

**PERSEPSI PRODUSEN DAN KONSUMEN MUSLIM TERHADAP
SERTIFIKAT *HALAL* (Studi Kasus pada Produsen dan Konsumen Muslim
Bakso Gibrass Cabang Ponorogo)**

SKRIPSI



Oleh:

NURHAYATI

NIM 210214338

Pembimbing:

Dr. H. MOH. MUNIR, Lc, M. Ag.

NIP. 196807051999031001

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nurhayati

NIM : 210214338

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Judul : Persepsi Produsen dan Konsumen Muslim Terhadap
Sertifikat *Halāl* (Studi Kasus pada Produsen dan Konsumen
Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo)Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munāqasah*.

Ponorogo, 22 Oktober 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah



Hj. Atik Abidah, M.S.I
NIP. 197605082000032001

Menyetujui,

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'Dr. H. Moh. Munir', is written over a horizontal line.

Dr. H. Moh. Munir, Lc, M.Ag.
NIP. 196807051999071001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nurhayati
 NIM : 210214338
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
 Judul : Persepsi Produsen dan Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada Produsen dan Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo)

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang *munaqasah* Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Jum'at
 Tanggal : 09 November 2018

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 18 November 2018

Tim Penguji:

- | | |
|-----------------|---------------------------------|
| 1. Ketua Sidang | : Dr. Miftahul Huda, M. Ag. |
| 2. Penguji I | : Dr. Moh. Mukhlas, M. Pd. |
| 3. Penguji II | : Dr. H. Moh. Munir, Lc, M. Ag. |

Ponorogo, 19 Desember 2018

Mengesahkan
 Dekan Fakultas Syariah,

Dr. H. Moh. Munir, Lc, M. Ag
 NIP. 196807051999031001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini, usaha di bidang produksi telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Peningkatan produksi itu selain memudahkan bagi masyarakat untuk mengkonsumsi, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran baru terkait kualitas produk jika ditinjau dari aspek kehalalannya. Bagaimana mungkin perlindungan konsumen dapat terwujud apabila aspek kehalalan sebagai prasyarat tidak mendapatkan perhatian?¹

Upaya memberikan jaminan kehalalan suatu produk kepada masyarakat merupakan bagian penting dari hukum perlindungan konsumen. Untuk mewujudkan upaya tersebut, tentunya diperlukan adanya konsep yang dapat digunakan untuk mengukur *hala>l-hara>m*. Dalam perspektif Islam, ketentuan *hala>l-hara>m* adalah hak Allah yang diwujudkan melalui pengamalan *syari>at-Nya* (*al-Qura>n* dan *sunna>h*). Karena itu, mengetahui hukum *hala>l-hara>m* menurut *syari>at-Nya* merupakan keniscayaan dalam perlindungan konsumen. Pada prinsipnya semua bahan makanan dan minuman adalah *hala>l*, kecuali yang nyata-nyata diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.²

¹Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Hala>l* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 139.

²*Ibid.*

Terkait pesatnya perkembangan di bidang produksi beberapa waktu lalu, konsumen di Indonesia dihebohkan oleh temuan adanya bakso yang dibuat dari daging babi. Pernah juga terjadi pada beberapa kosmetik memiliki unsur dari hewani yang sifatnya *haram*. Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam merasa terkejut dan khawatir bahwa bakso dan kosmetik yang mereka konsumsi dan pakai selama ini berasal dari daging babi yang diharamkan. Hal itu dikarenakan saat ini ilmu pengetahuan dan teknologi pada bidang pangan, obat-obatan dan kosmetika mengalami perkembangan pesat yang luar biasa.³

Pada masa lalu pengolahan dan pemanfaatan bahan-bahan baku untuk pangan, obat-obatan dan kosmetika, sangat sederhana dan berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan. Akan tetapi seiring perkembangan waktu manusia menemukan teknologi yang ternyata dapat merekayasa apa yang terdapat pada alam sampai hal-hal yang sifatnya mikro sekalipun. Jika pada masa lalu untuk mengetahui sebuah produk *halal* bukan merupakan persoalan yang sulit karena bahan baku yang digunakan dapat diketahui secara jelas dan proses pembuatannya tidak terlalu rumit, maka berbeda halnya dengan apa yang terjadi hari ini.⁴

Terealisasinya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggungjawab merupakan salah satu tujuan penting dari pengaturan, pembinaan, dan pengawasan di bidang pangan seperti yang dikehendaki oleh UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Banyaknya bahan makanan yang beredar di masyarakat

³Ramlan dan Nahrowi, "Sertifikasi *Halal* sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Upaya Perlindungan bagi Konsumen Muslim," *Ahkam*, 1 (Januari 2014), 145.

⁴*Ibid.*

tanpa memperhatikan sertifikasi *halal* dan pencantuman label *halal* sesungguhnya merupakan pelanggaran hak terhadap konsumen yang beragama Islam. Belum lagi pemakaian boraks, formalin, bahan pengawet dan pewarna pakaian yang dipakai dalam bahan pangan yang dapat mengakibatkan terganggunya kesehatan manusia.

Islam mengatur banyak hal tentang *halal-haram* termasuk di bidang pangan. Pangan merupakan kebutuhan primer yang menunjang aktifitas fisik manusia. Makanan tidak saja berfungsi sebagai pemasok tenaga, ia juga sebagai sumber pengatur dan pelindung tubuh terhadap penyakit, sumber pembangun tubuh, baik untuk pertumbuhan atau perbaikan tubuh, selain juga sebagai sumber bahan pengganti sel-sel tua yang usang ditubuh manusia. Melalui makanan yang mengandung kalori dan gizi tubuh manusia dapat bertahan dengan baik.

Dalam *al-Qur'an*, Allah memerintahkan agar manusia mengonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya *halalan* dan *thayyiban* sesuai dengan Firman Allah yaitu:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Aartinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Qs. Al-Baqarah: 168).⁵

⁵Dapartemen Agama RI, *Al-Qura'n dan Terjemahnya* (Semarang: Karya Toha Putra, 2002), 41.

Kewajiban produsen untuk melakukan sertifikasi *halal* telah ada berdasarkan UU No.7 Tahun 1996 tentang Pangan dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Walaupun demikian, masih banyak produsen makanan yang belum mengajukan dan memiliki sertifikasi *halal*. Pada dasarnya sertifikasi *halal* tidak cuma menguntungkan konsumen tetapi juga produsen.⁶ Dengan sertifikat *halal* akan memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi konsumen yang mengkonsumsi. Adapun untuk produsen sendiri bisa meningkatkan brand *image* dan produk yang lebih unggul.

Dewasa ini Kabupaten Ponorogo mengalami banyak kemajuan termasuk di bidang kuliner ataupun bidang makanan cepat saji lainnya. Konsumen muslim yang merupakan mayoritas penduduk di Kabupaten Ponorogo adalah pihak yang paling dirugikan dengan banyaknya komoditas pangan tanpa sertifikasi dan label *halal*. Kepastian *halal*-tidaknya sebuah produk tentunya harus melalui mekanisme yang sesuai dengan ketentuan ajaran Islam. Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang selama ini memiliki otoritas untuk memberikan sertifikasi *halal* bagi produsen yang memproduksi makanan *halal* paling tidak harus terus menelaah bahan baku sebuah produk yang terus berkembang.

Berdasarkan survei penulis dari berbagai macam bisnis kuliner yang terkhusus warung bakso beredar di Kabupaten Ponorogo hanya beberapa warung makan atau restoran yang sudah melakukan sertifikasi

⁶Sofyan Hasan, "Kepastian Hukum Sertifikasi dan Label *Halal* Produk Pangan," *Jurnal Dinamika Hukum*, 2 (Mei 2014), 231.

hala>l atau bahkan bisa dibilang sangat minim dan hal ini sangat memprihatinkan. Mengingat julukan Kota Ponorogo adalah Kota santri dan secara otomatis mayoritas penduduknya adalah orang yang paham agama.⁷

Dalam kaitannya terhadap persepsi produsen penulis pernah menanyakan pandangan para produsen tentang sertifikat *hala>l*. Menurut mereka hal tersebut tidaklah terlalu penting karena bahan yang mereka gunakan sudah *hala>l*. Bukti lain yang menguatkan bahwa produsen di Ponorogo yang melakukan sertifikasi *hala>l* pada warung makannya sangat minim sekali. Adapun persepsi dari konsumen muslim tentang sertifikat *hala>l* peneliti pernah mewawancarai beberapa orang teman yang merupakan pecinta kuliner bakso mereka cenderung tidak peduli dengan sertifikasi *hala>l*. Hal tersebut terbukti ketika penulis menanyakan apakah mereka pernah bertanya tentang kehalalan bakso yang dikonsumsi, mereka berpendapat itu tidak penting selama penjualnya adalah orang muslim.

Padahal sebagai umat Islam yang baik dan cerdas, seharusnya produsen dan konsumen muslim mengimplementasikan *syaria>t* atau hukum dari Allah yang memerintahkan untuk memperhatikan makanannya, seperti ayat berikut:

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَىٰ طَعَامِهِ ۗ

P O N O R O G O

Artinya: Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. (Q.S. 'Abassa ayat 24).⁸

⁷Hasil Survei, 05 Juni 2108.

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, 68.

Melihat penjelasan Firman Allah di atas salah satu caranya adalah dengan mulai sejak dini mengkonsumsi segala sesuatu yang sudah pasti *halal*, lebih spesifiknya adalah memperhatikan ada atau tidaknya sertifikat *halal* pada warung-warung bakso di mana bahan-bahan yang digunakan adalah beberapa macam yang harus diwaspadai, daging yang diperoleh sudahkah disembelih dengan *syariat* Islam?, proses pembuatannya sudahkah *halal*?, bahan campurannya apakah semuanya *halal*? Ketidakpedulian produsen dan konsumen muslim terhadap pentingnya sertifikat *halal* dapat dikatakan bahwa mereka kurang memperhatikan perintah Allah untuk menghindari memperjual belikan dan mengkonsumsi yang *haram* serta memperhatikan makanannya secara lebih selektif, waspada, dan jeli. Karena disesuaikan dengan perkembangan jaman global yang menawarkan berbagai jenis makanan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian yang berjudul: **Persepsi Produsen dan Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat *Halal* (Studi Kasus pada Produsen dan Konsumen Muslim di Bakso Gibras Cabang Ponorogo).**



B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi produsen di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo tentang sertifikat *hala>l*?
2. Bagaimana persepsi konsumen muslim di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo tentang sertifikat *hala>l*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan persepsi produsen di Bakso Gibrass Ponorogo tentang sertifikat *hala>l*
2. Untuk menjelaskan persepsi konsumen muslim di Bakso Gibrass Ponorogo tentang sertifikat *hala>l*

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman terkait pentingnya sertifikat *hala>l* dalam produksi maupun konsumsi.
 - b. Bagi akademisi dapat memperkaya wawasan keilmuan terkait mata kuliah Manajemen Pemasaran, khususnya sebagai bahan informasi dan bahan penelitian tentang persepsi, makanan *hala>l* dan sertifikat *hala>l*.

c. Hasil Penelitian ini diharapkan mampu mendukung penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Produsen Bakso di Ponorogo

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para produsen dan konsumen muslim untuk memperhatikan pentingnya sertifikat *halal* dalam produksi dan konsumsi.

b. Bagi masyarakat

Diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan masyarakat luas untuk menciptakan produsen yang jujur dan memperhatikan kehalalan produknya. Sebagai konsumen yang cerdas adalah dengan membeli produk yang sudah ada jaminan kehalalannya untuk mematuhi aturan agama dan tidak resah terhadap apa yang dikonsumsi.

E. Telaah Pustaka

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh beberapa pihak yang bisa dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan materi yang ada dalam penelitian dan dapat digunakan sebagai rujukan penulis.

Berikut beberapa penelitian yang akan dijadikan rujukan pengembangan materi bagi penulis:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Rahman, seorang mahasiswa UIN Alauddin Makassar tahun 2017 dengan judul *Tinjauan Yuridis terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan)*. Masalah dalam penelitian ini bagaimana proses penerapan sertifikat *halal* di Indonesia melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia dan apa yang menjadi landasannya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa proses sertifikasi *halal* yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia yaitu: pendaftaran, pelaksanaan audit sertifikasi *halal*, rapat auditor *halal* LPPOM MUI, rapat komisi fatwa MUI dan penerbitan sertifikasi *halal*. Sedangkan yang menjadi landasan yaitu Undang-undang Republik Indonesia No.7 tahun 1996 tentang pangan, Kepmenkes Republik Indonesia No. 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang perubahan atas Kepmenkes Republik Indonesia No. 82/SK/I/1996 tentang pencantuman tulisan “*Halal*” pada label makanan, Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan dan Undang-undang Republik Indonesia No. 33 tahun 2014 tentang jaminan produk *halal*.⁹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rezfy Dessy, seorang mahasiswa Universitas Andalas Padang tahun 2016 dengan judul *Pelaksanaan Sertifikasi Halal terhadap Restoran dan Rumah Makan dikaitkan*

⁹Taufiq Rahman, *Tinjauan Yuridis terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan)*, *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017).

dengan Perlindungan Konsumen (Studi di Kota Padang Panjang) dengan masalah kriteria apa yang ditetapkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang pengajuan sertifikat *halal* dan proses memperoleh sertifikat *halal* bagi rumah makan dan restoran. Hasil penelitian ini adalah Kriteria pengajuan sertifikasi *halal* restoran dan rumah makan oleh LPPOM MUI yaitu: *halal* zatnya, memperolehnya, prosesnya, cara penyimpanannya dan pengedaran penyajiannya. Sedangkan dalam memperoleh sertifikasi *halal* oleh rumah makan pak Sidi telah sesuai dengan persyaratan sertifikasi *halal* sehingga memberikan rasa aman kepada para konsumennya.¹⁰

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ilham Lubis, seorang mahasiswa Universitas Lampung tahun 2017 dengan judul *Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung* dengan masalah untuk menguji dan menganalisis persepsi konsumen terhadap minat beli makan organik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kesehatan, persepsi keamanan pangan, persepsi ramah lingkungan dan persepsi kualitas produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Sedangkan pengaruh persepsi keamanan pangan sangat kecil.¹¹

¹⁰Dessy Rezfi, "Pelaksanaan Sertifikasi *Hala>l* terhadap Restoran dan Rumah Makan dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen (Studi di Kota Padang Panjang)," *Skripsi* (Padang: Universitas Andalas Padang, 2016).

¹¹Muhammad Ilham Lubis, *Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung*, *Skripsi* (Lampung: Universitas Lampung, 2017).

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang telah ada yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Rahman yang membahas proses penerapan sertifikat *halal* di Indonesia melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia dan apa yang menjadi landasannya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dessy Rezva membahas tentang kriteria apa yang ditetapkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia tentang pengajuan sertifikat *halal* dan proses memperoleh sertifikat *halal* bagi rumah makan dan restoran. Penelitian yang selanjutnya yaitu oleh Muhammad Ilham Lubis membahas tentang menguji dan menganalisis persepsi konsumen terhadap minat beli makan organik. Untuk perbedaan penelitian yang peneliti bahas dalam skripsi ini yaitu di sini membahas persepsi produsen dan konsumen muslim terkait sertifikat *halal* di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu.¹² Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan tentang persepsi produsen dan konsumen muslim di Bakso Gibras Cabang Ponorogo terhadap sertifikat *halal*. Metode penelitian kualitatif dinamakan dengan metode baru, karena popularitasnya belum lama,

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

metode penelitian ini disebut juga metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola).¹³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif, tepatnya deskriptif kualitatif. Dimana pada penelitian ini, penulis melakukan dialog dengan subjek yang diteliti untuk memperoleh masukan berupa data-data lisan untuk kemudian melakukan pencatatan secara lengkap semua masukan yang diperoleh dari subjek tersebut. Data-data tersebut selanjutnya dideskripsi.¹⁴ Sehingga dalam penelitian ini mampu mengungkapkan informasi tentang apa yang mereka lakukan tentang fokus penelitian serta pengambilan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Adapun pendekatan pada penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai unit sosial tertentu yang meliputi individu, kelompok, institusi atau masyarakat. Dalam penelitian kasus ini akan dilakukan penggalan data secara mendalam dan menganalisis intensif faktor-faktor yang terlibat di dalamnya.¹⁵

¹³*Ibid.*, 7.

¹⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 4.

¹⁵Yatim` Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: SIC, 2001), 24.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sangat penting, peneliti dilokasi sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.¹⁶ Peran peneliti sebagai partisipan pengamat, dan sebagai pendukung adalah berupa catatan-catatan kecil, buku-buku, camera, alat perekam dan lain-lain.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo yang berlokasi di Jl.Siberut No.39 Banyudono, Kabupaten Ponorogo. Alasan penulis memilih Bakso Gibrass Cabang Ponorogo adalah karena di Ponorogo Bakso yang sudah tersertifikasi halal hanyalah Bakso Gibrass.

4. Data dan Sumber Data

a. Data Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berupa data deskriptif, misalnya catatan lapangan, tindakan responden, dokumen dan lain-lain. Seperti diterangkan Nasution dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif yang banyak dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian.¹⁷ Jadi, data dalam penelitian ini berupa pemahaman dan persepsi produsen dan konsumen muslim tentang sertifikat *halal*.

¹⁶Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 60.

¹⁷Andi Prastowo, *Metode penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2014), 43.

b. Sumber Data

Dalam penelitian data primer adalah data yang diadapat langsung dari sumbernya.¹⁸ Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara langsung dengan produsen dan konsumen muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo untuk mendapatkan informasi terkait persepsi produsen dan konsumen muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sebab bagi peneliti kualitatif fenomena dapat dimengerti maknanya secara baik, apabila dilakukan interaksi dengan subjek melalui wawancara mendalam dan diobservasi pada latar, dimana fenomena tersebut berlangsung dan disamping itu untuk melengkapi data, diperoleh dokumentasi (tentang bahan-bahan yang ditulis oleh atau tentang subjek).

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan

¹⁸Saifudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), 91.

pertanyaan-pertanyaan kepada para responden.¹⁹ Wawancara yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara jenis semi struktural, yakni wawancara dengan pedoman pertanyaan yang dapat dikembangkan. Dengan penggunaan jenis wawancara ini diharapkan akan dapat diperoleh data-data secara eksploratif dan utuh mengenai cara pemasaran, jenis produk yang di jual belikan, visi, dan misi Bakso Gibras Cabang Ponorogo.

b. Observasi

Observasi diartikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu.²⁰ Dalam hal ini penulis mengamati jalannya semua hal yang terkait dengan apa saja yang menjadi persepsi konsumen dan produsen terhadap sertifikat *halal* di Bakso Gibras Cabang Ponorogo. Melalui teknik ini, peneliti dapat melihat langsung situasi dan kondisi di lapangan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada saat pihak produsen dan konsumen melakukan kegiatan jual beli di Bakso Gibras Cabang Ponorogo berlangsung dan apa saja yang menjadi tujuan pihak produsen dalam mendistribusikan produknya. Sedangkan pihak konsumen muslim landasan apa saja yang menjadikan mereka memilih suatu produk.

¹⁹Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori dan Praktek)*, (Jakarta: Rineka Cipta, Cet. Ke-3, 1999), 39.

²⁰Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 37.

6. Teknik Analisa Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data induktif, yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dengan bertitik tolak dari pengamatan atas masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.²¹ Di sini penulis melakukan pengamatan terhadap peristiwa yang terjadi di lapangan yaitu berupa pemahaman dan persepsi produsen dan konsumen muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo kemudian disandingkan dengan teori yang ada serta kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Kriteria yang digunakan dalam pengecekan data atau pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah pengecekan dengan kriteria kredibilitas. Kredibilitas adalah suatu kriteria untuk memenuhi bahwa data informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca dan dapat diterima oleh responden yang memberikan responden yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung.

Dalam pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

²¹Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1996), 57-58.

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.²²

Namun, karena keterbatasan waktu sehingga dalam penelitian ini hanya menggunakan dua teknik yaitu triangulasi metode dan sumber. Triangulasi metode karena untuk menguatkan data-data yang didapat dari hasil wawancara dengan observasi. Hal itu didapatkan dari hasil wawancara dengan produsen dan konsumen muslim, sedangkan dalam observasi penulis melakukan pengamatan langsung, sehingga dapat mengetahui dan membandingkan antara wawancara dengan observasi terkait kebenaran data. Sedangkan triangulasi sumber penulis melakukan pembandingan terhadap data yang penulis dapatkan dari hasil melakukan pengamatan langsung dengan sumber lainnya.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan ilustrasi skripsi secara keseluruhan. Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan juga sistematika pembahasan.

²²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002), 330-331.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini merupakan landasan teori yang berkaitan dengan persepsi, produsen, konsumen muslim dan sertifikat *hala>l*.

BAB III : PAPARAN DATA

Dalam bab ini membahas gambaran umum Bakso Gibrass Cabang Ponorogo dan bagaimana persepsi produsen dan konsumen muslim terhadap sertifikat *hala>l*.

BAB IV : PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini merupakan analisa persepsi produsen dan konsumen muslim terhadap sertifikat *hala>l* pada Bakso Gibras Cabang Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Berisi uraian kesimpulan dari persepsi produsen dan konsumen muslim terhadap peneitian dan saran dari penulis untuk penyelesaian masalah tersebut.



BAB II

PERSEPSI PRODUSEN KONSUMEN MUSLIM DAN SERTIFIKAT

HALA>L

A. Persepsi

1. Pengetian Persepsi

Manusia merupakan makhluk sosial sekaligus individual. Maka dari itu terdapat banyak perbedaan antara individu satu dengan individu yang lainnya. Karena perbedaan inilah yang menyebabkan seseorang bisa menyukai suatu objek atau tidak menyukai suatu objek. Hal tersebut tergantung dari masing-masing individu menanggapi objek dengan persepsinya.

Pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsi. Untuk memahami hal-hal tersebut, maka diperlukan suatu kajian teori yang memberika pengertian dan wawasan akademis yang mendalam. Kajian teori ini yang nantinya akan menjadi dasar-dasar peneliti dalam mengembangkan tulisan dari hasil penelitian yang dilakukan. Baik dalam menganailsanya maupun dalam membuat kesimpulan dan rekomendasi.

Dalam bahasa Inggris, persepsi adalah *perception*, yaitu cara pandang terhadap sesuatu atau mengutarakan pemahaman hasil olahan daya pikir, artinya persepsi berkaitan dengan faktor-faktor eksternal yang direspon melalui panca indra, daya ingat dan daya jiwa. Persepsi juga

dapat diartikan sebagai daya pikir dan daya pemahaman individu terhadap berbagai rangsangan yang datang dari luar. Daya *tafsi>r* dan *tafki>r* berada di dalam otak dan diolah sedemikian rupa dalam merespon berbagai stimulus.²³

Persepsi juga merupakan sebuah proses kognitif yang memudahkan kita untuk menginterpretasikan dan memahami lingkungan kita. Para pengambil keputusan menjadikan persepsi sebagai salah satu “alat” untuk memilih alternatif solusi terbaik. Melalui proses ini perincian masalah sebenarnya yang harus ditemukan solusi, penetapan sejumlah alternatif dan penentuan tindakan untuk mewujudkan keputusan yang telah diambil, dipermudah.²⁴

Dalam memaparkan kepribadian produsen dan konsumen ketika masuk kedalam wilayah praktis, rupanya masih agak sulit memfungsikan model kepribadian yang dipersonifikasikan menurut paparan tersebut. Karena, *pertama*, setiap individu mempunyai karakter dan persepsi yang berbeda. Mereka melihat dunia ini menurut cara pandang mereka dan melibatkan diri dalam urusan didalamnya menurut cara pandang mereka pula. *Kedua*, dalam kenyataannya kepribadian dicerminkan oleh dua indikator tersebut menyebabkan persepsi manusia mengenai norma menurut ajaran agama takhluk dibawah persepsi keindahan, kenyamanan dan kepuasan inderawi.

²³Rosleny Mirliany, *Psikologi Umum* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), 187-188.

²⁴Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Allfabeta, 2016), 50.

Persepsi itu sendiri berkaitan erat dengan kesadarannya yang subjektif mengenai realitas, sehingga hasil persepsi terhadap obyek yang sama dapat menghasilkan perbedaan antara satu dengan yang lainnya. Hal ini sangat tergantung pada konteks pengetahuan atau pengalaman masing-masingnya.²⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, persepsi dapat disimpulkan sebagai proses pandangan seseorang menyeleksi, mengorganisasikan dan menafsirkan stimulus yang terjadi pada dirinya. Sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa persepsi merupakan reaksi seseorang mengenai realitas yang sifatnya subjektif. Hal tersebut menyebabkan cara pandang dan penafsiran setiap orang berbeda-beda.

2. Macam-Macam Persepsi

Persepsi terbagi menjadi dua, yaitu:²⁶

- a. *External perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu.
- b. *Self-perception*, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri.

Adapun proses pemahaman terhadap rangsangan atau stimulus yang diperoleh oleh indra menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis yaitu:²⁷

²⁵Suharman, *Psikologi Kognitif*, (Surabaya: Srikandi, 2005), 62.

²⁶Andi Thahir, *Psikologi Belajar*, (Bandar Lampung: Pustaka Setia, 2014), 26.

- a. Persepsi Visual yaitu, didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, mempengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.
- b. Persepsi auditori yaitu, persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yakni telinga.
- c. Persepsi perabaan yaitu, persepsi yang didapatkan dari indera taktil yakni kulit.
- d. Persepsi pencium yaitu, persepsi yang didapatkan dari indera penciuman yakni hidung.
- e. Persepsi pengecapn yaitu, persepsi yang didapatkan dari indera pengecapn yaitu lidah.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang diterimanya, sehingga stimulus tersebut mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa stimulus merupakan faktor yang berperan dalam persepsi. Berkaitan dengan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan adanya beberapa faktor, yaitu:²⁸

²⁷Andi Tenri Ola, "Persepsi Masyarakat terhadap Mini Market (Studi Kasus Pasar Atapange Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo)," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016), 21-22.

²⁸Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003). 89-90.

a. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

b. Alat Indera, Syaraf dan Susunan Pusat Syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

c. Perhatian

Untuk menyadari atau mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu menerapkan langkah pertama sebagai suatu pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekelompok objek .

Adapun menurut Robbins yang bekerja untuk membentuk dan terkadang untuk memutarbalikkan persepsi. Faktor-faktor ini dari:²⁹

a. Pelaku persepsi

Bila seseorang individu memandang suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari perilaku persepsi

²⁹Robbins, S.P, *Perilaku Organisasi Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 126.

individual tersebut. Di antara karakter pribadi yang lebih relevan mempengaruhi perilaku persepsi adalah sikap, pengetahuan, kesan, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu dan pengharapan.

b. Objek atau yang dipersepsikan

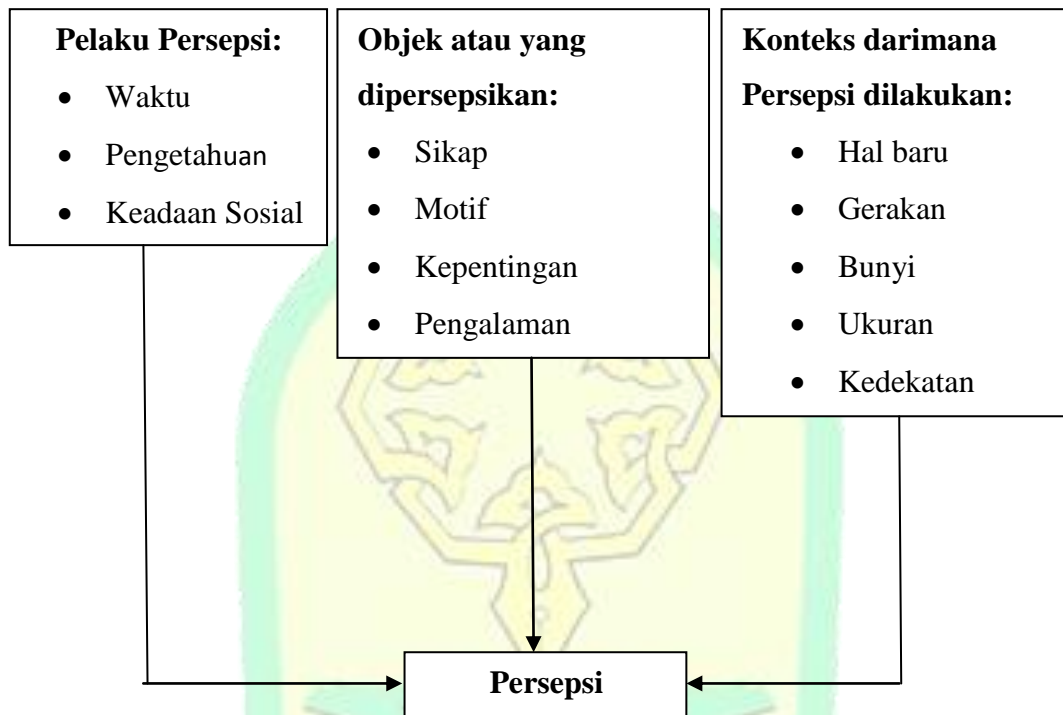
Karakteristik dari target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan, sasaran itu mungkin berupa orang, benda atau peristiwa. Karena target dipandang dalam keadaan terencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan untuk mengelompokkan benda-benda yang mirip.

c. Konteks dari mana persepsi itu dilakukan

Unsur lingkungan sekitarnya bisa mempengaruhi persepsi kita. Jadi persepsi harus dilihat secara kontekstual, artinya dalam situasi mana persepsi itu timbul perlu mendapatkan perhatian.

Persepsi terhadap individu adalah kesimpulan yang berdasarkan tindakan orang tersebut. Objek yang tidak hidup dikenai hukum-hukum alam tetapi tidak mempunyai keyakinan, motif atau maksud seperti yang ada pada manusia. Akibatnya, individu akan berusaha mengembangkan penjelasan-penjelasan mengapa berperilaku dengan cara-cara tertentu. Oleh karena itu, persepsi dan penilaian individu terhadap seseorang akan cukup banyak dipengaruhi oleh pengandaian-pengandaian yang diambil mengenai keadaan internal orang itu.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut diatas dapat digambarkan seperti skema dibawah ini:



Gambar. 1

Skema Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi³⁰

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi menurut Kolter yaitu sebagai berikut:³¹

- a. Perhatian (*attention*), adalah proses mental ketika stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsetrasikan diri pada salah satu indera yang lain.
- b. Faktor Fungsional

³⁰*Ibid.*

³¹Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran* (New Jersey: Prentice Hall International, 2003),

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tapi karakteristik seseorang yang memberikan respon pada stimuli itu.

c. Faktor Struktural

Faktor struktural yaitu faktor yang berasal semata-mata dari sipat stimuli fisik dan efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu.

Adapun menurut Suharnan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terbagi kedalam dua sumber yaitu:³²

- a. Informasi yang ditampilkan oleh stimulus sensori pada waktu itu.
- b. Pegetahuan serta pengalaman relevan yang telah tersimpan dalam ingatan seseorang.

Beberapa prinsip lain dapat ditambahkan berkaitan dengan persepsi. Beberapa prinsip tambahan yaitu; familiaritas, ukuran, intensitas dan gerak. Dalam hal ini persepsi dapat disimpulkan bahwa persepsi sangat dipengaruhi unsur subyektif orang yang mempersepsi. Sehingga persepsi selalu mengarah pada fakta spesifikasi pribadi. Karena itu penerimaan obyek yang sama akan ditanggapi dan dipersepsi oleh kelompok yang satu dengan yang lainnya tatau yang satu dengan yang lainnya.

³²Suharnan, *Psikologi Kognitif*, 56.

Dari beberapa uraian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa persepsi dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal yaitu persepsi (*perceiver*) objek yang dipersepsikan dan konteks yang dilakukan. Tiap orang mempunyai persepsi sendiri-sendiri karena dipengaruhi kemampuan inderanya dalam menangkap stimulasi dan perbedaan dalam menafsirkan atau memberi arti pada stimulasi tersebut. Indera merupakan filter masuknya stimulasi dalam kognisinya dan kemudian orang memberi perhatian terhadap stimulasi itu untuk diberi arti. Namun perhatian seseorang tidak dapat menyeluruh, melainkan pada aspek tertentu saja yaitu yang dianggap penting bagi dirinya.

4. Proses Persepsi

Proses persepsi merupakan proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala dan pengetahuan individu. Pengalaman dan proses belajar akan memberikan struktur dan bentuk bagi objek yang ditangkap panca indera. Sedangkan pengetahuan dan cakrawala akan memberikan arti terhadap objek yang ditangkap individu dan akhirnya komponen individu akan berperan dalam menentukan tersedianya jawaban yang berupa sikap dan tingkah laku individu terhadap objek yang ada.³³

Bimo Walgito menyatakan bahwa terjadinya proses persepsi memiliki tahap-tahap dalam prosesnya yaitu.³⁴

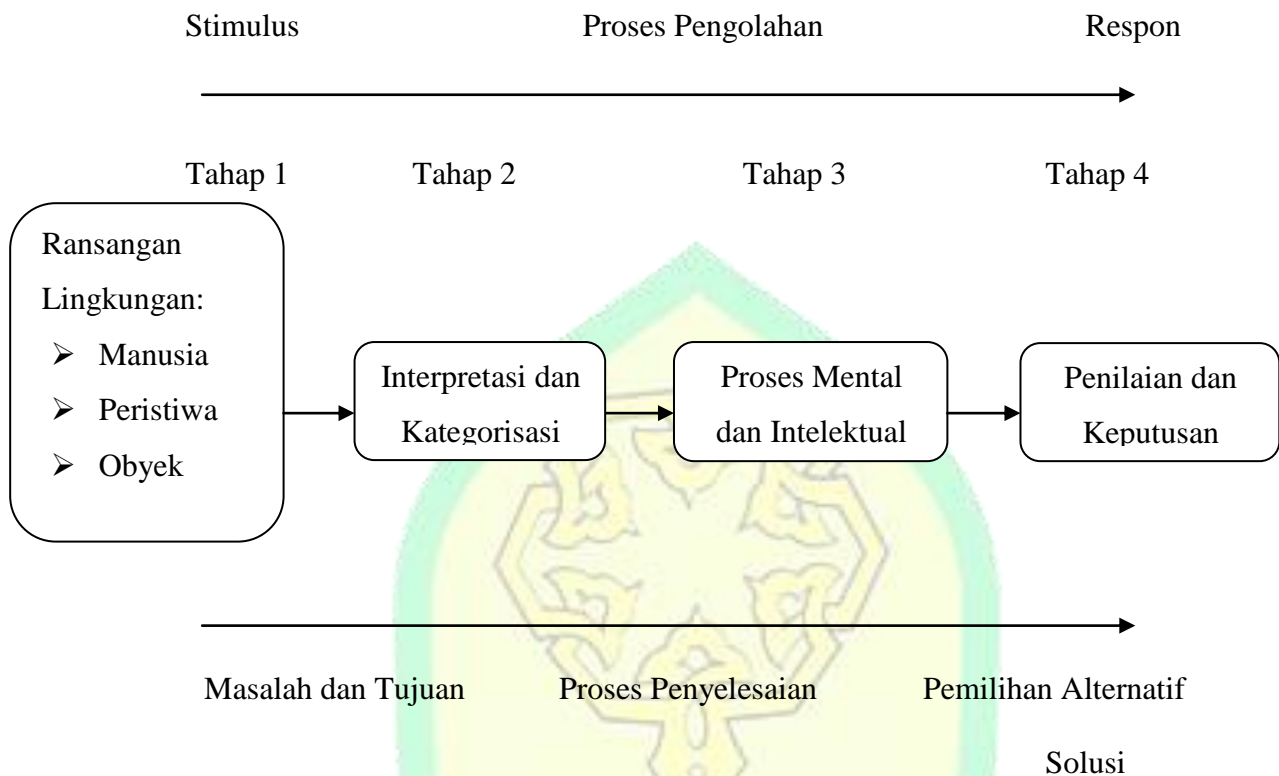
³³M, Alport, *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), 47.

³⁴Walgito, *Pengantar Psikologi*, 90.

- a. Pertama yaitu tahap yang dikenal dengan nama proses kelamaan atau proses fisik yang berarti proses ditangkapnya satu stimulus oleh alat indera manusia.
- b. Kedua yaitu tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, yang berarti proses diteruskannya stimulus yang diterima reseptor (alat indera) melalui syaraf sensoris.
- c. Ketiga yaitu tahap yang dikenal dengan proses psikologik yang berarti proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.
- d. Keempat yaitu tahap hasil yang diperoleh dari persepsi yang merupakan tanggapan dan perilaku.

Berikut gambaran sederhana dari proses persepsi berdasarkan pengertian yang telah di paparkan diatas sebagai berikut:³⁵

³⁵Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan*, 53.



Gambar.2

Skema Proses Persepsi

Antara tahap 2 dan 3, para pengambil keputusan melakukan sejumlah proses yang menuju pada keputusan akhir. Sejumlah proses tersebut di antaranya adalah; perincian masalah dan tujuan, pembuat alternatif solusi, penentuan konsekuensi, penilaian seluruh alternatif yang mungkin dilaksanakan dan beberapa langkah lainnya.

Menurut Zainal seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena proses persepsi berikut:³⁶

³⁶Veitzhal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 241-242.

- a. Perhatian selektif merupakan tantangan sesungguhnya dalam proses melakukan rangsangan mana yang akan diperhatikan oleh orang sebagai berikut:
- a. Orang cenderung memperhatikan rangsangan yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini.
 - b. Orang cenderung memperhatikan rangsangan yang mereka antisipasi.
 - c. Orang cenderung memperhatikan rangsangan yang berdeviasi besar terhadap rangsangan normal.
- b. Distorsi selektif adalah kecenderungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan prakonsepsi diri.
- c. Ingatan selektif adalah orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, namun cenderung mengingat informasi yang mendukung pendapat dan keyakinannya.
- d. Persepsi subliminal adalah persepsi yang menuntut keterlibatan dan pemikiran aktif.

B. Produsen

1. Pengertian Produsen

Dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan usaha maupun bukan badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik

sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³⁷

2. Hak dan Kewajiban Produsen

Dalam Pasal 6 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:³⁸

a. Hak Pelaku Usaha

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Produsen atau pelaku usaha disini karena sebagai penghasil barang yang diedarkan kepada masyarakat. Sehingga harus ada

³⁷Wibowo Tunardi, " Hukum Perlindungan Konsumen" *Jurnal Hukum*, (Juni, 2016), 34.

³⁸Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanungsong, *Hukum Dalam Ekonomi*, (Jakarta: PT Grasindo,2008),162.

kewajiban yang dipenuhinya. Kewajiban dari produsen atau pelaku usaha tersebut, diatur di dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :³⁹

- 1) Beretikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau diperdagangkan;
- 6) Memberi komensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugaian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

³⁹Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: PT Rajagrafindo Persada, 2014), 38.

3. Tanggung Jawab Produsen

Setiap Produsen memiliki tanggung jawab atas produk yang dihasilkan dan diperdagangkan. Didalam undang-undang No. 8 tahun 1999 diatur pasal 19 sampai 28. Dalam pasal 19 mengatur tentang tanggung jawab kesalahan produsen terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan memberi ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran dan kerugian konsumen.

Sementara itu, pasal 20 dan 21 mengatur beban dan tanggung jawab produsen tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian, sedangkan pasal 22 menentukan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana telah diatur oleh pasal 19.⁴⁰

Didalam pasal 27 disebutkan hal-hal yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila:⁴¹

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau dimaksud tidak diedarkan,
- b. Cacat barang timbul dikemudian hari,
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang,
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen,

⁴⁰Simanungsong, *Hukum Dalam*, 168.

⁴¹*Ibid.*, 169.

- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewat waktu yang diperjanjikan.

C. Konsumen Muslim

1. Pengertian Konsumen Muslim

Konsumen berasal dari alih bahasa dari kata consumer (Inggris-Amerika) atau consument/konsument (Belanda). Secara harafiah, arti konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang.⁴²

Az. Nasution menegaskan, bahwa konsumen akhir ialah setiap orang yang mengalami, mendapatkan dan menggunakan barang untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk di perdagangkan kembali. Pengertian ini sama hal seperti yang di maksud di dalam ketentuan Pasal 1 angka 2 UUPK. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴³

Jadi konsumen muslim adalah seorang pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa yang beragama Islam. Sehingga persepsi konsumen muslim dapat didefinisikan sebagai proses yang dialami oleh seorang pemakai produksi terakhir dari benda atau jasa yang beragama Islam dalam memberi makna terhadap apa yang telah diketahui, lewat panca indera yang memberikan kesan bagi mereka untuk memberi makna bagi lingkungannya. Proses yang dialami oleh masing-masing konsumen

⁴²Dessy Rezfi, *Skripsi*, 14.

⁴³Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), 3.

mungkin bisa sama, tapi yang dirasakan oleh masing-masing individu bisa berbeda sehingga penafsiran setiap individu terhadap sesuatu yang sama bisa saja berbeda dalam menanggapi. Konsumen muslim yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen muslim pada Bakso Gibras Cabang Ponorogo.

2. Hak dan Tanggung Jawab Konsumen

Hak dan kewajiban adalah sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Ketika manusia berhubungan dengan sesamanya maka dengan sendirinya akan melahirkan hak dan kewajiban antara keduanya. Hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kewajiban adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.

a. Hak Konsumen

Menurut undang-undang hak yang dimiliki oleh konsumen adalah sebagai berikut:⁴⁴

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

⁴⁴Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo,2000), 16-27.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar keluhan dan pendapatnya atas barang dan jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Konsumen

Hak tentu tidak bisa dipisahkan dari kewajiban. Kewajiban konsumen menurut pasal 5 undang-undang perlindungan konsumen adalah:⁴⁵

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

⁴⁵Jinus Sablok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditiya Bakti,2006), 35.

- 2) Beritikat baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa
- 3) Membayar sesuai nilai tukar yang telah disepakatai
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa prlindungan konsumen secara patut.

D. Sertifikat *Hala>l*

1. Pengertian Sertifikat *Hala>l*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Sertifikasi *hala>l* adalah proses atau prosedur atau serangkaian proses yang merujuk pada kejadian atau peristiwa sehingga seseorang atau lembaga mendapatkan sertifikat atau piagam. Sertifikasi *hala>l* adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat *hala>l* melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan sistem jaminan *hala>l* memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.⁴⁶

Sertifikat *hala>l* adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan *syari'a>t* Islam. Sertifikat *hala>l* ini merupakan syarat untuk mencantumkan label *hala>l*. Jadi, tanpa sertifikat *hala>l* pihak produsen tidak diperbolehkan mencantumkan label *hala>l* pada produk yang diproduksi.⁴⁷

⁴⁶Dessy Rezfi, *Skripsi*, 34.

⁴⁷Burhanuddin, *Pemikiran Hukum*, 140-141.

Yang dimaksud dengan produk *hala>l* adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam yaitu:⁴⁸

- a. Tidak mengandung babi atau bahan yang berasal dari babi;
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti: bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotor-kotoran dan lain sebagainya;
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan *hala>l* yang dismbelih menurut tata cara *syari'a>t* islam;
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak *hala>l* lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut *syari'a>t* islam;
- e. Semua makan dan minuman yang tidak mengandung *khamar*.

Bagi konsumen sertifikat *hala>l* memiliki beberapa fungsi. *Pertama*, terlindunginya konsumen muslim dari mengkonsumsi pangan, obat-obatan dan kosemtika yang tidak *hala>l*; *kedua*, secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang; *ketiga*, mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk *hara>m*; dan *keempat*, akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum.

Sedangkan bagi produsen, sertifikat *hala>l* mempunyai peran penting. *Pertama*, sebagai pertanggung jawaban produsen keadaan

⁴⁸*Ibid.*

konsumen muslim, mengingat masalah *hala>l* merupakan prinsip hidup muslim; *kedua*, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan kosumen; *ketiga*, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan; *keempat*, sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas jaringan pemasran; *kelima*, memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing, *omzet* produksi dan penjualan.⁴⁹

Sertifikasi *hala>l* merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Produk makanan yang memiliki sertifikat *hala>l* adalah produk yang didalam proses pengolahannya memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya. Menurut *al-Qura>n* Surat *al-Baqarah* ayat 168 menyatakan prinsip dasar dari sertifikasi *hala>l* sendiri adalah *hala>l* (diperbolehkan) dan *thayyiba>n* (bermanfaat). Hal ini memberi gambaran untuk umat muslim di dunia bahwa sesuatu yang masuk ke dalam tubuh haruslah sah menurut hukum Islam dan juga bermanfaat bagi dirinya sendiri.⁵⁰

2. Dasar Hukum

Dasar hukum diberlakukannya sertifikasi *hala>l* adalah hanya bersumber dari ketentuan *syaria>t* (*al-hukm asy-syar'i*). Adapun dasar hukum berlakunya sertifikasi *hala>l* adalah sebagai berikut:

⁴⁹Sofyan Hasan, *Jurnal*, 228.

⁵⁰*Ibid.*

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا
 وَحَلَالًا قُلْ إِنَّ اللَّهَ أَذِنَ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ ﴿٥٩﴾

Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku tentang rezki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya Haram dan (sebagiannya) halal". Katakanlah: "Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?" (QS. Yunus: 59).⁵¹

Pemberian sertifikasi *hala>l* kepada perusahaan yang menghasilkan produk barang dan atau jasa, ketentuannya perlu diatur dalam bentuk pemberlakuan regulasi secara formal agar mempunyai kekuatan hukum yang bersifat mengikat. Adapun regulasi terkait pentingnya aspek hala suatu produk diantaranya:⁵²

- a. Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- b. Undang-Undang No. 23 tahun 1992 Tentang kesehatan
- c. Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 Tentang pangan
- d. Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan
- e. Keputusan Menteri Agama No. 518 tahun 2001 tentang pedoman dan Tata Cara pemeriksaan dan Penetapan Pangan halal.

3. Ketentuan Sertifikasi *Hala>l*

- a. Kesiapan Jaminan *Hala>l* dari Perusahaan

⁵¹Burhanuddin, *Pemikiran Hukum*, 142.

⁵²*Ibid.*, 143.

Sebelum produsen mengajukan sertifikat *halal* bagi produknya, maka yang bersangkutan disyaratkan menyiapkan hal-hal sebagai berikut:⁵³

- a. Produsen menyiapkan suatu sistem jaminan halal (*Halal Assurance System*);
- b. Sistem jaminan *halal* tersebut harus didokumentasikan secara jelas dan rinci serta merupakan bagian dari kebijakan manajemen perusahaan;
- c. Dalam pelaksanaannya, sistem jaminan halal ini diuraikan dalam bentuk panduan *halal* (*halal* manual);
- d. Produsen menyiapkan prosedur baku pelaksanaan (*standard operating procedure*) untuk megawasi setiap proses yang kritis agar kehalalan produknya dapat terjamin;
- e. Baik panduan *halal* atau prosedur baku pelaksanaan yang disiapkan harus disosialisasikan dan diuji coba dilingkungan produsen, sehingga seluruh jajaran mulai dari direksi sampai karyawan memahami betul bagaimana memproduksi produk halal dan baik;
- f. Produsen melakukan pemeriksaan intern (audit internal) serta mengevaluasi apakah sistem jaminan *halal* yang menjamin kehalalan produk ini sudah berjalan sebagaimana mestinya;

⁵³*Ibid.*, 144.

- g. Untuk melaksanakan butir 6, perusahaan harus mengangkat minimum seorang auditor *hala>l* internal yang beragama islam dan berasal dari bagian yang terkait dengan produksi *hala>l* .
- b. Proses Sertifikasi *Hala>l* ⁵⁴
- a) Setiap produsen yang mengajukan sertifikat *hala>l* bagi produknya harus mengisi formulir yang telah disediakan dengan melampirkan:
- a) Spesifikasi dan sertifikat *hala>l* bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta bagan alir proses;
- b) Sertifikat *hala>l* atau surat keterangan halal dari MUI daerah (produk lokal) atau sertifikat *hala>l* dari lembaga islam yang telah diakui oleh MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan turunannya;
- c) Sistem jaminan *hala>l* yang diuraikan dalam panduan *hala>l* beserta prosdur baku pelaksanaannya.
- b) Tim Auditor LPPOM MUI melakukan pemeriksaan atau audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikembalikan ke LPPOM MUI dan diperiksa kelengkapannya.
- c) Hasil pemeriksaan atau audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam rapat tenaga ahli LPPOM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan, maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan

⁵⁴*Ibid.*, 145.

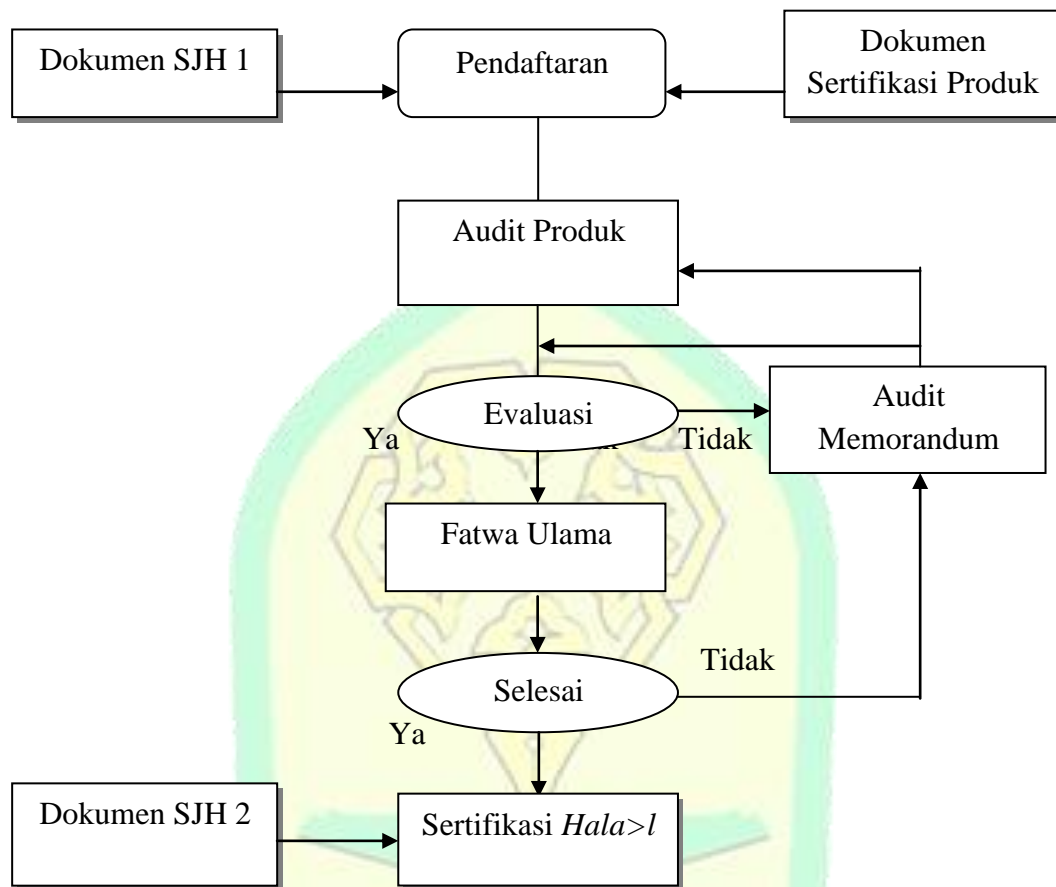
kepada sidang komisi fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.

- d) Sidang komisi fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan.
- e) Sertifikat halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah status kehalalannya oleh komisi fatwa MUI.
- f) Perusahaan yang produknya telah mendapat sertifikat *halal*, harus mengangkat auditor *halal* internal sebagai bagian dari sistem jaminan *halal*.

4. Sistem Jaminan Halal MUI

Sistem jaminan halal merupakan bagian yang tak terpisahkan dari proses sertifikasi *halal*. Sedangkan yang dimaksud sertifikasi *halal* adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat *halal* melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan sistem jaminan *halal* memenuhi standar LPPOM MUI. Karena itu, agar mendapatkan sertifikasi *halal* diperlukan proses sebagai berikut:⁵⁵

⁵⁵*Ibid.*, 150.



Gambar. 3

Skema Proses Sertifikasi Halal

BAB III
GAMBARAN PERSEPSI PRODUSEN DAN KONSUMEN MUSLIM
BAKSO GIBRASS CABANG PNOROGO TERHADAP SERTIFIKAT

HALA>L

A. Gambaran Umum Bakso Gibrass Cabang Ponorogo

1. Profil Perusahanan

Bakso Gibrass adalah Perusahaan Waralaba atau *Franchise* yang bergerak dibidang kuliner dengan produk unggulan, bakso, olahan nasi dan berbagai jenis minuman yang terbuat dari macam-macam buah segar. Dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, *hala>l*, cita rasa yang khas dan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan dan berkualitas.

Bakso Gibrass Cabang Ponorogo berdiri sejak Oktober 2016 ditandai dengan dibukanya warung bakso di Jl. Siberut No.39, Banyudono Ponorogo. Sedangkan untuk pusatnya sendiri berada di kota Surabaya yang berdiri sejak tahun 2010 dan sudah beredar 100 outlet diberbagai provinsi di Indonesia. Diantaranya adalah Jawa Barat, Jawa Timur dan Kaimantan Timur. Untuk awal mulanya Bakso Gibrass Cabang Ponorogo berdiri karena sang pemilik mendapatkan ide, tempat dan tingginya respon masyarakat terhadap minat untuk mengkonsumsi Bakso Gibrass disemua kota yang telah tersebar diberbagai provinsi.

Terkait dengan nama Gibrass sendiri memiliki filosofi dan arti yang unik yaitu karena sensasinya yang pedas dan cita rasa yang khas sehingga membuat para pelanggan ketagihan untuk mencicipi berulang kali. Sedangkan arti dari Gibras sendiri yaitu hidup tegas yang melambangkan bahwa sesuatu yang kita jalani harus sesuai dengan prinsip kemanfaatan bagi sesama.⁵⁶

2. Visi

Menerapkan pelayanan dengan sapa dan salam

- a. Memberikan tempat yang aman dan nyaman
- b. Pelayanan yang cepat dan ramah
- c. Memberi pelayanan dengan setulus hati demi kepuasan konsumen
- d. Bisa merekrut tenaga kerja dan meningkatkan jenjang karir para karyawan
- e. Mengurangi pengangguran

3. Misi

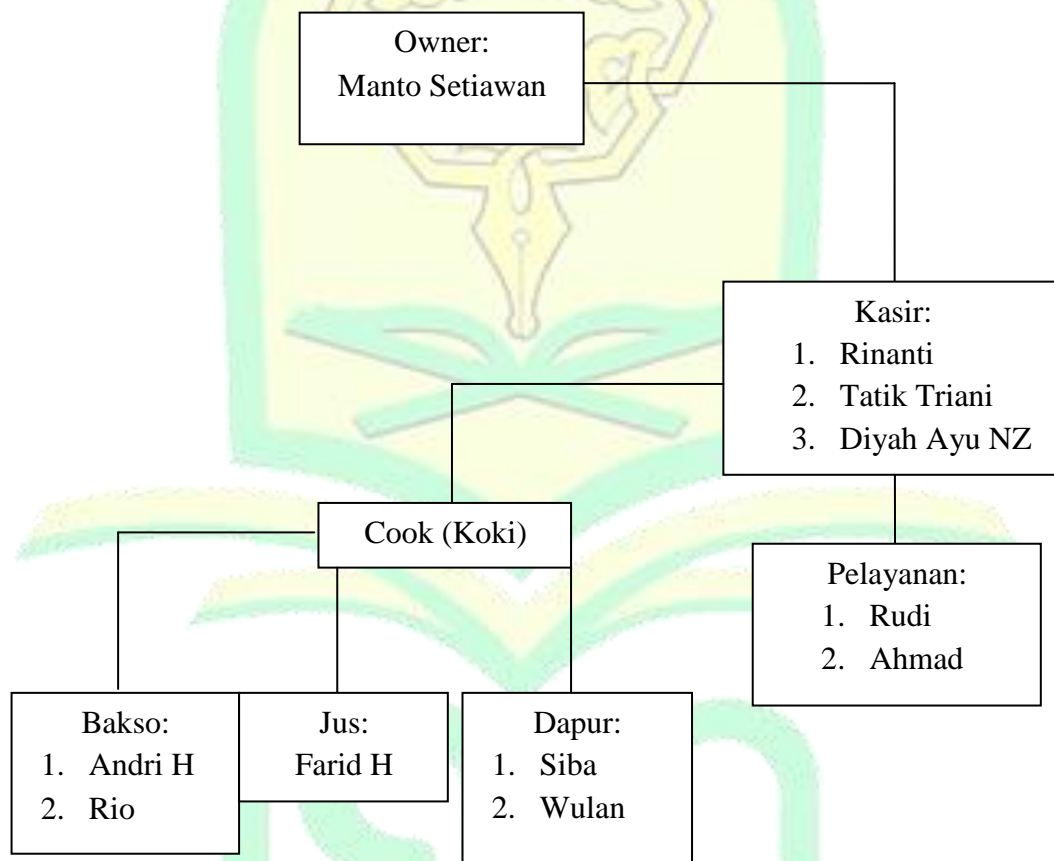
- a. Meningkatkan kinerja yang professional
- b. Pelayanan yang ramah dan professional di seluruh Outlet Bakso Gibras di Indonesia
- c. Bisa tetap eksis didunia kuliner Indonesia
- d. Mengembangkan Bakso Gibras sebagai kuliner yang bertanggung jawab dan berkualitas
- e. Menambah Outlet dan brand imagenya di Indonesia

⁵⁶Manto Setiawan, *Hasil Wawancara*, 04 Juli 2018.

4. Sistem Waralaba

Sistem waralaba di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo ditentukan oleh pusat yaitu dari seluruh jumlah keuntungan, untuk 30% akan dibagi hasilkan dengan pusat. Untuk penyetoran kuntungan yaitu minimal setiap hari dan maksimal tiga hari. Sedangkan untuk gaji karyawan menyesuaikan dengan UMR daerah masing-masing.⁵⁷

5. Struktur Organisasi



Gambar. 4⁵⁸

Struktur Organisasi pada Bakso Gibrass Cabang Ponorogo 2018

⁵⁷*Ibid.*

⁵⁸Tatik Triani, *Hasil Wawancara*, 11 Juli 2018.

6. Daftar Menu atau Produk

Nama Paket	Jenis	Isi	Harga
Ekonomis		Bakso 3, Siomay 1, Tahu Bakso 1, Mie	Rp. 10.000,00
Ceria	Kuah Sapi Kuah Seafood	Bakso 4, Siomay 1, Tahu Bakso 1, Pangsit Goreng 1, Mie	Rp. 13.000,00
Spesial		Bakso 5, Siomay 1, Tahu Bakso 1, Pangsit Goreng 1, Bakso Goreng 1, Mie	Rp. 17.000,00

Gambar. 5

Daftar Paket Menu Bakso Gibrass Cabang Ponorogo⁵⁹

Daftar Menu		Harga
Kategori Spesial	Nasi Goreng Mie Goreng	Rp. 15.000,00
Kategori Biasa	Violet Nasgor	Rp. 13.000,00

⁵⁹Dokumentasi Daftar Menu, 11 Juli 2018.

Bakso Pecel	Rp. 15.000,00
Liang Mien	Rp. 10.000,00
Mie Ayam	Rp. 11.000,00
Mie Ayam Bakso	Rp. 15.000,00

Gambar. 6

Daftar New Menu⁶⁰

Nama Produk	Jenis	Harga
Unforgettable Teste/ Gibrass Berger	Berger Chese	Rp. 13.000,00
	Berger Telor	Rp. 13.000,00
	Berger dan Kentang	Rp. 15.000,00
	Berger Spesial	Rp. 20.000,00
Extraordinary Teste	Bakso Gibrass Bakar	Rp. 17.000,00
	Cilok Gibrass	Rp. 14.000,00
Good Teste	Sanmince	Rp. 10.000,00
	Kopi Durian	Rp. 20.000,00

Gambar.7

Daftar New Product

7. Sumber Bahan

Bahan-bahan yang digunakan diperoleh dari *supplier* dan belanja sendiri. Supplier dari (kantor pusat atau yang kerja sama dengan kantor pusat) yaitu berupa premik (bumbu-bumbu yang sudah dalam bentuk kemasan karna resepnya dirahasiakan oleh perusahaan). Sedangkan yang

⁶⁰*Ibid.*

belanja sendiri yaitu berupa sayur dan air galon isi ulang yang digunakan untuk kuah bakso.⁶¹

8. Sertifikat Halal pada Bakso Gibrass

Bakso Gibrass hanya memiliki satu sertifikat halal dan itu dipasang dipusatnya Surabaya. Sedangkan di outlet-outletnya yang tersebar diseluruh Indonsia hanyalah berupa label halal yang di pasang di dinding-dinding warung. Tempat yang strategis yaitu ketika kita memasuki warung baksonya maka akan terlihat bahwa Bakso Gibrass ini sudah mendapatkan sertifikat *halal*.⁶²

9. Sistem Pembukuan dan Laporan Keuangan

Sistem pembukuan pada semua outlet Bakso Gibrass sudah menggunakan komputer. Pada semua outlet Bakso Gibrass di seluruh Indonesia tanpa terkecuali, termasuk Bakso Gibrass Cabang Ponorogo bertugas untuk membuat beberapa laporan keuangan, yaitu:

- 1) Laporan Kas Kasir (LKK)
- 2) Laporan Penjualan (LPJ)
- 3) Laporan Pengeluaran Kas Kecil (*Vendor dan Cash Flow*)⁶³

B. Persepsi Produsen terhadap Sertifikat *Halal*

Persepsi seseorang sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut digunakan untuk menentukan sebuah tindakan agar berjalan dengan baik dan sesuai angan. Seperti misalnya persepsi tentang objek

⁶¹Andri Heriawan. *Hasil Wawancara*, 11 Juli 2018.

⁶²Manto Setiawan, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

⁶³Diah Ayu Nur Azizah, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

interaksi pada suatu bidang kuliner bakso. Bakso merupakan makanan yang paling banyak diminati oleh masyarakat disemua kalangan.

Sebagai pemilik Bakso Gibrass Cabang Ponorogo, alasan Manto bergabung dengan perusahaan yang bersifat waralaba adalah karena dorongan dari seorang teman dan memiliki saham. Adapun alasan lainnya yaitu produk yang dikeluarkannya harus memiliki legalitas hukum sehingga konsumen akan lebih percaya dan bisa dipertanggung jawabkan. Menurutnya dengan adanya sertifikat *halal* dia lebih percaya diri dalam menawarkan produknya dan mampu bersaing dengan kuliner bakso di Ponorogo. Adapun manfaat dan fungsi dari sertifikat *halal* adalah konsumen akan percaya bahwa Bakso Gibrass sudah mendapatkan izin dari MUI, tidak akan diragukan lagi status kehalalan dan mereka akan merasa aman dalam mengkonsumsi karena sudah terbebas dari bahan yang haram dan berbahaya.⁶⁴

Menurut persepsi Manto sertifikat *halal* adalah sertifikat yang dikeluarkan MUI dengan melalui proses audit dari pihak pengawas makanan. Untuk pemahaman prosedur dan syarat sertifikat *halal* dia berpendapat harus mendapatkan izin usaha terlebih dahulu, kemudian pihak MUI akan melakukan survei dan audit kemudian baru mendapatkan sertifikat *halal*nya. Untuk perbedaan antara makanan yang berlabel *halal* dengan yang tidak dia berpersepsi kalau yang sudah tersertifikasi *halal* makanan itu sudah tidak diragukan lagi kehalalan dan keamanannya dalam mengkonsumsi. Adapun

⁶⁴Manto Setiawan, *Hasil Wawancara*, 04 Juli 2018.

makanan yang belum berlabel *halal* bisa diragukan karena tidak ada jaminan dari pihak yang berwajib.⁶⁵

Menurut Tatik sebagai karyawan Bakso Gibrass Cabang Ponorogo. sertifikat *halal* yaitu makanan yang layak dikonsumsi secara islam.⁶⁶ Adapun manfaat dan fungsi sertifikat *halal* adalah untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk tersebut telah layak dikonsumsi sesuai dengan *syariat* islam. Sedangkan prosedur dan syarat dari pengajuan sertifikat *halal* dia berpendapat jika suatu produk tersebut sudah memenuhi persyaratan sertifikasi dan sudah memenuhi standart *halal*. Adapun perbedaan makanan yang sudah tersertifikat *halal* dengan yang tidak menurutnya makanan yang sudah berlabel *halal* itu terjamin keamanan dalam mengkonsumsi dan sudah sesuai *syariat* islam dan makanan yang belum berlabel *halal* masih diragukan kehalalannya.⁶⁷

Menurut Diah yang juga merupakan karyawan Bakso Gibrass Cabang Ponorog dia bekerja disebabkan karena membutuhkan biaya untuk kuliah dan tidak ada kaitannya dengan sertifikat *halal*. Menurutnya sertifikat *halal* itu adalah makanan yang sudah sesuai *syariat* islam. Adapun yang kompeten mengeluarkan sertifikat *halal* yaitu Majelis Ulama Indonesia.⁶⁸

Menurutnya untuk bekerja disebuah restoran dia tidak perlu memperhatikan ada atau tidaknya sertifikat *halal* di restoran tersebut karena jika terjadi kecurangan yang bertanggung jawab sepenuhnya adalah pemilik

⁶⁵ Manto Setiawan, *Hasil Wawancara*, 03 Agustus 2018.

⁶⁶ Diah, Farid dan Tatik, *Hasil Wawancara*, 11 Juli 2018.

⁶⁷ *Ibid.*, 01 Agustus 2018.

⁶⁸ Diah Ayu, *Hasil Wawancara*, 11 Juli 2018.

warung makanan atau restoran itu sendiri. Manfaat dan fungsi dari sertifikat *halal* itu sendiri Diah berpendapat dengan sertifikat *halal* makanan tersebut akan memiliki jaminan kehalalan produk yang sudah sesuai *syaria*t islam. Untuk prosedur dan syarat-syarat mengajukan sertifikat *halal* itu bisa didapat ketika pihak perusahaan sudah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh MUI dan syarat-syaratnya sudah memenuhi kehalalan berdasarkan *syaria*t islam.⁶⁹

Adapun alasan Farid bekerja di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo disebabkan rekomendasi dari kakaknya. Menurutnya sertifikat *halal* itu surat izin dari kementerian bahwasanya makanan tersebut telah diuji coba dan lolos uji serta sudah dicap label *halal*. Sedangkan dikesempatan lain penulis menanyakan apakah di Bakso Gibras sudah ada sertifikat *halal*, menurut Farid kemungkinan ada tapi belum pernah melihat.⁷⁰

Manfaat dan fungsi dari sertifikat *halal* menurutnya, produk tersebut sudah benar-benar aman dan halal untuk dikonsumsi. Sertifikat *halal* juga berfungsi untuk meningkatkan keyakinan konsumen dan meningkatkan pemasaran. Untuk prosedur dan syarat-syarat sertifikat *halal* pihak produsen harus melakukan riset bahwa produk tersebut tidak mengandung najis, berbahaya bagi kesehatan dan barang yang bertentangan dengan *syaria*t islam. Adapun syarat-syaratnya, setelah mengurus segala

⁶⁹*Ibid.*, 01 Agustus 2018.

⁷⁰Farid Hanbali, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

persyaratan maka pihak MUI mengeluarkan fatwanya dan disampaikan kepada pihak SJH (Sistem Jaminan *Hala>l*).⁷¹

Alasan Andri bekerja dibakso Gibrass Cabang Ponorogo karena permintaan pemiliknya. Menurutnya sertifikat *hala>l* adalah surat izin dari kementerian agama.⁷²

Adapun manfaat, fungsi, dan prosedur mengajukan sertifikat *hala>l* dia tidak mengetahuinya dan beda makanan yang berlabel halal dengan tidak dia juga tidak memahaminya.⁷³

C. Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikat *Hala>l*

Persepsi seseorang sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut digunakan untuk menentukan sebuah tindakan agar berjalan dengan baik dan sesuai angan. Seperti misalnya persepsi tentang objek interaksi pada suatu bidang kuliner bakso. Bakso merupakan makanan yang paling banyak diminati oleh masyarakat disemua kalangan.

Menurut Zaenury dalam suatu produk atau restoran seharusnya membuat sertifikat *hala>l* karena dengan sertifikat tersebut pihak konsumen akan merasa aman dalam mengkonsumsi dan itu akan sangat berfungsi serta bermanfaat untuk memajukan bisnis. Menurutnya sertifikat *hala>l* adalah bukti bahwa produk makanan tersebut sudah *hala>l*. Adapun alasannya menjadi langganan di Bakso Gibrass adalah karena rekomendasi teman dan baksonya enak. Untuk jaminan kehalalan di Bakso Gibrass tidak perlu karena didinding dan daftar menu sudah tertulis *hala>l*. Kemudian penulis

⁷¹*Ibid.*, 02 Agustus 2018.

⁷²Andri, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

⁷³*Ibid.*, 07 September 2018.

menanyakan bagaimana pendapatnya tentang warung bakso yang belum memiliki sertifikat *halal* apakah akan merasa aman dalam mengkonsumsi dia mengatakan tergantung warung baksonya jika itu berada dilingkungan muslim ia merasa aman jika tidak ia akan meragukan status kehalalannya⁷⁴.

Terkait pelayanan di Bakso Gibrass menurutnya sudah bagus karena ketika kita datang langsung ditawarkan menu dan termasuk cepat saji. Adapun perbedaan makanan berlabel halal atau tidak yaitu makanan yang sudah berlabel *halal* secara otomatis sudah baik dikonsumsi dan sedangkan makanan yang belum berlabel *halal* itu masih diragukan atas kebaikan dan manfaatnya. Namun disisi lain dia percaya dan merasa aman membeli bakso belum tersertifikasi *halal* dengan alasan asal pemiliknya orang muslim dan laris.⁷⁵

Alasan Dedi untuk menjadi pelanggan di Bakso Gibrass cabang Ponorogo selain enak adalah pelayanannya berbeda dari yang lain yaitu cepat saji dan ramah serta tempatnya juga bersih. Meskipun lokasi Bakso Gibrass Cabang Ponorogo agak jauh dari domisilinya itu tidak menjadi masalah. Menurutnya, sertifikat halal adalah berupa kertas yang menandakan bahwa makanan itu halal baik dari segi pengolahan, tempat dan proses penyembelihannya. Adapun untuk persepsi status kehalalan produk yang ditawarkan menurutnya ia sepenuhnya sudah percaya dan yakin. Terkait dalam hal mengkonsumsi bakso yang belum bersertifikat *halal* dia

⁷⁴Zaenury Adhiim M, *Hasil Wawancara*, 02 Juli 2018.

⁷⁵*Ibid.*, 02 Agustus 2018.

menjelaskan sesuai kondisi asalkan warung bakso tersebut sudah memiliki nama dan sudah buka lama ia akan merasa aman dalam mengkonsumsi.⁷⁶

Menurut Nida sertifikat halal adalah pengolahan dan bahan makanannya sudah *halal* dikonsumsi serta terbebas dari bahan-bahan yang membahayakan atau barang *haram*. Awal mula yang membuatnya tertarik untuk datang ke Bakso Gibrass karena penasaran dengan brosur-brosur yang didapat dan atas rekomendasi temannya. Sedangkan yang menjadi alasannya untuk berlangganan di Bakso Gibras karena enak dan pelayanannya bagus. Meskipun lokasi rumahnya dengan Bakso Gibrass Cabang Ponorogo agak jauh dia tidak mempermasalahkannya. Di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo Nida belum mengetahui bahwa sudah tersertifikasi *halal* dan dia juga tidak pernah menanyakan hal tersebut kepada karyawan karena baginya pemilik dari bakso tersebut adalah orang muslim jadi tidak perlu.⁷⁷

Menurut Sofyan sertifikat *halal* adalah bahan makanan, cara penyucian dan pengolahannya sudah sesuai *syariat* islam. Adapun alasan untuk mencicipi Bakso Gibrass karena rekomendasi teman dan liat di internet. Sedangkan alasan menjadi pelanggan karena baksonya pedas dan enak. Untuk pengetahuan tentang Bakso Gibrass yang sudah tersertifikasi *halal* dia mengetahuinya namun keyakinan atas status kehalalan produk yang ditawarkan dia tidak tahu, karena proses pengolahannya dia tidak tahu apakah sudah sesuai *syariat* atau belum. Saat penulis menanyakan apakah ia pernah menanyakan tentang sertifikat *halal* kepada karyawan atau pemilik dia

⁷⁶M. Dedy Setiawan, *Hasil Wawancara*, 02 Juli 2018.

⁷⁷Nida, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

tidak pernah menanyakan hal tersebut karena jika ada warung dia langsung makan.⁷⁸

Menurut Mufidah sertifikat *halal* yaitu makanan yang bisa dimakan oleh orang muslim. Alasannya untuk menjadi langganan di Bakso Gibrass yaitu karena enak dan tempatnya bersih. Adapun kesadaran akan keberadaan sertifikat *halal* Bakso Gibrass dia tidak mengetahuinya.⁷⁹

Untuk perbedaan makanan yang berlabel *halal* dengan yang tidak dia cukup mengetahuinya dan berkompeten mengeluarkan sertifikat *halal* yaitu Majelis Ulama Indonesia. Adapun untuk perasaan aman dalam mengkonsumsi makanan dia berpendapat jika sudah tersertifikat halal dia tidak akan meragukan lagi sedangkan yang belum tersertifikat *halal* tergantung kondisi jika pihak penjual kelihatan bisa dipercaya itu tidak masalah. Terkait persepsi status kehalalan produk yang ditawarkan dia sudah yakin dengan alasan pemilik dari baksonya orang muslim. Saat penulis menanyakan apakah dia pernah bertanya ke pihak pemilik atau karyawan tentang status kehalalan produk dia tidak pernah menanyakan karena dia sudah yakin baksonya *halal*. Adapun untuk pelayanan di Bakso Gibrass menurutnya cepat, karena ketika datang langsung dilayani tidak perlu menunggu lama dan ditambah ada *free wifi*.⁸⁰

Alasan Hanifaturrosyidah datang ke Bakso Gibrass karena diajak teman. Menurutnya untuk makan di Bakso dia tidak terlalu memperhatikan jika teman-teman sering makan di Bakso tersebut maka ia akan ikut makan

⁷⁸Sofyan, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

⁷⁹Maghfirotul Mufidah, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

⁸⁰*Ibid.*

ditempat tersebut. Adapun kesadaran sertifikat *halal* di Bakso Gibrass dia mengetahui karena dinding sudah ada label *halal*nya. Untuk persepsi status kehalalan produknya Hanif berpendapat dia sudah yakin karena label *halal* dinding dan saat penulis menanyakan apakah ia pernah mempertanyakan hal tersebut ke pemilik atau karyawan dia tidak menanyakan karena tanpa bertanya pun ia sudah mengetahuinya.⁸¹

Sedangkan untuk perbedaan makanan yang berlabel *halal* atau tidak menurutnya makanan yang berlabel *halal* adalah makanan yang sudah lolos uji MUI dan sudah baik dikonsumsi orang Islam dan makanan yang belum berlabel *halal* adalah makanan yang belum didaftarkan atau belum lolos uji MUI. Kemudian penulis menanyakan bagaimana perasaannya ketika mengonsumsi makanan yang belum berlabel *halal* menurutnya dia bisa mengetahui mana makanan *halal* atau tidak. Jadi dia yakin saja. Terkait proses pengolahan itu kembali kepada pihak penjual dia mau curang atau tidak itu tanggung jawab moralnya sebagai pedagang. Untuk produk yang ditawarkan menurut Hanif Bakso Gibrass sudah termasuk kreatif karena tersedia berbagai macam menu. Sedangkan pelayanannya dia sudah puas karena cepat saji dan porsi baksonya cukup membuat perut kenyang.⁸²

⁸¹Hanifaturrosyidah, *Hasil Wawancara*, 12 Juli 2018.

⁸²*Ibid.*

Alasan Kholis mencicipi Bakso Gibrass disebabkan rasa penasaran, sering lewat dan atas saran teman. Menurutnya sertifikat *hala>l* adalah bahan-bahan yang digunakan dalam makanan *hala>l* dan baik.⁸³

Adapun kesadarannya tentang sertifikat *hala>l* Bakso Gibrass dia mengetahuinya dan untuk status kehalalan produk yang ditawarkan dia berpendapat insyaaAllah *hala>l* dan baik. Perbedaan makanan yang berlabel *hala>l* dengan tidak menurutnya jika sudah berlabel berarti sudah *hala>l* dan baik tapi jika belum berlabel makanan tersebut masih diragukan. Namun ketika penulis menanyakan apakah ia pernah membeli bakso yang belum berlabel *hala>l* dia pernah membelinya. Kemudian penulis meminta pendapatnya tentang perasaan aman dalam mengkonsumsi makan yang belum berlabel dia juga berpendapat jika pedagang itu muslim dan kelihatan *hala>l* ia merasa aman.⁸⁴

⁸³Kholis Mardiyah, *Hasil Wawancara*, 11 Juli 2018.

⁸⁴*Ibid.*

BAB IV
ANALISIS PERSEPSI PRODUSEN DAN KONSUMEN MUSLIM
TERHADAP SERTIFIKAT *HALA>L* BAKSO GIBRASS CABANG
PONOROGO

A. Analisis Persepsi Produsen terhadap Sertifikat *Hala>l* Bakso Gibrass Cabang Ponorogo

Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara pandang manusia terhadap lingkungannya, terhadap apa yang ada disekelilingnya. Persepsi merupakan proses bagaimana seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rasangan atau informasi dan pengalaman yang didapat tentang dunianya. Pengalaman tersebut kemudian ditafsirkan atau dipertimbangkan untuk mengambil sebuah keputusan. Cara berpersepsi seseorang terhadap sesuatu yang ditemuinya memiliki pengaruh yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusannya untuk memilih atau memakan suatu produk. Seperti halnya persepsi produsen terhadap sertifikat *hala>l* sehingga menjadikan sebuah keputusan untuk perilaku yang diterapkannya.

Sebagai pihak produsen dalam menawarkan produknya baik pemilik maupun karyawan harus benar-benar memperhatikan kebersihan dan status kehalalan produk yang ditawarkannya. Agar tidak merugikan dan membahayakan kesehatan konsumen. Berikut adalah gambaran persepsi produsen terhadap sertifikat *hala>l*:

1. **Macam-Macam Persepsi Produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat *Hala>l***

Menurut Sunaryo persepsi itu terbagi dua, yaitu *external perception* yang merupakan persepsi itu terjadi ketika ada ransangan dari luar diri individu dan *self-perception* yang merupakan persepsi itu disebabkan oleh ransangan yang berasal dari dalam diri individu yang berarti objeknya adalah dirinya sendiri. Sedangkan macam-macam persepsi yang terjadi pada produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo tentang sertifikat halal berdasarkan data yang telah didapatkan yaitu pemilik dari Bakso Gibrass Cabang Ponorogo awal mula penyebab dia ikut dalam bisnis bersistem waralaba yang telah mendapatkan sertifikat *halal* adalah karena dorongan dari seorang teman, melihat peluang yang ada karena sangat sedikit warung bakso yang sudah tersertifikasi *halal* dan dia juga menginginkan produknya memiliki legalitas hukum serta tidak kalah saing dengan produk bakso lainnya. Sedangkan para karyawannya yang menjadi alasan mereka untuk bekerja disebabkan beberapa hal yaitu atas rekomendasi pemilik Bakso Gibrass Cabang Ponorogo itu sendiri, atas rekomendasi kakaknya, melihat peluang bekerja di Bakso Gibrass dan gajinya yang di atas standar UMR daerah sehingga cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dari analisa di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pihak produsen dalam melakukan persepsinya menggunakan ransangan dari luar dirinya yaitu berupa melihat peluang yang ada disekitarnya.

Sedangkan proses pemahaman terhadap rangsangan atau stimulus yang diperoleh oleh indra menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis yakni visual, auditori, perabaan, pencium dan pengecap. Untuk proses pemahaman terhadap rangsangan yang terjadi pada produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo tentang sertifikat *halal* berdasarkan data yang ditemukan pemilik dengan menggunakan indera yaitu melalui melihat dan mendengar bahwa sertifikat *halal* memiliki banyak manfaat jika dia menggunakan pada produk yang akan dijualnya yakni akan tumbuhnya kepercayaan konsumen dan kualitas produk yang bagus. Sedangkan para karyawan melihat dan mendengar dengan sertifikat *halal* mereka merasa aman dalam menjual produknya dan tidak ada kekhawatiran jika kemudian hari ada *complain* atau sesuatu yang tidak diinginkan seperti yang disampaikan oleh Tatik.

Dari analisa diatas ditarik kesimpulan bahwa produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo dalam melakukan proses pemahaman terhadap rangsangan melalui melihat dan mendengar kepada kemanfaatan yang ada setelah menggunakan sertifikat *halal*.

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat Halal

Menurut Robbins ada beberapa faktor yang bekerja untuk membentuk dan terkadang memutarbalikkan persepsi, yaitu:

a. Pelaku Persepsi

Disini informan manafsirkan apa yang telah diinderanya tentang sertifikat *halal* dengan dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing individu. Semua informan memiliki pengetahuan terhadap sertifikat *halal* dengan mengatakan bahwa makanan yang tersertifikat *halal* itu berarti sudah sesuai dengan *syariat* islam dan tidak perlu diragukan lagi status kehalalannya. Namun saat penulis menanyakan kepada pihak karyawan apakah di Bakso Gibrass sudah sertifikat *halal* hanya sebagian yang mengetahui.

Sedangkan dalam ketentuan sertifikat *halal* baik panduan halal atau pelaksanaan yang harus disiapkan harus disosialisasikan dan diuji coba dilingkungan produsen, sehingga seluruh jajaran mulai dari direksi sampai karyawan memahami betul bagaimana memproduksi produk *halal* dan baik. Tapi yang terjadi di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo kebanyakan karyawannya tidak mengetahui. Terbukti saat Andri yang bekerja sebagai koki di bagian baksonya tidak mengetahui syarat dan prosedur mengajukan sertifikat *halal*. Dalam bekerja di Bakso Gibrass mereka hanya kebetulan saat melamar pemilik membutuhkan karyawan dan atas dasar saran dari orang lain tanpa mereka memperhatikan sertifikat *halal*nya. Sedangkan pihak pemilik, tujuan dalam mengikuti bisnis yang bersistem waralaba yang sudah tersertifikat *halal* karena

waktu itu beliau memiliki saham dan atas dorongan temannya sendiri dan karena dia merasa simpati terhadap sertifikat *halal* itu sendiri.

b. Objek atau yang dipersepsikan

Para informan yakni pihak produsen melihat dan mendengar bahwa dengan bakso yang sudah memiliki sertifikat *halal* maka akan membuat bakso tersebut menjadi lebih unggul dari bakso lainnya dan bakso yang berlabel *halal* akan lebih memberikan jaminan minim kecurangan dalam menawarkan baksonya kepada masyarakat. Disini pihak pemilik juga melihat besarnya peluang untuk menjadikan produknya berbeda dari yang lain dan untuk menarik minat pelanggan. Kepentingan yang sebenarnya bukan karena beliau betul-betul ingin produknya tersertifikasi melainkan kepentingan akan brand bakso yang dijualnya.

c. Konteks darimana persepsi itu dilakukan

Unsur lingkungan dan situasi bisa mempengaruhi persepsi informan. Disini pemilik melihat situasi yang baik dan membuat pemilik ingin ikut dalam bisnis yang bersistem waralaba. Beliau mengatakan jika sudah punya nama ia tidak kesusahan lagi dalam menawarkan produknya dan dengan begitu juga beliau mudah mendapatkan legalitas hukum. Selain di Ponorogo jarang bakso yang memiliki sertifikat *halal* yang menjadi alasan lain yaitu beliau sudah lama menginginkan memiliki bisnis kuliner. Sedangkan para

karyawannya melihat bahwa di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo ia bisa bekerja dengan gaji yang cukup untuk kebutuhannya.

Dari analisa diatas dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi persepsi Produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo disebabkan oleh beberapa faktor yaitu, pertama pemilik merasa dengan sertifikat *halal* ia sudah mendapatkan brand dimasyarakat, kedua pemilik melihat peluang bahwa di Ponorogo masih minim bakso yang sudah sertifikat *halal*, dan yang ketiga pihak karyawan melihat bahwa Bakso Gibrass Cabang Ponorogo mampu memenuhi kebutuhannya.

2. Proses Persepsi Produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat *Halal*

Proses persepsi merupakan proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala dan pengetahuan individu. Bimo Walgito menyatakan proses terjadinya persepsi seseorang memiliki tahapan mulai dari proses fisik, proses fisiologis, proses psikologik dan hasil keputusan yang diperoleh berupa persepsi. Sedangkan tahapan yang terjadi pada produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo dalam mempersepsikan sertifikat *halal* berdasarkan data yang telah diperoleh yaitu: dalam proses kealaman atau proses fisik ini informan menangkap stimulus dari indra mereka khususnya mata dan telinga. Disini pemilik mendapat stimulus dengan mendengar dari telinganya yaitu berupa dorongan dari temannya yang menyarankan ikut dalam bisnis bersistem waralaba yang

sudah tersertifikasi *hala>l*. Selain itu pemilik juga mendapat stimulus dengan melihat dari matanya bahwa di Ponorogo masih sangat sedikit sekali yang membuat produknya berlabel *hala>l* sehingga beliau akan mendapat peluang besar dan kualitas yang bagus dimata masyarakat.

Sedangkan pihak karyawan juga mendapatkan stimulus berasal dari mendengar yaitu sebagian dari mereka mendapatkan saran untuk bekerja disana. Untuk sebagiannya lagi mendapat stimulus dari melihat yaitu dengan melihat kondisi di Bakso Gibrass yang sedang membuka peluang untuk menerima karyawan dan tidak sepi dari pelanggan. Akhirnya informan yang telah melalui proses berfikir didalam otak tersebut mengeluarkan hasil berupa tanggapan. Apakah yang dilakukan dengan stimulus yang didapat. Bisa diputuskan untuk menggunakan bisnis yang sudah tersertifikasai *hala>l* dan untuk bekerja di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo. Terantung dari pemikiran individu itu sendiri.

Dari analisa diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa proses atau tahapan informan dalam mepersepsikan suatu objek yang disini berupa sertifikat *hala>l* dan kedaan Bakso Gibras Cabang Ponorogo melalui berbagai proses sistematis. Setelah informan melihat dampak dari sertifikat *hala>l* dan keadaan Bakso Gibrass Cabang Ponorogo maka muncul persepsi positif tentang keuntungan yang akan diperoleh yaitu berupa kepercayaan masyarakat dan kualitas produk.

B. Analisis Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat *Hala>l* Bakso Gibrass Cabang Ponorogo

Konsumen muslim adalah seorang pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa sesuai *syaria>t* islam. Sehingga persepsi konsumen muslim didefinisikan sebagai proses yang dialami oleh seorang pemakai produksi terakhir dari benda atau jasa yang sesuai *syaria>t* islam dalam memberi makna terhadap apa yang telah diketahui, lewat panca indra yang memberi kesan bagi mereka untuk memberi makna pada lingkungannya. Proses yang dialami oleh masing-masing konsumen mungkin bisa sama, tapi yang dirasakan oleh masing-masing individu bisa berbeda sehingga penafsiran setiap individu terhadap sesuatu yang sama bisa saja berbeda dalam menanggapi. Dari uraian diatas, maka penulis akan membahas tentang persepsi konsumen muslim tentang sertifikat *hala>l* sehingga menjadikan sebuah keputusan berperilaku nantinya.

1. Macam-Macam Persepsi Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat *Hala>l*

Menurut Sunaryo persepsi itu terbagi dua, yaitu *external perception* yang merupakan persepsi itu terjadi ketika ada rangsangan dari luar diri individu dan *self-perception* yang merupakan persepsi itu disebabkan oleh rangsangan yang berasal dari dalam diri individu yang berarti objeknya adalah dirinya sendiri. Sedangkan macam-macam persepsi yang terjadi pada konsumen muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo tentang sertifikat *hala>l* berdasarkan data yang telah

didapatkan yaitu kebanyakan dari informan beralasan untuk berlangganan disebabkan oleh rekomendasi dari teman, baksonya enak, tempatnya bersih, cepat saji dan pelayanannya ramah. Namun saat ditanya perspsinya tentang sertifikat *halal* pihak konsumen muslim mengetahui dan memahaminya serta juga mengerti manfaat sertifikat *halal* itu sendiri. Mereka juga berpersepsi makan yang berlabel *halal* itu berarti sudah sesuai *syaria* dan tidak diragukan lagi. Sedangkan makanan yang belum berlabel *halal* mereka meragukan status kehalalannya, tapi jika penjualnya adalah muslim dan tempatnya laris itu tidak masalah. Para informan juga hanya sedikit yang mengetahui jika di Bakso Gibrass sudah tersertifikasi *halal*.

Dari analisa diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pihak konsumen muslim dalam melakukan persepsinya menggunakan ransangan dari dalam dan luar dirinya yaitu berupa penasaran, rasa enak, rekomendasi teman, merasakan pelayanan yang bagus.

Sedangkan untuk proses pemahaman terhadap ransangan atau stimulus yang diperoleh indera menyebabkan persepsi terbagi beberapa jenis yaitu visual, auditori, perabaan, pencium, dan pengecap. Untuk jenis proses pemahaman ransangan yang terjadi pada konsumen muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap sertifikat *halal* berdasarkan data yang diperoleh yaitu mereka melihat dan mendengar bahwa dengan sertifikat *halal* bakso yang mereka konsumsi berkualitas dan tidak menimbulkan kekhawatiran dalam mengkonsumsi dan di Bakso Gibrass

Cabang Ponorogo konsumen muslim awalnya mereka penasaran setelah mendengar saran dari temannya kemudian tertarik untuk mencicipi. Setelah mencicipi konsumen muslim merasakan enak dan berbeda dari bakso lainnya sehingga membuat konsumen muslim jadi pelanggan . Selain karena rasa yang unik dan enak para informan juga melihat dan merasakan di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo memiliki pelayanan yang cepat dan ramah serta fasilitas *free wifi* yang membuat semakin tertarik menjadi pelanggan disana.

Dari analisa tersebut dapat diambil kesimpulan konsumen muslim dalam proses pemahaman ransangan melalui melihat, mendengar, merasakan lingkungan dan pengecapan berupa sertifikat *halal* yang mampu memberikan kualitas yang bagus, saran teman, fasilitas yang cukup dan rasa yang unik dan enak serta pelayanan yang ramah dan cepat.

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat *Halal*

Menurut Robbins ada beberapa faktor yang bekerja untuk membentuk dan terkadang memutarbalikkan persepsi, yaitu:

a. Pelaku persepsi

Disini konsumen muslim manafsirkan apa yang telah diinderanya tentang sertifikat *halal* dengan dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing individu. Semua informan memiliki pengetahuan tentang sertifikat *halal* yaitu makanan yang sudah

sesuai syariat islam yakni yang *halal* dan baik seperti yang ada didata dipersepsikan oleh Kholis siswa yang berasal dari gontor. Disini para informan juga mengatakan jika makanan sudah tersertifikasi *halal* maka makanan itu secara otomatis sudah bisa dikonsumsi oleh orang muslim dan terkait persepsi informan tentang makanan yang belum tersertifikat *halal* masih diragukan status kehalalannya. Namun para informan juga berpendapat bahwa mereka tidak meragukan makanan yang belum tersertifikasi *halal* selama penjualnya orang muslim dan tempatnya laris seperti yang disampaikan oleh Zaenury. Pendapat Zaenury tersebut hampir sama dengan seluruh informan. Menurut Sofyan dia tidak memperhatikan warung tersebut sudah tersertifikasi *halal* atau belum yang penting jika ada warung dia langsung makan. Sedangkan menurut Nida asalkan baksonya enak saya akan menjadi pelanggan dan jika ada pedagang yang curang maka itu tidak akan lama bertahan pasti akhirnya ketahuan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa para informan berpersepsi makanan yang tersertifikat *halal* itu aman dan baik untuk dikonsumsi muslim namun tentang makanan yang belum tersertifikasi mereka berpersepsi aman asal penjualnya muslim dan laris.

5) Objek atau yang dipersepsikan

Para informan yakni Konsumen Muslim melihat dan mendengar bahwa pelayanan yang ada di Bakso Gibrass Cabang

ponorogo cepat saji, ramah dan mudah. Di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo ada beberapa informan yang memiliki kesadaran tentang sudah tersertifikasi *halal* sebab ada tulisan *halal* di dinding. Sedangkan informan lainnya tidak menyadari akan hal itu. Fasilitas yang ada di Bakso Gibrass menurut para informan sudah memuaskan dengan jumlah menu yang beragam, harga yang tidak terlalu mahal, tempat yang nyaman dan *free wifi*. Tapi kebanyakan informan beralasan menjadi pelanggan disebabkan baksonya *nagih*, pedas dan enak.

6) Konteks darimana persepsi itu dilakukan

Unsur lingkungan dan sekitar Bakso Gibrass Cabang Ponorogo ada beberapa informan yang terpengruhi persepsinya. Menurut salah satu informan Bakso Gibrass Cabang Ponorogo membuatnya penasaran dan ingin mencoba karena dia sering melewati Bakso Gibrass tersebut. Ada juga informan yang melihat di media sosial dan brosur-brosur sehingga memunculkan keinginan untuk mencoba rasa baksonya. Selain itu situasi dan tempat di Bakso Gibrass juga termasuk strategis, nyaman, teratur dan bersih. Oleh karena itu para Konsumen Muslim mengambil keputusan untuk berlangganan di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo.

Berdasarkan analisa diatas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo yaitu: Pertama, faktor pelayanan dan fasilitas

sehingga memunculkan persepsi kemudahan pelayanan, kecepatan saji dan ragam jenis makanan yang memuaskan. Kedua, faktor lingkungan, kondisi dan situasi Bakso Gibrass Cabang Ponorogo sehingga memunculkan persepsi : Bakso Gibrass berada di tempat yang strategis, mudah terjangkau, suasananya bersih dan nyaman. Meskipun lokasi tempat tinggal para informan agak jauh dari Bakso Gibrass Cabang Ponorogo itu tidak menjadi masalah bagi mereka. Ketiga Faktor pengetahuan dan kesan dengan persepsi : rata-rata para informan mengetahui sertifikat *halal* dan bisa membedakan makanan yang bersertifikat *halal* dengan tidak namun apabila penjual adalah orang muslim, tempatnya laris dan enak itu tidak menjadi masalah mereka tetap merasa aman untuk mengkonsumsinya. Meskipun pada awalnya mereka berpendapat bahwa makan yang belum tersertifikasi *halal* itu meragukan.

3. Proses Persepsi Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo terhadap Sertifikat *Halal*

Proses persepsi merupakan proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala dan pengetahuan individu. Menurut pengertian Bimo Walgito persepsi itu sendiri adalah proses dan tahapan bagaimana persepsi itu muncul pada diri seseorang yakni berdasarkan proses fisik, proses fisiologis, proses psikologik dan terakhir hasil dari persepsi itu sendiri. Dalam hal ini Konsumen Muslim Bakso Gibrass cabang Ponorogo memiliki tahapan dalam mepersepsikan sertifikat *halal*

berdasarkan data yang telah didapatkan yaitu, dalam proses kealmaan atau proses fisik informan menangkap stimulus dari indra mereka khususnya mata dan telinga. Mereka mendapat stimulus dengan melihat brosur tentang Bakso Gibrass baik sosial media ataupun dalam bentuk lembaran kertas, rekomendasi dari teman dan pelayanan Bakso Gibrass Cabang Ponorogo yang cepat saji dan ramah serta tempat yang strategis dan terjangkau. Fasilitas yang *free wifi*, tempat yang bersih dan aman serta informasi yang mereka dengar baik dan membuat penasaran dari temannya. Akhirnya informan yang telah melalui proses berpikir didalam otak tersebut mengeluarkan hasil berupa tanggapan. Apakah yang akan dilakukan dengan stimulus yang mereka dapat. Bisa diputuskan untuk menjadi pelanggan atau tidak sama sekali dan semua kembali ke individu masing-masing.

Dari analisa diatas diambil kesimpulan bahwa proses atau tahapan informan dalam mepersepsikan objek yang disini bakso Gibrass yang sudah tersertifikasi *halal* melalui berbagai proses yang sistematis. Setelah informan melihat dan mendengar tentang pelayanan yang baik, rasa Bakso Gibrass yang enak, pedas dan menu yang bervariasi maka muncul persepsi positif dari informan yaitu penasaran dan rasa ingin mencoba lagi dan keramahan serta cepat saji, selain itu fasilitas yang *free wifi* dan tempat yang bersih sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Perspsi Produsen dan Konsumen Muslim terhadap Sertifikat *Hala>l* di Bakso Gibrass Cabang Ponorogo” maka, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Produsen Bakso Gibrass Cabang Ponorogo termasuk ke dalam *external perception*, persepsi visual dan persepsi auditori dengan dilatarbelakangi oleh faktor pelaku persepsi itu sendiri, objek atau yang dipersepsikan dan konteks darimana persepsi itu dilakukan. Sedangkan proses persepsinya berawal dari proses fisik, proses fisiologis, proses psikologik dan berakhir hasil dari persepsi itu sendiri. Di hasil akhir produsen sedikit paham dan beranggapan sertifikat halal termasuk penting.
2. Persepsi Konsumen Muslim Bakso Gibrass Cabang Ponorogo adalah termasuk *external perception*, *self-perception*, persepsi visual, persepsi auditori, persepsi perabaan dan persepsi pengecapan dengan dilatarbelakangi oleh faktor pelaku persepsi itu sendiri, objek atau yang dipersepsikan dan konteks darimana persepsi itu dilakukan. Sedangkan proses persepsinya berawal dari proses fisik, proses fisiologis, proses psikologik dan berakhir hasil dari persepsi itu sendiri. Di hasil akhir konsumen muslim juga tidak menganggap bahwa sertifikat *hala>l* itu penting.

B. Saran

Dalam rangka kesempurnaan skripsi ini, penulis memberikan beberapa saran terkait pembahasan sertifikat *halal* sebagai berikut:

1. Sebagai produsen hendaknya memperhatikan segala sesuatu yang akan dipasarkan karena menjadi tanggung jawab kita untuk melindungi konsumen dan sebagai produsen yang bertanggung jawab hendaknya dia juga memberikan pengetahuan kepada karyawannya agar dalam pembuatan tidak melanggar aturan *syariat* atau ketentuan yang telah ditetapkan oleh MUI.
2. Konsumen yang beragama Islam tanpa terkecuali berada dilingkungan apa saja hendaknya mencari tahu lebih dalam lagi kepada orang terdekat yang dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet untuk memahami kriteria makanan *halal*, *haram*, dan baik. Berfikir lebih dulu mengenai status kehalalan produk yang akan dikonsumsi. Mulailah menjadi konsumen muslim yang cerdas dan teliti terhadap hal-hal yang perlu diwaspadai seiring dengan banyaknya kecurangan dijamin globalisasi karena dengan mudahnya budaya asing (dari negara non muslim) masuk di negara ini.
3. MUI diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada produsen dan konsumen muslim mengenai pentingnya kehalalan suatu produk dan sertifikat halal atau label *halal* karena berdasarkan penelitian ini pengetahuan serta kesadaran produsen dan konsumen muslim tentang hal tersebut masih minim.

DAFTAR PUSTAKA

- Alport, M. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991.
- Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Damanuri, Aji. *Methodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2010.
- Dapartemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Semarang: Karya Toha Putra, 2002.
- Dermawan, Rizky. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Allfabeta, 2016.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Hasan, Sofyan. Kepastian Hukum Sertifikasi dan Label Halal Produk Pangan,” *Jurnal Dinamika Hukum*, 2. Mei 2014:68-89.
- Kolter. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hall International, 2003.
- Lubis, Muhammad Ilham. Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung, *Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung, 2017.
- Mirliany, Rosleny. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2001.
- P, Robbins, S. *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003.
- Rahman, Taufiq. Tinjauan Yuridis terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan), *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.

- Ramlan dan Nahrowi, "Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami dalam Upaya Perlindungan bagi Konsumen Muslim," *Ahkam*, 1. Januari 2014.
- Rezfi, Dessy. "Pelaksanaan Sertifikasi Halal terhadap Restoran dan Rumah Makan dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen (Studi di Kota Padang Panjang)," *Skripsi*. Padang: Universitas Andalas Padang, 2016.
- Sablok, Jinus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Simanungsong, Elsi Kartika Sari dan Advendi. *Hukum dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Grasindo, 2008.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian (Dalam Teori dan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta, Cet. Ke-3, 1999.
- Sudarto. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharman. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi, 2005.
- Thahir, Andi. *Psikologi Belajar*. Bandar lampung: Pustaka Setia, 2014.
- Ola, "Persepsi Masyarakat terhadap Mini Market (Studi Kasus Pasar Atapange Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo)," *Skripsi* . Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2016.
- Tunardi, Wibowo. " Hukum Perlindungan Konsumen" *Jurnal Hukum*. Juni, 2016.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2003.
- Yodo, Ahamadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Zainal, Veitzhal Rivai. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.