pula minat beli, keputusan pembelian dan konsumsi produk.

---

<sup>45</sup> “Kriteria Sistem Jaminan Halal Dalam HAS23000 | LPPOM MUI,” 15 Juni 2022, <https://halalmui.org/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000/>.

Sedangkan dalam penelitian Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, label halal tidak terlalu berpengaruh pada variabel keputusan pembelian.<sup>46</sup> Hal ini dikarenakan masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran halal konsumen Indonesia dimana mereka merasa hidup di negara mayoritas muslim sehingga berkesimpulan bahwa rata-rata produk yang dijual adalah halal. Konsumen berpengetahuan halal rendah juga tidak dapat membedakan logo halal asli dengan logo halal buatan.

Berbeda dengan pengetahuan halal, dalam penelitian Desi Anggraini dan Triana Unung kesadaran halal justru tidak berpengaruh pada variabel keputusan pembelian dan konsumsi produk.<sup>47</sup> Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki kesadaran halal belum tentu mengimplikasinya pada kegiatan sehari-hari dan cenderung mengabaikannya.

Dapat disimpulkan bahwa meskipun dalam beberapa penelitian variabel pengetahuan halal dan kesadaran halal tidak berdampak secara signifikan pada suatu produk karena rendahnya pengetahuan dan kesadaran halal yang mereka miliki, konsumen dengan pengetahuan dan kesadaran halal tinggi tetap memerhatikan label halal pada produk. Oleh sebab itu, penelitian-penelitian tersebut menyarankan para produsen untuk tetap memerhatikan penggunaan label halal guna mengantisipasi konsumen muslim dengan pengetahuan dan kesadaran halal tinggi serta mengedukasi konsumen muslim

---

<sup>46</sup> Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 1 (26 Agustus 2020): 18.

<sup>47</sup> Desi Anggraini, "Analisis Kesadaran Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal" (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 11.

dengan pengetahuan dan kesadaran halal rendah tentang pentingnya label halal baginya.



### BAB III

#### PENGETAHUAN DAN KESADARAN HALAL KONSUMEN MIE

##### CACOAN

Mie Gacoan merupakan restoran anak perusahaan yang dikelola PT. Pesta Pora Abadi. Mie Gacoan pertama kali berdiri tahun 2016 dipelopori oleh pengusaha bergelar sarjana ekonomi (S.E) bernama Harris Kristanto. Outlet pertama Mie Gacoan berada di Malang dan sampai 2021 Mie Gacoan telah memiliki 54 outlet di Jawa dan Bali. Kata “gacoan” sendiri berasal dari kata “gaco” yang berarti jagoan.<sup>1</sup> Untuk dapat terus meningkatkan kinerjanya, Mie Gacoan memiliki visi dan misi sebagai berikut

a. Visi

Menjadi brand F&B retail terbaik dan terbesar dengan standard pelayanan, produk, dan kebersihan bertaraf internasional

b. Misi

- 1) Menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau untuk customer kelas menengah
- 2) Menciptakan customer experience yang terbaik dan berkelanjutan
- 3) Membawa nama Indonesia ke dalam peta F&B dunia.<sup>2</sup>

Salah satu outlet Mie Gacoan berada di Kabupaten Ponorogo. Mie Gacoan Ponorogo berada di Jl. KH. Hasyim Asyari, Sukun, Kauman, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo dengan dimanajeri oleh Bapak Hendra Kurniawan. Outlet Mie Gacoan di buka di Ponorogo pada 23 Februari 2016. Dengan 20 karyawan,

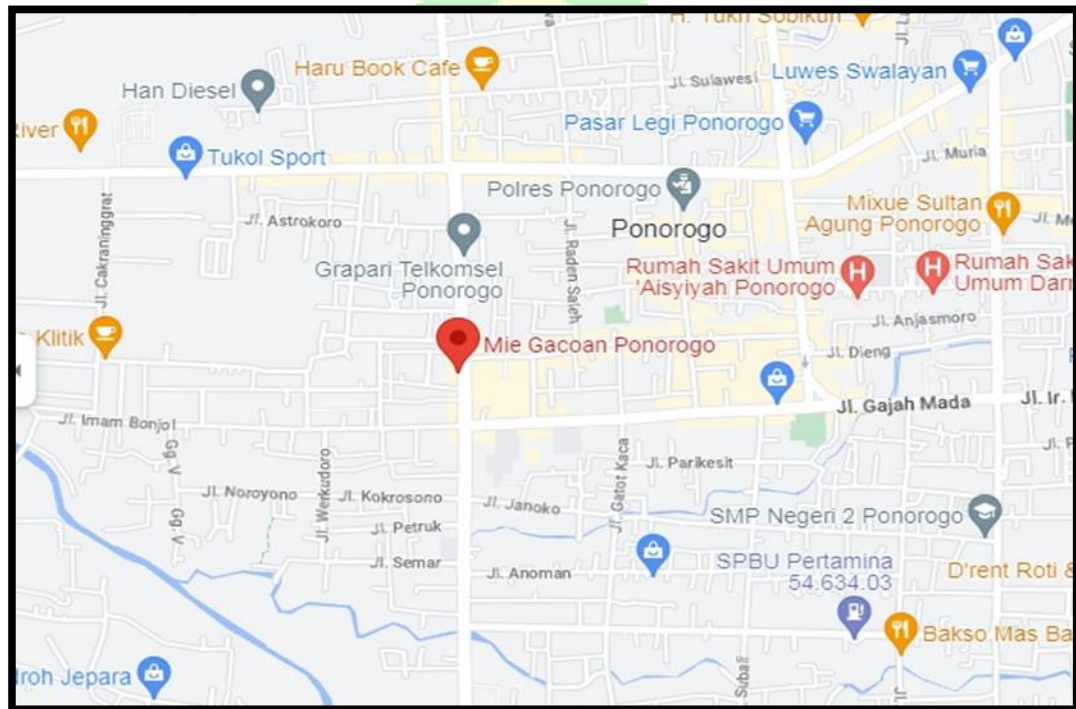
---

<sup>1</sup> Sabrina, “Sejarah Mie Gacoan, Mulai Dari Malang Hingga Seluruh Indonesia!,” *Fnbpreneur* (blog), 12 Oktober 2022, <https://fnbpreneur.id/sejarah-mie-gacoan/>.

<sup>2</sup> “Mie Gacoan,” diakses 28 Januari 2023, <https://www.miegacoan.com/>.



Mie Gacoan Ponorogo dapat melayani konsumen hingga 1.200 porsi perhari dari pukul 10.30 hingga 21.30. Mie Gacoan Ponorogo menawarkan menu mie dengan berbagai rasa dan tingkat kepedasan yang dapat dipilih oleh pelanggannya serta minuman dan makanan kecil sama seperti outlet Mie Gacoan di kota lain.<sup>3</sup>



Gambar 3.1 Peta lokasi Mie Gacoan Ponorogo<sup>4</sup>

Adapun menu-menu yang ditawarkan di Mie Gacoan Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Menu Mie Gacoan Ponorogo

Menu	Harga
Makanan	
Mie Angel	Rp. 9.500
Mie Setan Level 1 sampai 4	Rp. 9.500

<sup>3</sup> Aimatul Musyayaroh, *Wawancara*, 9 Februari 2023

<sup>4</sup>Mie Gacoan Ponorogo · Asari, Jl. KH. Hasyim Asyari, Sukun, Kauman, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63414, diakses 23 Februari 2023, <https://www.google.com/maps/place/Mie+Gacoan+Ponorogo/>.

Mie Setan Level 6 sampai 8	Rp. 10.500
Mie Iblis Level 0 sampai 4	Rp. 9.500
Mie Iblis Level 6 sampai 8	Rp. 10.500
Dimsum	
Siomay	Rp. 8.600
Udang Rambutan	Rp. 8.600
Udang Keju	Rp. 8.600
Lumpia Udang	Rp. 8.600
Pangsit Goreng	Rp. 9.500
Ceker	Rp. 8.600
Minuman	
Es Genderuwo	Rp. 8.600
Es Tuyul	Rp. 5.900
Es Sundel Bolong	Rp. 5.900
Es Pocong	Rp. 8.600
Mineral	Rp. 4.100
Lemon Tea	Rp. 5.900
Milo	Rp. 7.700
Orange	Rp. 5.000
Es Tea	Rp. 4.100
Tea Tarik	Rp. 6.400
Vanilla Latte	Rp. 7.700
Thai Tea	Rp. 7.700
Thai Green Tea	Rp. 7.700
Es Coklat	Rp. 7.700

Sumber: Observasi, 28 Januari 2023.

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan, peneliti melakukan wawancara kepada 1 karyawan dan 5 konsumen Mie Gacoan. Setelah

melakukan wawancara, peneliti telah melakukan reduksi data sesuai pembahasan dan disajikan dalam paparan data sebagai berikut:

#### **A. Pengetahuan Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan**

Konsumen muslim Mie Gacoan telah mengetahui tentang apa itu makanan halal. Menurut beberapa konsumen, makanan halal merupakan makanan yang tidak berasal dari bahan diharamkan oleh syariat Islam. Seperti yang telah disampaikan oleh salah satu konsumen Mie Gacoan bernama Lutfia, “Yang ga dilarang agama sih, contohnya anjing, babi, yang bikin mabuk”.<sup>5</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh konsumen lain Uswatun, “Makanan yang diperbolehkan dalam Islam. Banyak sih, yang pasti bukan dari anjing, babi, darah, masih banyak lagi”.<sup>6</sup> Atin juga mengungkapkan hal serupa, “Makanan yang aman buat orang Islam. Ya ga ada bahan yang dari babi, bir gitu”.<sup>7</sup> Kesimpulan hasil wawancara tersebut yaitu menurut konsumen Mie Gacoan, makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan oleh Islam seperti anjing, babi, darah, dan yang memabukkan.

Makanan halal merupakan makanan yang telah diberi label halal oleh MUI sebagai lembaga yang berwenang untuk memastikan tidak adanya campuran barang haram. Hal ini sejalan dengan pernyataan disampaikan oleh Hawazin, “Yang pasti sudah ada label halal dari MUI, kalau sudah ada label halal pasti tidak ada campuran barang-barang haram”.<sup>8</sup> Hal ini juga diungkapkan oleh konsumen bernama Vanessa, “Yang sudah tersertifikasi

---

<sup>5</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>6</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>7</sup> Atin Dwi Anggraini. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>8</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

halal”.<sup>9</sup> Dapat disimpulkan bahwa beberapa konsumen sependapat jika makanan halal merupakan makanan yang sudah mendapatkan sertifikasi halal MUI.

Label halal bukan menjadi alasan utama bagi para konsumen memilih Mie Gacoan sebagai makanan yang mereka konsumsi. Mereka memilih Mie Gacoan karena rasanya yang enak, harganya yang murah dan tempatnya yang nyaman. Hal ini disampaikan oleh Lutfia, “Tentang label halal saya tidak tau, yang saya tau Mie Gacoan enak, murah, tempatnya juga nyaman”.<sup>10</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Uswatun, “Kalau label halal tidak tahu, saya milih karena enak, murah, halal, anak-anak juga suka”.<sup>11</sup> Selain Lutfia dan Uswatun, Vanessa juga mengungkapkan hal yang senada, “Pernah dengar sih soal label halal, tapi saya milihnya karena enak sih, tempatnya nyaman buat nongkrong sama teman-teman”.<sup>12</sup> Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh testimoni-testimoni Mie Gacoan yang disampaikan melalui website Mie Gacoan. Dalam testimoninya, mereka menyatakan alasan memilih Mie Gacoan adalah karena rasanya yang enak dan harganya yang murah.<sup>13</sup> Dapat disimpulkan bahwa seluruh konsumen sependapat jika Mie Gacoan memiliki rasa yang enak, harga yang terjangkau serta tempat yang nyaman. Alasan tersebutlah yang menjadikan para konsumen memilih Mie Gacoan.

Tidak adanya label halal pada Mie Gacoan ternyata belum banyak diketahui oleh konsumennya. Bahkan, nama-nama menu Mie Gacoan yang

---

<sup>9</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>10</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>11</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>12</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>13</sup> “Mie Gacoan.”

menyeramkan dan dianggap mengandung kemusyrikan oleh MUI tidak membuat risih para konsumen Mie Gacoan. Mereka menganggap inovasi nama menu dari Mie Gacoan merupakan strategi pemasaran dari manajemen. Lutfia menyatakan, “Ga sih, mungkin emang dibuat gitu biar menarik perhatian”.<sup>14</sup> Disisi lain, nama-nama aneh dari Mie Gacoan justru menambah rasa penasaran dari konsumennya. Hal ini serupa dengan yang disampaikan oleh Atin, “Ga juga sih, malah menantang gitu namanya”.<sup>15</sup> Hal senada juga disampaikan oleh Hawazin, “Tidak, malah penasaran dengan rasanya”.<sup>16</sup> Meskipun begitu, nama-nama menyeramkan tersebut dianggap tidak sesuai dengan latar belakang lokasi Mie Gacoan yang nyaman. Hal ini disampaikan oleh Uswatun, “Sebenarnya risih juga sih, padahal tempatnya nyaman ga seperti yang ada di menunya”.<sup>17</sup> Disimpulkan bahwa beberapa konsumen ada yang mengaku tidak terganggu dengan nama-nama menyeramkan dari menu Mie Gacoan sedangkan beberapa lainnya mengaku risih.

Konsumen Mie Gacoan mempunyai persepsi masing-masing mengenai kehalalan Mie Gacoan selain dari label halal. Lutfia berpendapat bahwa kehalalan dapat dilihat dari bahan yang terlihat oleh mata, “Kalau dari menunya mie dengan topping pangsit dan ayam menurut saya itu halal sih”.<sup>18</sup> Hal serupa juga disampaikan oleh Uswatun Khasanah, “Kan isinya Cuma mie, ayam sama pangsit ya jadi Insyallah halal”.<sup>19</sup> Atin

<sup>14</sup>Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>15</sup> Atin Dwi Anggraini. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>16</sup>Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>17</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>18</sup>Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>19</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

mengungkapkan bahwa belum adanya label halal pada suatu produk bukan berarti produk tersebut haram, “Belum dapat sertifikat halal belum tentu haram juga kan. Pokoknya kita yakin aja bahannya kan mie sama ayam, pangsit, udang. Ga aneh-anehlah pokoknya.”<sup>20</sup> Sedangkan menurut Hawazin, ia yakin bahwa Mie Gacoan halal setelah melihat banyaknya pelanggan Mie Gacoan dan pendiriannya diizinkan oleh pemerintah setempat, “Karena pelanggan sangat banyak dan pemerintah daerah memberikan izin pendiriannya”.<sup>21</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Vanessa, “Pelanggannya banyak sekali dari semua kalangan, terutama remaja seperti saya”.<sup>22</sup> Kesimpulan dari wawancara tersebut adalah konsumen menganggap Mie Gacoan halal dengan alasan masing-masing seperti bahan yang terlihat, ramainya restoran, dan izin pendirian.

## **B. Kesadaran Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan**

Konsumen muslim Mie Gacoan telah memiliki kesadaran terhadap makanan halal yang mereka konsumsi. Mereka akan memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi adalah makanan halal meskipun tidak secara detail. Konsumen Mie Gacoan memastikan makanan halal sesuai dengan keyakinan mereka masing-masing. Hal ini disampaikan oleh Uswatun, “Pasti walaupun ga harus banget detail gitu ya, yang penting tau isinya dari apa aja udah cukup”.<sup>23</sup> Sedangkan menurut Hawazin, cara memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi makanan halal yaitu dengan melihat bahan dan

---

<sup>20</sup> Atin Dwi Anggraini. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>21</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>22</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>23</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

label halal dari makanan tersebut, “Melihat bahannya dan labelnya”.<sup>24</sup> Jika suatu makanan tidak memiliki label halal, salah satu cara yang mudah untuk memastikan suatu makanan itu halal adalah dengan melihat banyaknya orang yang mengonsumsi dan dijual secara terbuka atau tidak sembunyi-sembunyi. Hal ini disampaikan oleh Vanessa, “Banyak yang mengonsumsi dan dijual terbuka di muka umum”.<sup>25</sup> Kesimpulannya, cara memastikan makanan yang dikonsumsi halal menurut konsumen Mie Gacoan adalah dengan melihat bahan, label, antusias konsumen dan tempat penjualannya.

Memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi adalah makanan halal dianggap penting oleh konsumen Mie Gacoan. Lutfia berpendapat bahwa makanan halal akan menjamin keamanan suatu makanan untuk dikonsumsi, “Ya kayak yakin aja kalau makanannya halal pasti aman dimakan”.<sup>26</sup> Sejalan dengan Lutfia, Atin juga menyampaikan bahwa makanan halal aman bagi kesehatan, “Penting juga ya untuk kesehatan kita, kalau kita makan makanan yang ga halal pasti ngefek ke tubuh”.<sup>27</sup> Hawazin menambahkan jika memakan makanan halal akan mendapat dosa, “Sangat penting. Kalau makan makanan haram pasti akan berdosa dan berdampak bagi tubuh kita”.<sup>28</sup> Setelah memastikan makanan yang dikonsumsi halal juga akan menimbulkan rasa nyaman saat mengonsumsinya. Hal ini disampaikan oleh Uswatun, “Penting sih, kalau tau makanan itu halal pasti kan nyaman makannya”.<sup>29</sup> Dapat

---

<sup>24</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>25</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>26</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>27</sup> Atin Dwi Anggraini. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>28</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>29</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

disimpulkan bahwa konsumen Mie Gacoan berpendapat jika memastikan makanan yang dikonsumsi adalah makanan halal itu penting karena alasan kesehatan, kenyamanan dan keimanan.

Meskipun konsumen Mie Gacoan mempunyai kesadaran terhadap makanan halal, belum ada konsumen yang menanyakan langsung tentang kehalalan Mie Gacoan untuk memastikan kehalalannya kepada pihak restoran. Hal tersebut disampaikan oleh Aimatul selaku karyawan Mie Gacoan, “Sejauh ini belum pernah ada”.<sup>30</sup>

Walaupun begitu, konsumen Mie Gacoan menyadari akan pentingnya label halal pada Mie Gacoan dengan beberapa alasan. Label halal pada Mie Gacoan dianggap penting karena dapat menambah keyakinan dan kenyamanan konsumen muslim Mie Gacoan. Lutfia menyatakan, “Mungkin perlu, biar orang-orang tambah yakin makan Mie Gacoan”.<sup>31</sup> Senada dengan pernyataan Lutfia, Uswatun mengatakan “Perlu, walaupun orang-orang ga tanya logo halalnya tapi kita jadi lebih nyaman kalau tahu sudah dapat sertifikat halal”.<sup>32</sup> Hawazin juga mengatakan hal yang serupa, “Perlu, karena untuk meyakinkan konsumen terhadap keberadaan Mie Gacoan”.<sup>33</sup> Sedangkan Vanessa menganggap label halal Mie Gacoan penting agar pelanggan Mie Gacoan semakin banyak, “Perlu, biar tambah banyak pelanggannya”.<sup>34</sup> Kesimpulannya, semua konsumen Mie Gacoan sependapat

---

<sup>30</sup> Aimatul Musyayaroh, *Wawancara*, 9 Februari 2023

<sup>31</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>32</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>33</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>34</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023



jika perlu adanya sertifikat halal pada produk Mie Gacoan demi kenyamanan konsumen.

### **C. Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Terhadap Label Halal MUI pada Produk Mie Gacoan**

Pengetahuan dan kesadaran halal konsumen Mie Gacoan tidak berpengaruh terhadap minat beli pada produk Mie Gacoan. Konsumen telah melakukan pembelian Mie Gacoan beberapa kali meskipun Mie Gacoan belum memiliki sertifikat halal. Hal ini disampaikan oleh Lutfia, “Hampir sebulan sekali sih, kalau habis gaji terus pulang kerjanya mampir kesini sama teman-teman”.<sup>35</sup> Hal senada juga disampaikan oleh Vanessa, “Sering sekali, apalagi teman-temannya sering traktiran disini”.<sup>36</sup> Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen Mie Gacoan adalah konsumen yang sudah lebih dari satu kali membeli Mie Gacoan.

Meskipun konsumen Mie Gacoan tau tentang belum adanya sertifikasi halal pada Mie Gacoan, mereka tetap yakin untuk mengonsumsi Mie Gacoan. Lutfia beralasan, “Yakin, karena sudah jelas bahannya yang kita lihat”.<sup>37</sup> Uswatun juga menyampaikan hal yang sama, “Tetap membeli, tidak adanya label halal ga pengaruh sih bagi saya karena selain bahannya jelas, pelayanannya juga bersih, pelanggannya juga banyak”.<sup>38</sup> Hal tersebut juga diungkapkan oleh Hawazin, “Tidak adanya label halal tidak pengaruh untuk saya karena produknya seperti mie lainnya dan tidak ada bahan campuran

<sup>35</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>36</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>37</sup> Lutfia. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>38</sup> Uswatun Khasanah. *Wawancara*. 28 Januari 2023

yang resmi diharamkan”.<sup>39</sup> Begitu juga dengan Vanessa, “Ketiadaan label halal tidak berpengaruh bagi saya karena tidak ada efek samping juga selama saya makan disini”.<sup>40</sup> Dari beberapa hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Mie Gacoan tidak merasa ragu karena ketiadaan label halal pada produk Mie Gacoan.



---

<sup>39</sup> Hawazin Febri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

<sup>40</sup> Vanessa Putri. *Wawancara*. 28 Januari 2023

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis Pengetahuan Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan

Konsumen yang memiliki pengetahuan halal akan mampu mendefinisikan apa yang mereka ketahui mengenai makanan halal. Berdasarkan data yang telah didapatkan, konsumen Mie Gacoan memiliki pengetahuan yang baik terhadap makanan halal. Konsumen Mie Gacoan dapat mendefinisikan mengenai makanan halal berdasarkan pengetahuan yang mereka miliki. Adapun persepsi mereka terhadap makanan halal adalah sebagai berikut:

1. Makanan halal merupakan makanan yang diperbolehkan oleh syari'at Islam
2. Makanan yang sudah mempunyai sertifikasi halal
3. Makanan yang memiliki label halal

Namun, kehalalan bukan menjadi alasan utama konsumen dalam memilih Mie Gacoan sebagai menu makanan mereka. Mereka memilih Mie Gacoan karena rasanya yang enak, harganya yang murah dan tempatnya yang nyaman. Selain itu, konsumen Mie Gacoan juga tidak merasa risih terhadap nama-nama menu yang digunakan oleh Mie Gacoan. Mereka merasa tetap aman dan nyaman meskipun dengan nama menu yang menyeramkan. Bahkan, beberapa diantara mereka telah melakukan beberapa kali pembelian. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan konsumen Mie Gacoan berpengaruh terhadap minat beli mereka. Sejalan dengan kesimpulan tersebut,

sesuai dengan penelitian Sanny Hanjaya disimpulkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk.<sup>1</sup>

Begitu juga dengan pengetahuan konsumen terhadap halal Mie Gacoan. Meskipun rata-rata dari mereka tidak mengetahui jika Mie Gacoan belum mendapatkan sertifikat halal, mereka menggunakan persepsi mereka mengenai kehalalan produk Mie Gacoan. Mereka menganggap Mie Gacoan halal setelah melihat bahan-bahan yang terlihat dari luar seperti mie, ayam, pangsit dan lain sebagainya.

Pengetahuan mereka terhadap bahan-bahan yang terlihat dalam sepiring Mie gacoan sudah cukup memberikan keyakinan pada mereka bahwa Mie Gacoan adalah makanan halal. Selain itu, banyaknya pelanggan dan diperbolehkannya Mie Gacoan berdiri oleh pemerintah daerah juga cukup untuk memberikan informasi bahwa Mie Gacoan adalah makanan halal. Kesimpulan diatas sesuai dengan teori Stobbelaar dkk yang menyatakan bahwa konsumen mempunyai masing-masing pendapat terhadap kehalalan dan keharaman produk.<sup>2</sup> Semakin luas pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen makan semakin baik evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap informasi mengenai produk.

Dari paparan data, dapat dianalisis bahwa pengetahuan konsumen Mie Gacoan terhadap halal MUI di Mie Gacoan masih kurang atau dalam kategori rendah. Hal ini disebabkan karena konsumen Mie Gacoan tetap melakukan

---

<sup>1</sup> Sanny Hanjaya, "Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte," *Jurnal manajemen dan Start-up Bisnis* 1, no. 2 (2016): 189.

<sup>2</sup> Ariezal Musthofa dan Burhanudin Buhanudin, "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021): 83.

pembelian meskipun Mie Gacoan belum memiliki label halal. Mereka menganggap persepsi mereka terhadap kehalalan Mie Gacoan cukup untuk meyakinkan mereka dan tidak perlu menunggu adanya sertifikat dan label halal dari MUI sebagai lembaga yang berwenang menentukan kehalalan produk.

Selaras dengan penelitian Musthofa dan Burhanudin yang menyampaikan bahwa bila tidak terdapat logo halal MUI, pembeli Muslim yang kurang paham tentang halal akan mengandalkan keyakinan mereka, sedangkan pembeli Muslim yang lebih berpengetahuan tentang halal akan cenderung menunda pengambilan keputusan hingga mereka yakin bahwa makanan yang akan mereka konsumsi benar-benar halal.<sup>3</sup>

#### **B. Analisis Kesadaran Konsumen Terhadap Halal Mie Gacoan**

Konsumen yang memiliki kesadaran halal akan memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi adalah makanan halal. Berdasarkan data yang telah didapatkan, konsumen Mie Gacoan memiliki kesadaran terhadap kehalalan makanan yang mereka konsumsi. Konsumen Mie Gacoan sadar akan pentingnya makanan halal untuk mereka. Mereka memahami jika makanan halal akan berdampak baik pada kesehatan serta dapat menghindarkan mereka dari dosa. Meskipun tidak secara detail, mereka tetap memastikan makanan yang dikonsumsi adalah makanan halal dengan persepsi masing-masing. Adapun cara konsumen Mie Gacoan memastikan makanan yang dikonsumsi halal adalah sebagai berikut

---

<sup>3</sup> Ariezal Musthofa dan Burhanudin Buhanudin, "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021): 94–95.

1. Mengetahui secara sekilas bahan pembuatan makanan
2. Melihat label halal dari makanan
3. Banyak orang yang mengonsumsi makanan
4. Makanan dijual secara terbuka atau tidak sembunyi-sembunyi

Dari paparan data, dapat dianalisis bahwa kesadaran yang dimiliki konsumen Mie Gacoan termasuk dalam kesadaran ekstrinsik. Hal ini disebabkan karena sejauh ini belum ada konsumen Mie Gacoan yang menanyakan kehalalan Mie Gacoan secara langsung pada pihak Mie Gacoan. Konsumen hanya memastikan kehalalan Mie Gacoan melalui apa yang mereka lihat dalam sajian makanan. Bagi mereka, tanpa adanya label halal tidak berarti makanan yang mereka konsumsi adalah makanan haram atau diragukan kehalalannya sehingga pengetahuan halal mereka dianggap sudah cukup untuk memastikan bahwa Mie Gacoan adalah makanan halal.

Selaras dengan teori Pramintasari dan Fatmawati, konsumen yang memiliki kesadaran halal ekstrinsik akan fokus pada sesuatu yang terlihat saja seperti logo halal, komposisi dan lainnya.<sup>4</sup> Pengetahuan halal konsumen yang rendah akan menimbulkan kesadaran halal ekstrinsik pada diri konsumen. Sebaliknya, pengetahuan halal konsumen yang tinggi akan menimbulkan kesadaran halal intrinsik pada diri konsumen.

Meskipun begitu, konsumen Mie Gacoan menyadari pentingnya label halal MUI pada produk Mie Gacoan dengan beberapa alasan, diantaranya:

1. Meningkatkan kenyamanan dan keyakinan pelanggan Mie Gacoan

---

<sup>4</sup> Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2017): 10.

2. Meyakinkan pelanggan baru untuk memilih Mie Gacoan
3. Menambah pengetahuan konsumen mengenai makanan halal

Hal ini sesuai dengan penelitian Danang Waskito yang menghasilkan kesimpulan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat beli.<sup>5</sup> Dengan adanya label halal, konsumen dengan kesadaran ekstrinsik akan lebih yakin dalam membeli produk Mie Gacoan. Hal ini juga dapat memunculkan minat beli konsumen baru yang memiliki kesadaran intrinsik dimana mereka akan bisa benar-benar memastikan kehalalan dari makanan yang mereka konsumsi baik dari label MUI, komposisi, dll.

### **C. Analisis Dampak Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen Terhadap Label Halal MUI pada Produk Mie Gacoan**

Pengetahuan halal yang dimiliki konsumen Mie Gacoan tidak memberikan dampak negatif pada minat beli mereka. Hal ini dikarenakan para konsumen Mie Gacoan tergolong memiliki pengetahuan halal yang rendah terhadap makanan. Sesuai dengan penelitian Sahputra dan Nurlatifah, bahwa pengetahuan halal tidak memiliki pengaruh yang besar pada kepercayaan merek.<sup>6</sup>

Begitu juga kesadaran halal yang dimiliki konsumen Mie Gacoan tidak memberikan dampak negatif pada minat beli mereka. Hal ini dikarenakan para konsumen Mie Gacoan tergolong memiliki kesadaran ekstrinsik terhadap

---

<sup>5</sup> Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)" (Skripsi, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 66.

<sup>6</sup> Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)," *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, no. 1 (26 Agustus 2020): 18.

makanan. Sesuai dengan penelitian Triana, bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap konsumsi artinya semakin meningkatnya kesadaran halal tidak berdampak pada tingkat konsumsi produk makanan halal.<sup>7</sup>

Meskipun konsumen sudah mengetahui ketiadaan label halal MUI dan pentingnya label halal pada produk Mie Gacoan, mereka menyatakan tetap melakukan pembelian. Konsumen Mie Gacoan tetap berpegang kepada persepsi halal mereka pada Mie Gacoan. Hal ini sesuai dengan penelitian Izzudin yang menghasilkan kesimpulan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli produk, artinya meski tidak ada label halal pada kemasan produk, sebenarnya konsumen tetap membeli produk tersebut.<sup>8</sup>

Berdasarkan teori Desi Anggraini, karena Indonesia merupakan negara mayoritas muslim, masyarakat di Indonesia seringkali mengasumsikan bahwa makanan dan minuman yang dijual di pasaran sudah secara otomatis halal meskipun tanpa adanya label halal.<sup>9</sup> Hal ini juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya pengetahuan halal dan kesadaran halal konsumen Indonesia termasuk konsumen Mie Gacoan.

Pihak Mie Gacoan tidak bisa mengabaikan kesadaran konsumen akan pentingnya label halal pada produk Mie Gacoan meskipun harus dengan merubah nama-nama menunya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Menurut

---

<sup>7</sup> Unung Triana, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9, no. 2 (28 Juli 2022): 11.

<sup>8</sup> Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner," *Jurnal Penelitian IPTEKS* 3, no. 2 (30 Juli 2018): 293.

<sup>9</sup> Desi Anggraini, "Analisis Kesadaran Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal" (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 78.



Desi Anggraini, hal ini dikarenakan tujuan dari mencantumkan label halal pada setiap kemasan produk adalah untuk memberikan kepastian bahwa produk tersebut halal dan untuk memberikan ketenangan batin kepada konsumen muslim mengenai prosedur, bahan baku, dan pengolahan dari produk tersebut.<sup>10</sup> Dengan adanya label halal ini, masyarakat tidak perlu ragu dan lebih mudah dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut.



---

<sup>10</sup> Desi Anggraini, “Analisis Kesadaran Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal” (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 3.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai dampak pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap halal MUI pada produk Mie Gacoan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Konsumen Mie Gacoan memiliki pengetahuan yang rendah terhadap halal Mie Gacoan. Banyak konsumen Mie Gacoan yang tidak mengetahui jika Mie Gacoan belum memiliki sertifikasi halal dari MUI. Konsumen Mie Gacoan mengandalkan persepsi mereka dalam halal Mie Gacoan bukan dari label halal.
2. Konsumen Mie Gacoan memiliki kesadaran ekstrinsik terhadap halal Mie Gacoan. Konsumen Mie Gacoan merasa cukup dalam membuktikan kehalalan Mie Gacoan dengan hanya fokus pada bahan yang terlihat saja. Namun, mereka tetap menyadari pentingnya label halal MUI dalam produk Mie Gacoan.
3. Pengetahuan dan kesadaran konsumen Mie Gacoan terhadap halal MUI tidak memberikan dampak negatif pada label Mie Gacoan. Konsumen tetap memilih Mie Gacoan meskipun belum adanya sertifikasi halal dari MUI.

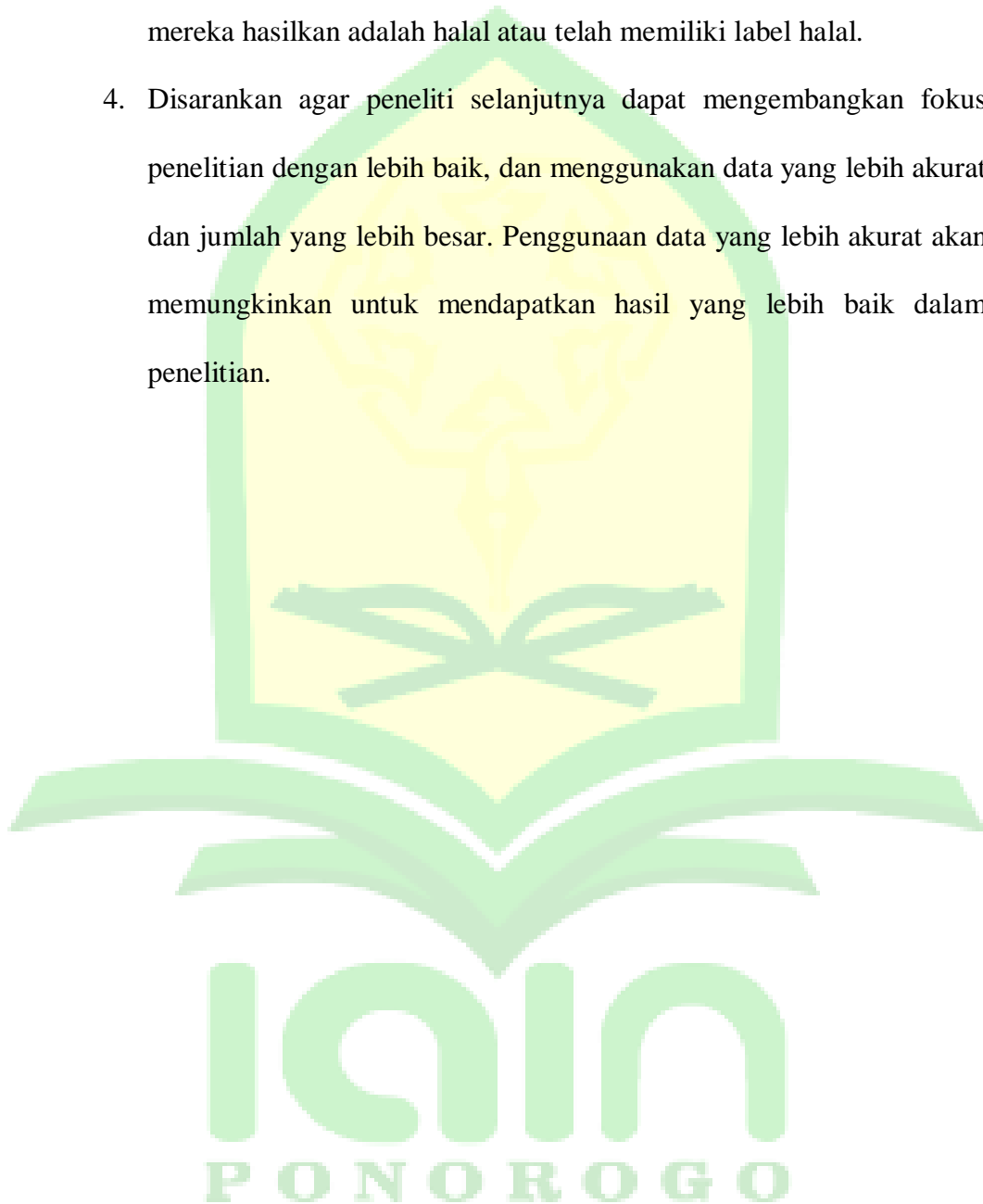
## B. Saran

Dari hasil dan kesimpulan yang telah dipresentasikan, peneliti akan mengemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait dengan penelitian ini. Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi konsumen makanan khususnya konsumen Mie Gacoan disarankan untuk selalu memeriksa label halal yang terdapat pada setiap kemasan produk makanan atau barang konsumsi lainnya, karena produk yang telah berlabel halal dipastikan sudah terjamin kehalalannya dan layak untuk dikonsumsi. Selain itu, konsumsi makanan yang halal juga merupakan ajaran penting dalam agama Islam.
2. Produsen khususnya perusahaan Mie Gacoan disarankan untuk memberikan prioritas pada sertifikasi halal dengan menampilkan logo halal pada setiap kemasan produk, serta menggunakan bahan-bahan berkualitas dan bebas dari zat-zat berbahaya. Selain dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen, label halal pada produk juga dapat mengedukasi masyarakat akan pentingnya label halal pada suatu produk terutama makanan.
3. Diharapkan agar Dinas Kesehatan, Dewan MUI, dan Pemerintah dapat lebih intensif dalam melakukan sosialisasi kepada seluruh perusahaan di Indonesia tentang pentingnya mencantumkan label halal pada produk-produk yang mereka hasilkan, terutama pada produk

pangan karena mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam. Oleh karena itu, seharusnya produsen makanan, minuman, dan produk lainnya menyertakan informasi yang menyatakan bahwa produk yang mereka hasilkan adalah halal atau telah memiliki label halal.

4. Disarankan agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan fokus penelitian dengan lebih baik, dan menggunakan data yang lebih akurat dan jumlah yang lebih besar. Penggunaan data yang lebih akurat akan memungkinkan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dalam penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu, dan Cholid Narkubo. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Ambo, Nur Ilma, dan Ana Shakirah Sapir. "Tahap Pengetahuan Kosmetik Halal dalam Kalangan Pelajar Pascasiswazah di Universiti Malaya." *Jurnal Ilmi* Volume 10 (2020).
- Amirudin, Iswadi. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*. Mataram: Universitas Pekalongan, 2020.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Anggraini, Desi. "Analisis Kesadaran Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal." Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020.
- Apriyantono, dan Nurbowo. *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayaan, 2003.
- Asnawi, Nur, dan Masyhuri Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran : Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Aswar, Muhammad. "Sah! MUI Terbitkan Sertifikat Halal Bahan Baku Mie Gacoan, Selangkah Lagi sudah Halal - Media Pemasang," 3 Desember 2022. <https://pemasang.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-2405924600/sah-mui-terbitkan-sertifikat-halal-bahan-baku-mie-gacoan-selangkah-lagi-sudah-halal>
- Aulia, Almira Nur. "Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal." Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.
- Bekti, Panji Sudono, dan Amin Wahyudi. "Utilitas Konsumen Muslim." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 3 (15 Januari 2022): 853–66.
- Daryanto. *Kamus Bahasa Indonesia Modern*. Surabaya: Apollo, 1994.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Tes Wawancara Psikodiagnosik*. Yogyakarta: Leutikaprio, 2016.
- Fadilah, Tri Nur, Purwanto, dan Achmad Nur Alfianto. "Tingkat Pengetahuan dan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* Volume 18, Nomor 1 (2022): 1–10.

- Fathoni, Muhammad Anwar. *Kesadaran Konsumen terhadap Makanan Halal di Indonesia*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021.
- Febrilyantri, Candra. "The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions." *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (7 Desember 2022): 106–25.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Goleman, Daniel. *Emotional Intelligence*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- Hanika, Ita Musfirowati. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Hanjaya, Sanny. "Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte." *Jurnal manajemen dan Start-up Bisnis* 1, Nomor 2 (2016): 181–90.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Izzuddin, Ahmad. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian IPTEKSV* Volume 3, Nomor 2 (2018): 100–114.
- . "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember." *Prosiding Ekonomi Kreatif di Era Digital* Volume 1, Nomor 1 (2018).
- "Kriteria Sistem Jaminan Halal Dalam HAS23000 | LPPOM MUI," 15 Juni 2022, <https://halalmui.org/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000/>.
- Larasati, Ajeng, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Anya Safira. "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal." *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 8, Nomor 2 (2018): 105–14.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2005.
- "Mie Gacoan." Diakses 28 Januari 2023. <https://www.miegacoan.com/>.
- Mie Gacoan Ponorogo · Asari, Jl. KH. Hasyim Asyari, Sukun, Kauman, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63414. "Mie Gacoan Ponorogo · Asari, Jl. KH. Hasyim Asyari, Sukun, Kauman, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63414." Diakses 23 Februari 2023. <https://www.google.com/maps/place/Mie+Gacoan+Ponorogo/>
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. *Hukum Pelindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Musthofa, Ariezal, dan Burhanudin Buhanudin. "Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan." *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, Nomor 1 (2021): 81–97.

- Najla, Aura Nabilat En. *Analisis Pengaruh Produk Halal, Persepsi harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Ibu Entin Serang)*. Banten: Repository UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2020.
- Nur, Pambudi. *Pengetahuan Halal dan Label Produksi*. Surabaya: Ekawara, t.t.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKS, 2007.
- Pramintasari, Talisa Rahma, dan Indah Fatmawati. “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal.” *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 8, Nomor 1 (2017): 1–33.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016.
- Rochaeni, Siti. “Analisis Persepsi, Kesadaran, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal.” *Jurnal Agribisnis* 7, Nomor 1 (2013): 91–104.
- Rohmatun, Karina Indah, dan Citra Kusuma Dewi. “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli pada Kosmetik Halal Melalui Sikap.” *Jurnal Ecodemia* Volume 1, Nomor 1 (2017).
- Sahputra, Ardani, dan Hanny Nurlatifah. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand).” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 1, Nomor1 (2020): 11.
- Sampurna. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Cipta Karya, 2003.
- Santika, Della. “Analisis Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi 2018-2020.” Universitas Jambi, 2022.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aitama, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Tamara, Aditya. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Triana, Unung. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Volume 9, Nomor 2 (2022).
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002.

- Waskito, Danang. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta).” Skripsi, Fakultas Ekonomi, 2015.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Volume 2, Nomor 2 (2019): 74–97.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.

