

**LABELITAS HALAL PADA MAKANAN DALAM KEMASAN PERSEPSI
MASYARAKAT MUSLIM DI KEC. BELOPA UTARA KAB. LUWU**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

**NURPAIKA
NIM: 1504020134**

IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurpaika
NIM : 15.04.02.0134
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang penulis akui sebagai hasil tulisan penulis sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

IAIN PALOPO

Palopo 2020

Yang Membuat Pernyataan



Nurpaika

NIM. 15.04.02.0134

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Labelisasi Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu yang ditulis oleh NURPAIKA Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0402 0134, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 28 Januari 2020 Miladiyah bertepatan dengan 3 Jumadil Akhir 1441 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 Maret 2021 M

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I. | Penguji I | (.....) |
| 4. Irma T, S.Kom., M.Kom | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Takdir, SH., M.H. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP.196102081994032001

Hendra Safri, SE., M.M.
NIP.198610202015031001

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional Variabel.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
B. Kajian pustaka.....	12
1. Pengertian label.....	12
2. Fungsi label	13
3. Macam-macam label	14
4. Pemberian label.....	15
5. Labelisasi.....	15
6. Pengertian halal.....	18
7. Komsumsi dalam Islam.....	20
8. Pengertian persepsi.....	21
9. Persepsi konsumen muslim	22
10. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen muslim	22
11. Bahan baku yang halal dan yang diharamkan dalam produk makanan dalam kemasan	24
12. Pengertian perilaku konsumen	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Subyek Penelitian.....	43

D. Jenis dan Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Nurpaika, 2019. “Labelisasi Halal pada Makanan dalam Kemasan Persepsi Masyarakat Muslim di Kec.Belopa Utara Kab.Luwu”, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pembimbing (I) Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Pembimbing (II) Dr. Takdir, SH., M.H.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Makanan dalam Kemasan, Masyarakat Muslim

Permasalahan pokok dalam skripsi ini ialah ketidak inginan masyarakat muslim untuk mengkomsumsi produk-produk haram meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk. Skripsi ini membahas tentang labelisasi halal pada makanan dalam kemasan serta persepsi masyarakat muslim terhadap labelisasi halal. Fokus kajian tersebut dibahas dengan dua pokok masalah, yaitu pertama , bagaimana labelitasasi halal pada makanan dalam kemasan. Kedua , bagaimana persepsi masyarakat muslim terhadap labelisasi halal pada makanan dalam kemasan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui labelisasi halal pada makanan dalam kemasan serta persepsi masyarakat muslim terhadap labelisasi halal.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui studi lapangan (file fesearch) dan data sekunder melalui studi pustaka (library research), dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik deduktif, teknik induktif, dan teknik komparatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label yang terdapat dikemasan makanan telah melalui proses kehalalan dari pihak MUI yang dijamin kehalalannya serta didukung dari pihak dinas kesehatan untuk memeriksa kelayakan mengkomsumsi makanan dalam kemasan tersebut. Dengan menggunakan analisis deskriptif diketahui bahwa persepsi masyarakat di desa lebani memiliki keyakinan yang kuat bahwa produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal sudah melalui proses labelisasi halal yamh sesuai dengan standar syariat Islam. Labelisasi halal yang diteliti adalah proses pembuatan, bahan baku, dan efek yang ditimbulkan dari suatu produk makanan dakam kemasan sehingga produk tersebut bisa masuk dalam kategori produk halal.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunitas muslim diseluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan syariat. Dalam ajaran syariah, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena bahan yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut.

Untuk indonesia sendiri, dengan populasi kaum muslimin yang mencapai bilangan 90 % dari jumlah total warga negara, maka dengan sendirinya pasar indonesia merupakan pasar konsumen muslim yang demikian besar.

Secara klasik orang selalu mengatakan bahwa makanan atau minuman sesuatu berarti memasukkan sesuatu kedalam tubuh melalui rongga mulut guna memenuhi zat-zat yang diperlukan oleh badan. Untuk memahami bagaimana pandangan Islam tentang objek yang boleh dimakan atau diminum, ada baiknya dikemukakan bahwa pada dasarnya setiap sesuatu itu halal dimakan atau diminum oleh seorang muslim kecuali ada larangan yang mengatakan tidak boleh. Seperti yang diriwayatkan dalam QS al-baqarah/2;168. Yaitu sebagai berikut :

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

لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Ayat di atas merupakan anjuran Allah swt kepada manusia agar senantiasa memilih makanan yang halal dan baik di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan tidak mengikuti jejak syaitan yang hanya mengikuti hawa nafsu belaka.

Sebab turunya ayat diatas adalah berkaitan dengan sikap dari Bani Tsag, Bani Amir Ibnu Shasha'ah, khuza'ah dan Bani madlaj. Mereka menyatakan haram untuk diri mereka sendiri berbagai jenis makanan, seperti daging ternak, ikan laut, dan lain sebagainya. Demikian dijelaskan oleh Abdullah bin Abbas. Lalu turunlah ayat tersebut diatas.

Dengan demikian, segala macam makanan dan minuman itu hukumnya mubah dan halal, kecuali apabila ada keterangan yang mengharamkannya, Allah swt telah memberi petunjuk kepada kita agar memakan makanan yang halal dan baik. Kata halal atau baik berkaitan erat dengan kesehatan manusia, karena bisa saja makanan itu halal tetapi tidak baik untuk seseorang (kesehatannya) atau sebaliknya.

Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan Allah swt dan Rasulnya Quran maupun hadist baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip yang diperintahkan Allah dan Rasul-Nya tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Haram adalah sesuatu yang diharamkan Allah dan Rasul-Nya dalam al-quran maupun hadist baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip yang dilarang Allah dan Rasul-Nya, tidak pernah dianjurkan, tidak pernah didiamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Mereka dibatasi oleh kehalalan dan keharaman yang dimuat dalam nash Al-quran dan Al-hadist yang menjadi panduan utama bagi mereka sehingga

konsumen semakin kritis untuk memilih produk yang halal karena di Indonesia juga sudah terjadi kasus makanan yang tidak halal, seperti kasus pencampuran lemak dan minyak babi pada makanan ditahun 1988. Peristiwa ini, telah memaksa para produsen mengeluarkan dana ekstra untuk membiayai iklan besar-besaran untuk mengembalikan kepercayaan umat Islam terhadap produknya. Dan peristiwa serupa terulang dengan kejadian pada tahun 2001, yang menimpa produk monosodium glutamate (MSG) merek Ajinomoto, pihak produsen terpaksa harus menarik kembali produksinya dari pasaran akibat produknya bercampur dengan lemak babi.

Berawal dari terjadinya kasus pencampuran lemak babi yang meresahkan masyarakat dengan munculnya berbagai jenis produk cepat saji seperti mie, susu, coklat, kecap manis, sampai makanan produk impor seperti kue dan lain-lain maka berdirilah lembaga pengkajian pangan obat-obatan dan kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Mendadak masalah itu yang terjadi isu nasional yang membuat masyarakat takut memakan produk-produk yang disinyali mengandung minyak babi.

Dengan mengacu kepada fungsi MUI yang bertugas memberikan pengayoman kepada masyarakat merasa tentram, tidak ragu-ragu terhadap makanan, maka MUI berupaya mengadakan pengajian penelitian terhadap makanan dalam kemasan. Proses penentuan halal-haram ditentukan secara cermat oleh MUI dibantu oleh BPPOM.

Khusus di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh

konsumen muslim diindonesia. Lembaga ini adalah lembaga pengawasan dan peredaran obat dan makanan majelis ulama indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar dimasyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Dengan adanya LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk sehingga masyarakat tidak ragu-ragu lagi untuk membeli produk makanan dalam kemasan.

Penerbitan sertifikat halal merupakan kewajiban utama bagi setiap produsen yang mendistribusikan produksinya diseluruh indonesia. Pemberlakuan sertifikat halal merupakan langkah maju dalam memberikan jaminan kehalalan sebuah produk. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim. Ketentuan memakai label halal bersamaan munculnya undang-undang pangan No. 7 tahun 1996. Di dalam penjelasan undang-undang tersebut ditegaskan bahwa, keterangan halal untuk produk pangan sangat vital bagi masyarakat indonesia yang mayoritas muslim. Perlu diketahui juga oleh masyarakat secara umum yang banyak dipublikasikan kepada masyarakat secara umum yang banyak dipublikasikan hanyalah logo resmi halal yang dikeluarkan oleh berbagai negara. Oleh karena itu penting untuk mengetahui logo halal berbagai produksi yang dikeluarkan oleh negara.

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Pemberian label berkaitan erat dengan pengemasan. Dengan adanya label halal ini konsumen muslim, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya.

Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasi ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketidakhadiran label itu akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut. Ada beberapa pertanyaan mendasar yang dilontarkan masyarakat untuk mempelajari sertifikat halal yaitu : mengapa sebuah produk haram yang menggunakan label halal sempat beredar di masyarakat? Seberapa jauh label halal oleh departemen kesehatan dan MUI memberi jaminan?.

Berbicara tentang labelisasi halal pasti tidak akan bisa lepas dari kehalalan suatu produk dalam kemasan. Manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (ekonomi). Maka dari itu ditujukan pada masyarakat

kec.belopa utara kab.luwu yang jumlah penduduknya kurang lebih 40.912 jiwa khususnya masyarakat muslim agar lebih kritis dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan untuk mencerna informasi sehingga bisa memilih produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh.

Dengan menilai masalah halal haram suatu produk makanan dalam kemasan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perhatian terhadap halal haram pada produk makanan dalam kemasan semua masyarakat berhati-hati dalam mengkonsumsi makanannya sehingga kasua-kasus telah menimbulkan kehebohan dimasyarakat tidak akan muncul kembali.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta di sertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan masyarakat muslim di kec.belopa utara kab.luwu sebagai populasi sampel.

Penulis akan memberikan batasan bahwa produk makanan dalam kemasan yang dimaksud adalah produk-produk seperti : susu, mie instan, coklat, bumbu dapur, snack, dan produk-produk makanan lainnya yang diproduksi dengan menggunakan kemasan dan menyertakan label halal didalam kemasannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakan di atas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana labelisasi halal pada makanan di desa lebani Kec.Belopa Utara Kab.Luwu?
2. Bagaimana persepsi masyarakat muslim di desa lebani Kec.Belopa Utara Kab.Luwu terhadap labelisasi halal pada makanan dalam kemasan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui labelisasi halal di Kec.Belopa Utara Kab.Luwu.
2. Untuk mengetahui persepsi masyarakat muslim di Kec.Belopa Utara Kab.Luwu terhadap labelisasi halal pada makana dalam kemasan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis.
 - a. Manfaat bagi perusahaan.

Agar mengetahui tanggapan konsumen mengenai labelitas halal pada produknya dan mengetahui bagaimana persepsi masyarakat mengenai labelitas halal pada makanan dalam kemasan. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melabelisasikan produknya dengan label halal dimasa yang akan datang.

- b. Manfaat bagi konsumen.

Agar dapat memberikan pemahaman masyarakat mengenai label halal pada kemasan produk sehingga lebih mudah memilih produk yang dibolehkan untuk dikomsumsi.

2. Manfaat teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan :

- a. Dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan *retailing*, perilaku konsumen, dan komunikasi pemasaran.
- b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan menyusun dalam bidang manajemen pemasaran yaitu yang berkaitan dengan *realiting*, perilaku konsumen, dan komunikasi pemasaran, khususnya mengenai labelisasi halal pada makanan dalam kemasan.

E. Definisi Operasional.

Skripsi ini berjudul “labelisasi halal pada makanan dalam kemasan persepsi masyarakat muslim di kec.belopa utara kab.luwu”. maka sangat penting mendefinisikan variabel agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dan untuk memudahkan penelitian.

1. Labelisasi adalah tanda yang tertera pada kemasan produk untuk menginformasikan kepada produsen bahwa produk tersebut sudah sah untuk dikonsumsi.
2. Halal adalah sesuatu yang dihalalkan oleh Allah swt tidak dilarang dan dibolehkan untuk dikonsumsi oleh ummat Islam dan pengelolaannya menurut syariat Islam dan tidak mengandung unsur haram didalamnya seperti lemak babi.
3. Persepsi masyarakat adalah pemahaman atau tanggapan masyarakat mengenai apa yang dilihat, di dengar, dan diketahui.
4. Makanan dalam kemasan adalah makanan cepat saji yang siap untuk dikonsumsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini akan mengemukakan hasil penelitian yang sebelumnya dengan masalah yang akan diangkat, karena sejauh ini penulis belum menemukan hal yang serupa dengan yang penulis teliti, tetapi penulis mengemukakan skripsi yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh :

1. Penelitian Baso Syamsuddin (2013)

Penelitian ini berjudul “pengaruh labelitas halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa jurusan syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo”. Dari data yang diolah dapat diketahui bahwa responden memiliki keyakinan yang kuat bahwa produk makanan dalam kemasan yang memiliki mlabel halal telah melakukan proses labelisasi halal dalam proses pembuatannya. Bahan baku yang dikandungnya, serta efek yang ditimbulkan tidak bertentangan dengan syariat Islam sehingga produk tersebut menjadi halal untuk dikonsumsi. Perbedaan dari penelitian yang peneliti lakukan di skripsi ini, di atas membahas tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa jurusan syariah sekolah tinggi agama Islam Negeri (STAIN) Palopo, sedangkan penelitian ini membahas tentang labelisasi halal pada makanan dalam kemasan persepsi masyarakat muslim.

2. Penelitian Kamami (2013)

Penelitian ini berjudul “analisis persepsi labelisasi halal dalam penggunaan produk dikota padang”

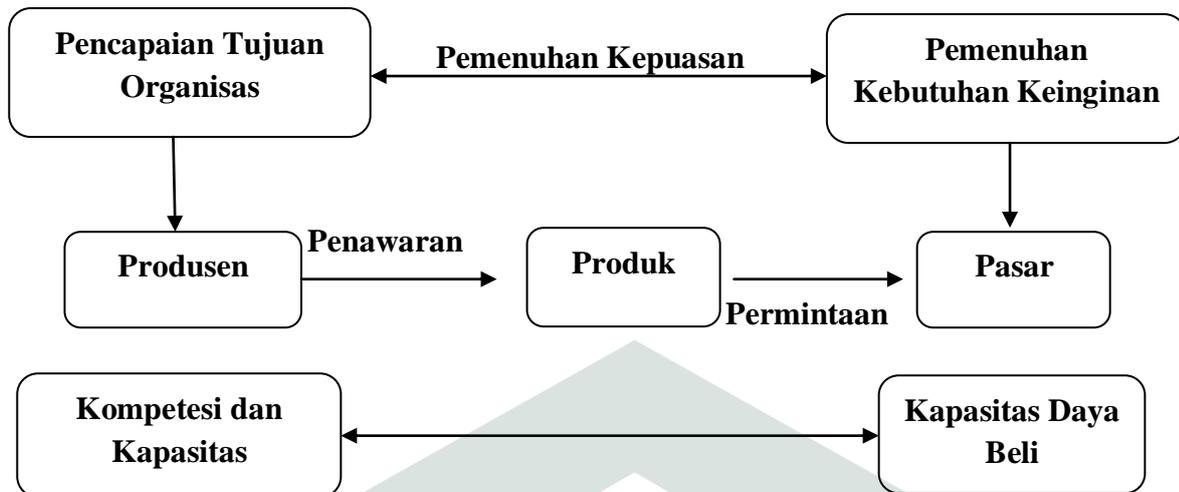
Hasil dari penelitian analisis data memperlihatkan bahwa pengetahuan dalam komposisi pada produk berpengaruh secara signifikan terhadap masyarakat muslim dalam menggunakan produk berlabel halal, sedangkan persepsi terhadap produk, fatwa MUI, pendapatan, pendidikan, pekerjaan umur, harga dan lokasi tidak mempengaruhi masyarakat muslim dalam menggunakan produk berlabel halal.

Adapun perbedaan pembahasan yang dilakukan Baso symsuddin dan kamami sebenarnya hampir sejalan dengan penulis lakukan, hanya saja pembahasan Baso syamsuddin lebih kepada pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pembahasan kamami lebih cenderung pada analisis persepsi labelisasi halal dalam penggunaan produk. Adapun pembahasan yang akan penulis lakukan lebih fokus kepada labelisasi halal pada makanan dalam kemasan persepsi masyarakat muslim di Kec. Belopa Utara Kab. Luwu.

B. Kajian Pustaka

1. Pengertian Label

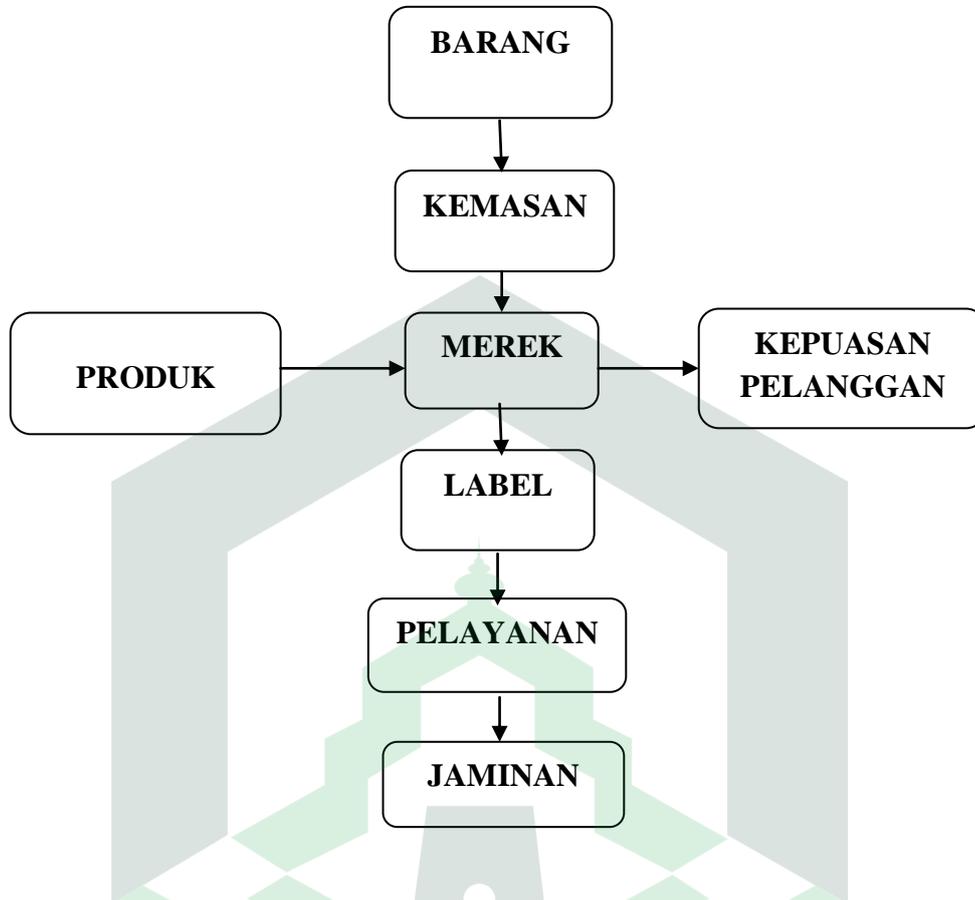
Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi, pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan bisa meliputi barang fisik (*tabigle*) atau meliputi barang atau jasa (*intangible*) yang dapat memuaskan. Pengertian ini dapat diperjelas dari gambar berikut:



Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas suatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi pemenuhan keinginan konsumen sesuai dengan kompetisi dan kapabilitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, label, pelayanan, dan jaminan.

IAIN PALOPO

Ada pun gambar 2.2 yaitu :



Dari konsep ini dapat ditarik kesimpulan bahwa label termasuk bagian pembentuk produk secara utuh.

2. Fungsi Label

- a. Merupakan salah satu bentuk perlindungan pemerintah kepada para konsumen yang baru dan berupa pelaksanaan tertib suatu undang-undang bahan makanan dan minuman atau obat. Dalam hal ini pemerintah mewajibkan produsen untuk meletakkan label/etiket pada hasil produksinya sesuai dengan peraturan yang tercantum dalam undang-undang bahan makanan.

- b. Dengan meletakkan label sesuai dengan peraturan berarti produsen memberikan keterangan yang diperlakukan oleh para konsumen agar dapat memilih serta meneliti secara bijaksana.
- c. Merupakan jaminan bahwa barang yang telah dipilih tidak berbahaya bila digunakan. Untuk mengatasi hal ini maka para konsumen membiasakan diri untuk membaca label terlebih dahulu sebelum membelinya.
- d. Bagi produsen label dipergunakan untuk alat promosi dan perkenalan terhadap barang tersebut.

3. Macam-Macam Label

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Stanton membagi label kedalam 3 klasifikasi yaitu :

- a. Brand label, yaitu label yang memberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. Descriptive label, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian, dan kinerja produk serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
- c. Grand label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk (*products judget quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kualitas misalnya buah-buahan dalam kaleng diberi label kualitas A, B dan C.

4. Pemberian Label

Pembelian label memberikan beberapa tujuan penting bagi para pengusaha, yang menggunakan banyak label. Salah satu tujuan adalah untuk

menunjukkan merek, terutama ketika pemberian merek produk utama akan diperlukan.

Sebuah label juga merupakan sarana, informasi yang penting bagi para konsumen, ini juga meliputi informasi pada perawatan produk dan kegunaanya dan mungkin bahkan memberikan informasi mengenai bagaimana membuang produk tersebut. Hukum yang berkaitan dengan persyaratan pemberian label akan dilihat secara teliti.

Pemberian label nutrition labeling and education act di tahun 1990 masyarakat bahwa setiap produk makanan yang terlindung oleh hukum memiliki label nutrisi yang standar, daftar jumlah kalori, lemak, garam, dan bahkan gizi, hukum juga menunjukkan ketepatan klaim periklanan seperti, “rendah garam” dan serta “pencegah kanker”.

5. Labelitas

Mengacu pada klasifikasi label yang diberikan oleh stanton, maka label halal masuk dalam klasifikasi deskriptive label yaitu label yang menginformasikan tentang :

- a. Konstruksi atau pembuatan
- b. Ingredient atau bahan baku
- c. Efek yang ditimbulkan (*other characteristic*). Yang sesuai dengan standar halal.

Pengetahuan konsumen tentang informasi yang tercantum dalam label akan memberi dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen meliputi aktivitas bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,

memakai dan membuang barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka, jadi perilaku konsumen merupakan rangkaian keputusan-keputusan yang diambil konsumen terhadap suatu produk.

Dengan adanya label halal yang tercantum pada setiap produk, maka konsumen terlibat pada pembelian yang rumit karena mereka memiliki keterlibatan yang tinggi (*high involvement*) dalam membeli suatu produk karena menyadari adanya perbedaan yang signifikan dari produk-produk tersebut.

Dengan begitu konsumen akan melalui tahapan keputusan pembelian terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli.

Tahapan keputusan tersebut menurut Kotler (2000) adalah :

- a. *Problem recognition* (pengenalan masalah) merupakan tahapan dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya.
- b. *Information search* (pencarian informasi) merupakan tahapan dimana konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal-hal yang telah dikenali sebagai kebutuhannya. Konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi, komersial, publik dan sumber pengalaman.
- c. *Alternatives evaluation* (evaluasi alternatif) merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

- d. *Purchase decision* (keputusan pembelian) merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan yang siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau pun jasa.
- e. *Post-purchase* (perilaku pasca pembelian) merupakan tahapan dimana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya.

Kotler menyatakan bahwa label memiliki tiga fungsi utama yaitu:

1. Mengidentifikasi produk atau merek
2. Menentukan kelas produk.
3. Menjelaskan produk yaitu siapa pembuatnya, kapan, dimana, apa isinya.

Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi makanan atau minuman, agar termasuk dalam klasifikasi halal adalah yang sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan oleh syariat Islam. Dimana standar-standar itu adalah :

- a. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak mengandung alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan
- b. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- c. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang.

6. Pengertian Halal

“Tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi ummat Islam, dengan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.”

Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi makanan atau minuman, agar termasuk dalam klasifikasi halal adalah proses yang sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan oleh agama Islam. Diantara standar-standar itu adalah :

1. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari bahan babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan.
2. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
3. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.

Dengan demikian label halal adalah label yang diberikan pada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan label halal maka perusahaan tersebut telah melakukan prosesi halal pada produknya.

Makanan ataupun pangan yang termasuk dalam penelitian ini adalah semua jenis makanan yang dikonsumsi secara luas dimasyarakat atau dijadikan bahan makanan oleh masyarakat.

Makanan produksi pangan dapat dinyatakan apabila telah dinyatakan kehalalannya oleh suatu badan yang berkompeten dan legitimate di Indonesia.

Makanan produksi pangan dapat dinyatakan halal apabila telah dinyatakan lulus uji kelayakan halal. Ada tiga unsur yang mewajibkan produsen untuk mendapatkan kelayakan halal dengan mengajukan permohonan sertifikat halal, tiga unsur tersebut yaitu: MUI, LPPOM MUI dan departemen kesehatan.

Kelayakan tersebut didasarkan atas penggunaan teknologi terhadap makanan alamiah atau proses terhadap teknologi olah. Bila menggunakan teknik klasik seperti : tape, tempe.

Teknik-teknik produksi semacam ini harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Proses pembuatannya atau produksinya.
- b. Alat-alat yang dipakai untuk memproduksi pangan.
- c. Uji laboratorium tentang kelayakan halalnya.
- d. Uji fatwa tentang kelayakan halalnya.

7. Konsumsi dalam Islam

Tidak disanksikan lagi, bahwa syariat Islam telah memainkan peran sangat penting dalam agama Islam. Allah telah menetapkan Al-quran dan Al-hadist sebagai sumber atau acuan hukum bagi ummat Islam. Al-quran dan Al-hadist adalah kitab suci yang berisi firman Allah swt yang diturunkan kepada nabi

Muhammad saw melalui perantara malaikat jibril. Al-quran merupakan kitab suci yang seluruhnya berasal dari tuhan, dimulai dari surah Al-fatihah dan diakhiri oleh surah An-nas.

Al-quran memberi pedoman dengan prinsip dan sikap dasar ahlak tertentu, nilai dan norma fundamental, serta memberi batasan-batasan bagi tingkah laku manusia. Prinsip dan pedoman umum ini mesti diterjemahkan kedalam kehidupannya dengan usaha keras fikiran maupun tenaga dari orang-orang yang beriman. Dalam kaitannya aturan mengenai makanan, Allah swt telah memberikan aturan tentang makanan yang boleh dikonsumsi yaitu makanan yang halal, aturan tersebut terdapat pada Al-quran. Ayat berikut memuat aturan tentang makanan yang boleh dikonsumsi oleh umat Islam yaitu surah al-Baqarah /2: 172. Yang artinya :”hai orang-orang yang beriman diantara rezki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-nya kamu menyembah “.

Di dalam ayat ini, Allah mengulangi kembali agar memakan makanan yang baik, sebagaimana yang ditegaskan dalam ayat 172, selanjutnya Allah menyeru agar selalu bersyukur terhadap nikmat-nya jika benar-benar beribadah dan menghamba kepada-nya.

Ayat-ayat itu tidak saja menyatakan bahwa mengkonsumsi yang halal dan suci hukum-nya wajib, tetapi juga menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan perwujudan dari rasa syukur, ketaqwaan, dan keimanan kepada Allah. Sebaliknya, mengkonsumsi yang tidak halal dipandang sebagai mengikuti ajaran syaitan.

Menurut Salman tentang hadist ia berkata :”Rasulullah saw pernah ditanya tentang mentega, keju dan al-fara (sejenis batu dari kulit)” beliau lalu menjawab “halal adalah sesuatu yang telah Allah halalkan dalam kitab-nya, dan haram adalah sesuatu yang diharamkan oleh Allah dalam kitab-nya, adapun yang Allah diamkan, maka itu adalah sesuatu yang Allah maafkan.”

8. Pengertian Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses tersebut :

- a. Perhatian yang selektif
- b. Gangguan yang selektif
- c. Meningkatkan kembali yang selektif.

9. Persepsi Konsumen Muslim

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadaran yang sifatnya subjektif pada suatu realitas, sehingga apa yang dilakukan oleh seseorang konsumen merupakan reaksi atas persepsi subjektif, bukan berdasarkan realitas yang objektif.

Leon G. Schiffman dan *Lazar Kanuk* mengartikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun diberikan rangsangan yang sama. Hal ini lebih disebabkan

karena kompetensi, kabalitas dan kemampuan yang dimiliki mereka berbeda dalam menunjukkan kualitas berfikir dan kekuatan mengambil tindakan. Oleh karena itu persepsi dibentuk oleh ransangan-ransangan yang ada, maka dalam ilmu psikologis kontemporer persepsi digolongkan sebagai variabel campuran tangan, yang bergantung pada faktor-faktor perangsang, cara belajar, perangkat keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor-faktor motivasional.

10. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Muslim

Persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal (kebutuhan psikologi) akan mempengaruhi persepsi manusia. Latar belakang pendidikan juga mempengaruhi penerima stimulus seseorang. Individu yang memiliki pengalaman pendidikan rendah akan lebih sulit menerima informasi mengenai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dari pada orang yang lebih tinggi. Kepribadian dari seseorang akan mempengaruhi seleksi dalam persepsi. Sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya adalah kuat lemahnya ransangan, baik secara intensitas maupun ukuran.

Jalaluddin rahmat mengatakan bahwa faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi seseorang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang termasuk yang disebut sebagai faktor-faktor personal.

Lebih lanjut dia menjelaskan yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberi respon terhadap stimuli.

Faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutar balikan persepsi seseorang adalah pertama, perilaku persepsi, bila seseorang individu

memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pada pribadi yang lebih relevan mempengaruhi pelaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (ekspektasi).

Kedua target, karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Ketiga, situasi, merupakan konteks aman kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi manusia, dalam kajian ekonomi Islam, perbedaan persepsi antar individu tidak dapat dihindari.

11. Daftar Bahan Baku yang Dihalalkan dan Diharamkan dalam Produk Makanan dalam Kemasan.

Panduan singkat dalam kandungan nutrisi suatu produk makanan yang tercantum dalam kemasannya. Panduan itu memberikan kamus daftar bahan baku dalam suatu produk-produk makanan yang harus dihindari dan diwaspadai oleh kaum muslimin karena ketidakpastian yang belum diperoleh dari mana bahan tersebut dan bahan baku yang dihalalkan sehingga boleh dikonsumsi umat muslim dimana bahan tersebut telah diketahui pembuatan dan asalnya tidak mengandung unsur haram atau berasal dari tumbuhan yang dihalalkan.

a. Beberapa daftar bahan baku yang dihalalkan :

1. Ascorbic acid : vitamin C
2. Benzoate : bahan pengawet makanan
3. Antioxidants : bahan kimia yang digunakan untuk mencegah oksidasi(bahan pengawet)

4. Biotin : anggota dari keluarga vitamin B Kompleks
 5. BHA dan BHT : bahan pengawet makanan
 6. Dextrin : bahan penemulsi makanan
 7. Fiber : serat tumbuhan, biasanya digunakan untuk diet
 8. Niacin : vitamin B kompleks
 9. PABA : makanan suplement
 10. Propionic acid : pengawet makanan
 11. Sweetener : pemanis buatan
 12. Thianin : salah satu bentuk dari vitamin B kompleks
 13. Food yeast : ragi yang berasal dari rongga perut babi
- b. Beberapa daftar bahan baku yang diharamkan
1. Bacon : bagian dari daging babi
 2. Lard : lemak yang berasal dari rongga perut babi
 3. Gelatin : biasanya berasal dari hewan, dan yang paling umum adalah berasal dari babi, jika berasal dari hewan yang diharamkan, maka ia menjadi haram dan fungsinya untuk mengenyalkan makanan.

c. Sertifikat halal

Penerbitan sertifikat halal merupakan rangkaian utama dalam kebijakan halal haram dalam makanan melalui berbagai tahapan,. Penerbitan sertifikat halal merupakan kewajiban utama bagi setiap produsen yang mendistribusikan produksinya diseluruh indonesia. Sertifikat halal itu di sahkan oleh LPPOM-MUI sebagai institusi yang bertanggung jawab atas soal tersebut.

Namun sebelumnya, patut diketahui oleh masyarakat umum bahwa sertifikat hala itu tidak dipublikasikan kepada masyarakat secara umum, adapula yang mempublikasikan sertifikat melalui iklan tetapi tidak merata secara keseluruhan. Yang banyak dipublikasikan hanyalah logo resmi halal yang dikeluarkan oleh berbagai negara. Hal tersebut untuk mempermudah masyarakat mengenalinya.

d. Berproduksi dalam lingkaran halal

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu maupun komunitas adalah berpegang pada semua yang dihalkan Allah dan tidak melewati batas. Pada dasarnya, produsen pada tatanan ekonomi konvensional tidak mengenali istilah halal haram. Yang menjadi prioritas kerja mereka adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta, dan uang, ia tidak mementingkan apakah yang diproduksinya itu bermanfaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis.

12. Pengertian Perilaku Konsumen

Semakin meningkatnya persaingan bisnis mendorong produsen untuk lebih berorientasi pada konsumen atau pelanggan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama mengenai perilaku.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkomsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk roses keputusan yang mendahului dan menyulusi tindakan ini.

The american marketing association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut :

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara efeksi dan kongnisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (*american marketing association*).

Dari definisi tersebut diatas terdapat tiga ide penting, yaitu :

1. Perilaku konsumen adalah dinamis
2. Hal tersebut melibatkan interaksi antara efeksi dan kongnisi, perilaku dan kejadian disekitar.
3. Hal tersebut melibatkan pertukaran.

Menurut mangkunegara bahwa : “perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumen adalah dinamis, itu berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generilasasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu.

1. Sikap Konsumen

Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen.

Beberapa tahun kemudian *gordon allport* mengajukan definisi yang lebih luas.

Sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku.

Jika kita analogikan dengan sikap konsumen terhadap suatu merek berarti sikap terhadap merek yaitu mempelajari kecenderungan konsumen untuk mengevaluasi merek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten. Dengan demikian, konsumen mengevaluasi merek tertentu secara keseluruhan dari yang paling jelek sampai yang paling baik.

2. Sikap Setelah Pembelian

Tugas produsen atau penjual bukan berakhir pada saat produk laku terjual. Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen dapat memperoleh kepuasan atau sebaliknya, merasa kecewa dengan produk yang dibeli. Kondisi ini akan berpotensi membentuk perilaku pembelian pada minat konsumen terhadap produsen atau penjual. Faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan dipihak

konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didapatkannya.

3. Perilaku Pembelian

Manusia sebagai pembeli produk tertentu pasti menggunakan berbagai pertimbangan dalam membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu. Misalnya : manfaat barang atau jasa yang dibeli, jangka waktu manfaat tersebut, pemuasan kebutuhan mana yang ingin dipuaskan, apakah yang bersifat primer, sekunder, atau bahkan tersier, apakah karena sifat laiah manusia atau karena “loyalitasnya” kepada merek tertentu yang dihasilkan dan dipasarkan oleh produsen yang disenanginya, harga, mutu, sifat pelayanan yang diberikan produsen atau distributor dan agen yang ditunjuknya dan berbagai pertimbangan lainnya. Yang jelas adalah bahwa perilaku para pembeli tidak pernah konsisten.

4. Kepribadian dan Perilaku Konsumen

Definisi kepribadian adalah ciri-ciri psikologis didalam diri seseorang (termasuk kualitas, atribut, traits, dan menerima yang khas) merupakan faktor yang membedakan seseorang dari yang lain. Dengan demikian tidak dua individu yang sama persis. Kepribadian itu konsisten dan bertahan dalam waktu yang sama. Hal ini sangat penting bagi pemasar untuk menjelaskan dan meramalkan adanya perilaku konsumen dipandang dari kepribadiannya.

Hakikat kepribadian adalah :

1. Kepribadian adalah esensi yang mencerminkan perbedaan individu, suatu ciri kepribadian tidak bisa dimiliki bersama-sama oleh semua konsumen.

2. Kepribadian bersifat konsisten dan bertahan dalam waktu yang lama. Respon seseorang (secara acak) terhadap bermacam-macam stimulus akan selalu konsisten.
3. Kepribadian dapat diubah
4. Kepribadian berinteraksi dengan situasi. Misalnya dalam situasi pembelian (pemenuhan kebutuhan) orang yang dogmatik tidak akan seberani orang yang inovatif dalam membeli produk baru.

Ciri-ciri kepribadian membedakan antara konsumen yang inovatif dan yang tidak. Ciri kepribadian yang pertama tidak akan suka berganti-ganti merek, apa lagi merek yang masih baru. Mereka sudah merasa puas dan aman menggunakan produk yang pernah mereka gunakan, jadi mereka tidak mau berisiko. Sebaliknya, ciri kepribadian yang lain senang mencoba sesuatu yang baru, baik merek maupun produk baru.

Penelitian menemukan fakta bahwa :

- a. Konsumen cenderung menentukan ciri-ciri produk/merek, seakan-akan ciri-ciri itu sifat manusia, mereka menganalisis setiap produk yang mereka kenal. Inilah yang mereka sebut brand personality.
- b. Brand personality merupakan ekspektasi tentang ciri-ciri kunci, kinerja dan kegunaan produk, serta layanan yang mendampinginya.
- c. Brand personality seringkali menjadi dasar hubungan jangka panjang konsumen dengan merek.
- d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen keputusan pembelian dari pembeli sangat penting dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi

dan psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

1. Kebudayaan.

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling besar dari keinginan dan perilaku seseorang.

2. Kelas sosial.

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

3. Kelompok referensi.

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

4. Keluarga.

Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah : keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dari cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

5. Peran dan status.

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klup, organisasi,. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

6. Umur dan tahapan dalam siklus hidup.

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah diidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis, orang-orang dewasa biasanya mengalami transportasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

7. Pekerjaan.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

8. Keadaan ekonomi.

Yang dimaksud keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan.

9. Motivasi.

Beberapa kebutuhan bersifat biogenetik, kebutuhan ini rasa tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenetik , yaitu kebutuhan yang timbul dan keadaan psikologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

Proses psikologis dari konsumen akan membawa mereka pada proses berikut yaitu :

- a. Pengolahan informasi
- b. Pembelajaran

c. Perubahan sikap/perilaku, yang kesemuanya akan memberikan dampak pada penentuan keputusan mereka.

10. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: Pengenalan masalah kebutuhan, pencairan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Lihat gambar berikut :

Proses pengambilan keputusan pembelian :



Gambar diatas meyiratkan bahwa konsumen melewati kelima tahap seluruhnya pada setiap pembelian. Namun pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membalik tahap ini.

Keputusan konsumen meliputi keputusan untuk menentukan apakah, akan membeli, apa yang dibeli, dimana, kapan, dari siapa, dan seorang sering mambeli barang atau jasa. Perilaku pembelian konsumen dibentuk karakteristik individu yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dalam hal ini unsur agama termasuk kedalam faktor budaya.

Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Pengenalan masalah, proses membeli diawali saat pembelian menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya.
- b. Pencairan informasi. Seorang konsumen yang melalui timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Secara umum konsumen

menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber-sumber komersial, yaitu sumber-sumber yang didominasi oleh para pemasar.

- c. Evaluasi alternatif. Ada beberapa proses evaluasi kepuasan. Kebanyakan dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.
- d. Keputusan pembeli. Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Dua faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang akan tergantung pada dua hal yaitu:
 1. Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen.
 2. Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.
- e. Perilaku sesudah pembelian. Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sebuah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pasar.
- f. Kepuasan sesudah pembelian. Setelah membeli suatu produk, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai yang meningkatkan nilai dari produk.

g. Tindakan-tindakan sesudah pembelian. Kepuasan atau ketidak puasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku sebelumnya.

Proses pembuatan keputusan bukanlah pekerjaan yang mudah dan sederhana. Berikut ini akan dijelaskan secara singkat tentang pandangan yang mengenai pembuatan keputusan dan perumusan kebijaksanaan. Perbedaan dan persamaan pembuatan keputusan dan perumusan kebijaksanaan.

William R. Dill memberikan definisi suatu keputusan sebagai berikut :
“*Decision is a choise among alternatives*” (suatu keputusan adalah suatu pilihan terhadap berbagai macam alternayif). Pernyataan Dill tentang pembuatan keputusan tersebut diatas pengertiannya sama dengan pengertian pembuatan kebijaksanaan.

Nigro berada pada pihak yang tidak membedakan antara pembuatan keputusan dan pembuatan kebijaksanaan, dengan mengatakan “tidak ada perbedaan yang mutlak dapat dibuat antara pembuatan keputusan dan pembuatan kebijaksanaan, karena setiap penentuan kebijaksanaan adalah merupakan suatu keputusan.”

5. Peran Konsumen dalam Membeli

Para pemasar harus hati-hati dalam menetapkan keputusan pendidikan, karena pembelian selalu berubah. Perbedaan peran yang dimainkan orang adalah keputusan pembelian.

- a. *Pencutes* : orang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli produk atau jasa.
- b. Pemberi pengaruh : orang pandangan atau sarannya mempengaruhi keputusan.

- c. Pengambilan keputusan : orang yang mengambil keputusan mengenai setiap komponen keputusan pembelian, apakah membeli, tidak membeli, bagaimana cara membeli, dan dimana akan membeli.
- d. Pembeli : orang yang melakukan pembelian yang sesungguhnya.
- e. Pemakai : seorang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tertentu.

6. Penawaran Produk Secara Total

a. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembeli akan membeli produk ketika merasa cocok. Karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli, agar pemasar produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal mutu, kemasan, dan lain-lainnya. Dengan itu tugas bagian pemasaran tidak mudah, harus menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan keinginan pasar (konsumen).

b. Pengemasan

Pengemasan adalah bagian penting lain dari penawaran produk secara total. Disamping untuk melindungi produk utama, pengemasan adalah perlengkapan yang signifikan untuk meningkatkan nilai dari produk secara total.

c. Kebutuhan

Kebutuhan adalah esensi dari konsep pemasaran modern. Bagaimana orang memenuhi kebutuhan itu perlu disimak oleh pemasar, karena hal tersebut memiliki makna yang lebih dalam daripada sekedar konsep pemasaran modern.

Teori Maslow mengatakan bahwa setiap manusia mempunyai kebutuhan-kebutuhan dasar yang bertingkat-tingkat. Oleh sebab itu teori Maslow ini sering disebut dengan teori hirarki kebutuhan. Maksudnya adalah bahwa manusia akan mementingkan kebutuhan fisik (makan, minum, dan sebagainya) terlebih dahulu daripada kebutuhan yang lain-lain.

Beberapa penulis menguraikan kebutuhan menjadi dua bagian yaitu :

1. Kebutuhan primer (*biogenic* atau *physiological needs*) mencakup berbagai kebutuhan fisiologi untuk kelangsungan hidup (dalam teori Maslow termasuk kebutuhan fisik dan rasa aman).
2. Kebutuhan sekunder (*psychological needs*) mencakup beberapa kebutuhan psikologis (dalam teori Maslow termasuk kebutuhan sosialisasi, pengakuan dan aktualisasi).

d. Pasar

Pasar adalah daerah atau tempat (area) yang didalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk sesuatu harga.

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar yaitu :

1. Orang dengan segala keinginannya.

2. Daya beli mereka.
3. Tingkah laku dalam pembelian mereka.

Pasar adalah sekumpulan orang atau instansi yang mempunyai kebutuhan dan daya beli. Pasar pada hakikatnya dapat dibagi dalam empat golongan yaitu :

1. *Consumer market* (pasar konsumsi).

Adalah pasar barang atau jasa yang dibeli dan disewa oleh perorangan atau keluarga untuk penggunaan pribadi (tidak untuk bisnis).

2. Pasar industri.

Adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi untuk digunakan pada produksi barang atau jasa lain, baik untuk dijual ataupun disewakan (untuk proses bisnis lebih lanjut).

3. Pasar reseller.

Adalah pasar yang terdiri dari perorangan dan organisasi, biasanya disebut sebagai pedagang-pedagang menengah (*middlemen*).

Middlemen terdiri dari :

- a) *Dealer*
- b) *Distributor*
- c) *Grosier*
- d) *Agents*
- e) *Retailer*

4. Pasar *government*

Adalah suatu pasar yang terdiri dari unit –unit pemerintah pusat dan daerah maupun departemen yang membeli atau menyewa barang untuk menjalani

tugas-tugas dari pemerintah, di *government market* ini kita mengenal adanya anggaran belanja untuk bermacam-macam sektor yaitu:

- a. Sektor pertahanan
- b. Sektor pendidikan
- c. Sektor perhubungan
- d. Sektor kesehatan (rumah sakit kesejahteraan masyarakat dan lain-lain sebagainya, halal pada makanan dalam kemasan yang berdampak pada mengkonsumsi makanan halal

1. Kata halal, berasal dari bahasa arab berakar dari kata halla yang artinya “lepas” atau “tidak terikat”, secara etimologi kata halal berarti hak-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya, atau bisa juga diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan akhirat. Dalam konteks pangan, makanan halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi, diproduksi dan dikomersialkan.

Halal adalah sesuatu yang apabila dikerjakan tidak akan mengakibatkan dosa, sebaliknya haram adalah sesuatu yang apabila dikerjakan berakibat dosa. Jika hal ini dikaitkan dengan makanan dan minuman, maka makanan yang halal artinya apabila dikonsumsi tidak mengakibatkan dosa, sebaliknya jika makanan yang haram adalah makanan yang apabila dikonsumsi berakibat dosa pada konsumsinya.

2. Haram, adalah suatu yang dilarang oleh syariat untuk dilakukan, maka orang yang melanggar akan dikenai sanksi didunia dan juga diakhirat. Haram

berarti larangan (dilarang oleh agama). Makanan dan minuman yang dilarang oleh agama untuk dikonsumsi oleh manusia.

3. Manfaat makanan dan minuman halal

Keberadaan manusia di dunia saat ini dikehendaki oleh Allah swt sebagai penciptanya. Allah swt telah memberlakukan aturan-aturan bagi makhluknya termasuk manusia. salah satu aturannya adalah manusia dapat bertahan hidup karena makan, minum, dan bernafas. Dengan demikian bahwa manfaat dihalalkannya makanan dan minuman. Adapun beberapa manfaat menggunakan makanan dan minuman halal, yaitu :

- a. Membawa ketenangan hidup dalam kegiatan sehari-hari
- b. Dapat menjaga kesehatan jasmani dan rohani
- c. Mendapat perlindungan dari Allah swt
- d. Mendapat iman dan ketaqwaan kepada Allah swt
- e. Tercernin kepribadian yang jujur dalam hidupnya dan sikap apa adanya
- f. Rezeki yang diperolehnya membawa berkah duni akhirat.

4. Jenis-jenis makanan dan minuman yang diharamkan

Islam telah menetapkan bahwa ada beberapa makanan dan minuman yang diharamkan yaitu:

a. Makanan

Hampir semua makanan nabati halal dikonsumsi, kecuali yang membahayakan manusia, seperti makanan yang telah busuk.

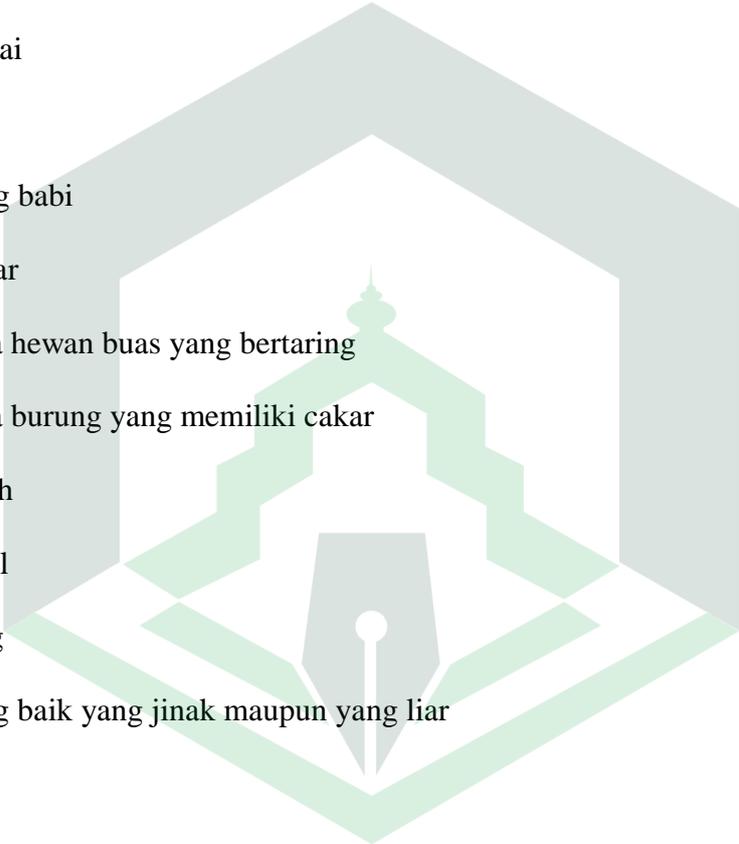
b. Minuman

Minuman yang diharamkan adalah minuman yang membahayakan manusia seperti :

- 1) Khamar
- 2) Minuman yang jelas beracun

Jenis-jenis makanan haram yaitu :

- a. Bangkai
- b. Darah
- c. Daging babi
- d. Khamar
- e. Semua hewan buas yang bertaring
- f. Semua burung yang memiliki cakar
- g. Jallalah
- h. Baghol
- i. Anjing
- j. Kucing baik yang jinak maupun yang liar



IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian yang dilakukan di lapangan (*field research*), jadi desain yang digunakan yaitu desain penelitian kualitatif.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih lokasi di desa lebani dan di kalangan remaja yang ada di desa lebani untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan mereka tentang labelitas produk makanan halal dalam kemasan.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah sebagaimana pihak-pihak yang akan dijadikan sebagai sumber data yang akan diselidiki oleh peneliti, untuk mendapatkan data penelitian tersebut, maka diperlukan informan memahami segala kaitan yang akan di angkat oleh peneliti. Informan dalam penelitian ini yaitu remaja muslim yang ada di desa Lebani kecamatan Belopa Utara kabupaten Luwu.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data itu sendiri adalah sumber dari mana data itu akan diperoleh. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua sumber data yaitu :

1. Data primer

Data primer yaitu data yang akan diperoleh langsung dari sumber datanya, yang diamati dan dicermati disertai dengan catatan yang pertama. Data ini

diperoleh dari informan yaitu : kantor desa lebani,remaja dan masyarakat yang ada disekitarnya.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang akan di dapat dari sumber yang kedua. Data ini yaitu data yang akan melengkapi data yang nantinya akan secara tegas mengkorelasikan dengan data primer. Adapun data tersebut akan penulis peroleh dari pustaka, akan dilakukan dengan mempelajarinya sebagai teori buku-buku tentang labelitas halal, internet, serta data-data yang diperoleh dilapangan secara langsung dari masyarakat muslim di desa Lebani Kec. Belopa Utara Kab. Luwu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data skripsi ini, penulis menggunakan dua metode, yaitu :

1. Metode *library*

Metode ini yaitu proses pengumpulan data yang menggunakan berbagai jenis buku yang berkaitan dengan pembahasan yang akan dibahas dalam masalah tersebut.

2. Metode *field research*

Metode ini yaitu pengumpulan datanya dilakukan di lapangan dengan secara langsung dan bertatap muka dengan orng yang akan memberikan informasi atau data-data yang akan diperlukan.

Dalam proses pengumpulan data diatas penulis akan menggunakan beberapa instrumen yaitu :

a. Observasi

Pada proses pengamatan tersebut penulis akan terlebih dahulu merencanakan hal-hal apa sajakah yang harus perlu diamati agar suatu masalah mudah dipecahkan oleh penulis. Dan untuk melengkapi suatu penelitian, penulis menggunakan *field notes* dan buku catatan ketika

b. Wawancara (*interview*)

Interview atau wawancara adalah metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara, dimana dua atau lebih dengan secara fisik berhadapan langsung dan bertatap muka dengan menggunakan saluran komunikasi mereka masing-masing dengan cara sewajar-wajarnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan semua data dengan cara membuka semua dokumen-dokumen yang berada pada objek penelitian setelah itu ambil dokumen atau data yang di anggap resmi.

IAIN PALOPO

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Tentang Desa Lebani.

Desa Lebani adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan negara kesatuan republik Indonesia.

Kewenangan desa Lebani adalah kewenangan dibidang penyelenggaraan pemerintahan desa, pelaksanaa pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan desa, dan pemberdayaan masyarakat desa berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul dan adat istiadat desa, yang diselenggarakan dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat negara kesatuan republik Indonesia.

Penyelenggaraan pemerintah desa dilaksanakan oleh kepala desa lebani dibantu perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintahan desa, sementara badan permusyawaratan desa (BPD) sebagai salah satu lembaga pelaksana fungsi pemerintahan desa di desa lebani bersama anggotanya yang merupakan wakil dari penduduk desa lebani berdasarkan keterwakilan wilayah yang telah yang ditetapkan secara demokratis.

Musyawah desa atau yang disebut dengan nama lain adalah musyawarah antara badan permusyawaratan desa, pemerintah desa, dan unsur masyarakat yang

diselenggarakan oleh badan permusyawaratan desa untuk menyepakati hal yang bersifat strategis.

Musyawarah perencanaan pembangunan desa atau yang disebut dengan nama lain adalah musyawarah antara badan permusyawaratan desa, pemerintah desa, dan unsur masyarakat yang diselenggarakan oleh pemerintah desa untuk menetapkan prioritas, program, kegiatan, dan kebutuhan pembangunan desa yang didanai oleh anggaran pendapatan dan belanja desa, swada masyarakat desa dan anggaran pendapatan dan belanja daerah kabupaten yang harus tertuang didalam peraturan desa yang ditetapkan oleh kepala desa setelah dibahas dan disepakati bersama badan permusyawaratan desa sebagai salah satu upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat di desa Lebani.

Dalam perencanaan pembangunan desa lebani harus mengikuti proses tahapan kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah dalam rangka desa dengan melibatkan badan2. permusyawara desa dan unsur masyarakat secara partisipatif guna pemanfaatan dan pengalokasian sumber daya desa dalam rangka mencapai tujuan desa membangun.

2. Sumber Daya Alam

Desa Lebani merupakan salah satu desa di kecamatan Belopa Utara kabupaten Luwu, provinsi Sulawesi Selatan, memiliki luas 12,6 km². Secara geografis desa lebani berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah utara, berbatas dengan desa Seppong, sesuai dengan peraturan daerah kabupaten Luwu.

- b. Sebelah timur, berbatasan dengan kelurahan Pammanu.
- c. Sebelah selatan, berbatasan dengan kelurahan Balo-Balo (kec. Belopa).
- d. Sebelah barat, berbatasan dengan desa Sampa (kec. Bajo).

Secara administratif, wilayah desa lebani terdiri dari 4 dusun yaitu : dusun Sagena, dusun Lebani, dusun Lario, dan dusun Kulisok secara umum tipologi desa Lebani terdiri dari persawahan, perladangan, perkebunan, peternakan, nelayan, kerajinan dan industri kecil, industri sedang, jasa dan perdagangan.

3. Visi dan Misi Desa Lebani.

Sesuai dengan kaidah perundang-undangan bahwa RKP desa harus selaras dengan RPJM desa, maka RKP desa lebani tahun 2019 disusun dengan memperhatikan visi dan misi desa lebani yang tertuanh dalam RPJM desa lebani tahun 2019, sebagai dasar dalam pelaksanaan pembangunan desa Lebani, yaitu :

a. Visi dan Misi

“Mewujudkan tata kelola pemerintahan desa yang baik, berkualitas, bersih dan transparan dengan senantiasa mengedepankan pemerintah yang amanah guna mewujudkan desa lebani yang mandiri, dinamis, santun dan berbudaya serta adil dan sejahtera”

4. Maksud dan Tujuan.

Maksud dari penyusunan RKP desa lebani tahun 2019 adalah sebagai berikut :

- a. Menyajikan dokumen perencanaan pembangunan tahunana desa yang menjamin adanya sinergi perumusan kondisi atau masalah desa, perencanaan, serta perumusan strategi yang sesuai dengan kebutuhan desa.

- b. Menyajikan pedoman perencanaan pembangunan desa bagi penyelenggaraan pemerintahan di desa Lebani tahun 2019.

5. Keadaan masyarakat

Sebelum mendeskripsikan kondisi masyarakat terlebih dahulu mengutip pengertian masyarakat, yaitu :

Menurut kamus besar Indonesia, masyarakat berarti sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh kebudayaan yang mereka anggap sama.

6. Profil konsumen

Konsumen dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di belopa. Hal ini didasari kenyataan bahwa label halal di cantumkan untuk melindungi konsumen muslim yang memiliki peraturan tentang pengonsumsiannya suatu produk. Jadi yang paling berkepentingan dengan label halal adalah para konsumen muslim. Dipilihnya masyarakat muslim di desa Lebani sebagai target disebabkan karena pola konsumsi mereka terhadap makanan dalam kemasan terlalu tinggi.

B. Pembahasan Hasil Penelitian.

1. Labelitas halal pada makanan dalam kemasan di desa Lebani.

Kondisi masyarakat muslim di desa Lebani masih awan tentang produk dengan labelitas halal. Sebagian besar remaja muslim bersikap masa bodoh dalam mengonsumsi produk pangan. Remaja muslim lebih memperhatikan tanggal kadaluarsa dari pada label halal.

Label memiliki kegunaan untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kualitas, isi, maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diperdagangkan. Dengan adanya label halal konsumen

akan memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik terhadap barang ataupun jasa yang beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Tidak semua masyarakat muslim di desa lebani khususnya konsumen muslim memperhatikan keberadaan label halal yang tercantum pada makanan dalam kemasan. Hal ini di dasri bahwa mereka telah terbiasa berbelanja khususnya makanan dalam kemasan tanpa memperhatikan terlebih dahulu label halal yang tercantum pada kemasan makanan.

Berikut ini adalah proses sertifikasi halal MUI :

- a. Produsen mengajukan permohonan ke LPPOM dengan cara mengisi formulir yang mencakup nama perusahaan, detail produk termasuk komposisi bahan yang digunakan, tempat produksi dan juga proses pembuatannya.
- b. Kemudian bagian sekretariat LPPOM akan melakukan pengecekan untuk kelengkapan dokumen yang diperlukan. Akan dilanjutkan dengan pemberitahuan jadwal audit ke tempat produksi, ketika audit/pemeriksaan berlangsung, tempat usaha harus sedang melakukan kegiatan produksi.
- c. Selanjutnya, setelah tim auditor melakukan analisis dan evaluasi termasuk juga memerhatikan hasil lab (bila diperlukan) ,maka akan dilanjutkan tahap simpulan, yaitu melanjutkan laporannya kesidang komisi fatwa MUI (jika dinyatakan memenuhi syarat)atau ditolak/dikembalikan karena belum memenuhi standar yang disyaratkan.
- d. Setelah lulus tim audit, komisi fatwa MUI melakukan sidang guna memutuskan layak atau tidaknya suatu produk mendapatkan sertifikat halal.

Keputusan diambil berdasarkan berbagai pertimbangan, salah satunya laporan yang disampaikan tim auditor, jika sidang komisi fatwa menyatakan telah memenuhi standar sesuai dengan kaidah Islam, maka proses berikutnya pencetakan surat sertifikat halal.

Adanya labelisasi halal yang tercantum dikemasan produk dapat membantu masyarakat memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan produk untuk diaudit kesahan halal-nya oleh BPOM-MUI sehingga produknya bisa mencantumkan label halal dan hal itu berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi ummat Islam.

Sistem labelitas halal yang dilakukan oleh MUI dan BPOM merupakan kegiatan yang dapat dipertanggung jawabkan. Pemberian labelitas halal pada produk makanan tersebut harus melalui proses yang sangat ketat.

Setidaknya ada delapan jenis informasi yang bisa diketahui dari label kemasan produk pangan, yaitu :

- a. Sertifikasi halal
- b. Nama produk
- c. Kandungan isi
- d. Waktu kadaluarsa
- e. Kualitas isi
- f. Identifikasi asal produk
- g. Informasi gizi, dan tanda-tanda kualitas lainnya.

Informasi-informasi ini mesti diperhatikan dengan seksama supaya konsumen tidak salah membeli.

2. Sertifikasi dan labelitas terhadap produk pangan

Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu :

- 1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari bahan babi.
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti : bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah kotor-kotoran, dan lain sebagainya.
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembeli menurut tatacara syariat Islam.
- 4) Semua tempat penyimpanannya, tempat penjualan, pengolahan, dan tempat pengelohannya atau transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jikapernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang di atur dalam syariat Islam.
- 5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Tujuan Sertifikasi halal majelis ulamaindonesia (MUI) pada produk pangan yaitu makanan, minuman, obat-obatan, dan sebagainya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga dapat menentramkan batin konsumen atau mengomsumsinya, kesinambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerangkan sistem-sistem jaminan halal.

Ada pun fungsi sertifikasi makanan dalam kemasan yaitu :

- a. Menjaga kepercayaan konsumen

- b. Menambah nilai jual produk
- c. Menjamin bisnis makanan dan minuman
- d. Mengembangkan usaha.

Pencantuman labelitas halal pada produk pangan olehan memang kewenangan badan POM, namun proses untuk mendapatkan rekomendasi halal tidak bisa lepas dari kementerian agama dan majelis ulama indonesia (MUI) dan berwenang memberi fatwa hala. Halal mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dari pada aman, jadi selayaknyalah pangan yang halal pasti aman untuk dikonsumsi. Oleh karena itu dalam urusan labelitas halal ini badan POM dan MUI ibarat dua sisi mata uang, yang tidak dapat dipisahkan dan saling bergantung satu sama lainnya.

Label itu adalah tanda, sebelum ada tanda maka konsumen belum tahu barang ini halal atau haram. Untuk memperjelas status barang itu, maka diperlukan tanda yang menjelaskan bahwa barang itu dinyatakan halal, label halal digunakan untuk keperluan masyarakat umum. Selain label halal ada juga yang tidak kalah pentingnya yaitu kandungan atau nutrisi yang terkandung dalam jenis makanan dalam kemasan.

Pemahaman dan kesadaran remaja muslim di desa lebani atas kondisi saat ini dan kewajiban untuk melindungi diri dari sesuatu yang haram merupakan langkah awal yang harus diperjuangkan. Titik pertamanya dimulai dari penyampaian ilmu sehingga timbul pemahaman yang benar dan utuh akan menimbulkan keyakinan kesadaran sehingga timbullah motivasi dari diri.

- a. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di desa lebani baik dari produk dari luar kota maupun produk lokal adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Dengan begitu konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantu mereka untuk menentukan sendiri kehalalan suatu produk yang Bahan baku yang digunakan dalam produk.

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

Kasus-kasus yang pernah terjadi di Indonesia membuktikan bahwa produsen dapat bertindak nakal dan mengubah komposisi produknya tanpa mendaftarkannya kembali ke LPOM MUI untuk diaudit. Berdasarkan laporan remaja yang akhirnya secara kebetulan menemukan bahwa produk tersebut telah merubah dan mengandung unsur haram, akan segera dipublikasikan kepada khalayak luas untuk tidak mengonsumsi produk tersebut sampai ada penelitian lebih lanjut.

- b. Efek.

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi.

Hal ini diungkap oleh salah satu konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi tersebut tidak menyebabkan efek negatif yang berupa kehilangan kesadaran setelah mengonsumsi produk. Selain itu mereka juga yakin bahwa produk yang berlabel halal dalam kemasannya tidak akan menyebabkan kehilangan kesadaran setelah mengonsumsinya.

Islam melarang umatnya mengonsumsi semua produk yang dapat menyebabkan pengonsumsinya menjadi mabuk, karena dalam kemabukannya seseorang dapat melakukan hal-hal diluar kontrol. Rasul Muhammad saw mengatakan bahwa khamar (sesuatu yang memabukkan) adalah pangkal dari semua kejahatan. Dengan menghindari diri dari mengonsumsi makanan dan minuman yang memabukkan, dengan sendirinya terlihat bahwa Islam adalah agama yang peduli dengan umat dan menganjurkan yang terbaik dan teraman untuk dilakukan oleh para pengikutnya.

c. Etika

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu ataupun komunitas adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melewati batas. Pada dasarnya, produsen pada tatanan ekonomi konvensional tidak mengenali istilah halal haram. Yang menjadi prioritas kerja mereka adalah memenuhi kegiatan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta, dan uang. Ia tidak mementingkan apakah yang diproduksinya itu bermanfaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis.

3. Analisis Persepsi Remaja Muslim Mengenai Labelitas Halal pada Makanan dalam Kemasan.

Pemahaman dan kesadaran remaja muslim di desa lebani atas kondisi saat ini dan kewajiban untuk melindungi diri dari suatu yang haram merupakan langkah awal yang harus diperjuangkan. Titik pertama selalu dimulai dari penyampaian ilmu sehingga timbul pemahaman yang benar dan utuh akan menimbulkan keyakinan, kesadaran, sehingga timbul motivasi dari diri.

Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di desa lebani baik produk luar kota maupun produk lokal yaitu sebagai logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Dengan begitu konsumen dapat memperoleh sendiri kehalalan suatu produk yang beredar di pasar.

Hasil wawancara dengan Ria selaku pembeli mengatakan bahwa labelitas halal dapat membantu dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, tetapi kadang kala saya juga tidak memperhatikan label halal ketika membeli.

Produk yang beredar dikalangan konsumen muslim di desa lebani bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk-produk yang beredar diremaja muslim belum memiliki sertifikasi halal yang mewakili dengan label halal yang ada pada kemasan produknya.

Ummat Islam sangat berhati-hati dalam memilih dan membeli pangan dan produk lainnya yang diperdagangkan. Mereka tidak akan membeli barang atau produk lainnya yang diragukan kehalalannya. Masyarakat hanya mau mengkonsumsi dan menggunakan produk yang benar-benar halal dengan jaminan tanda halal/leterangan halal resmi yang diakui pemerintah.

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan ustad abdul rahman selaku imam masjid desa lebani mengatakan bahwa labelitas halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (masyarakat konsumen) secara universal. Tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah konsumen terutama yang beragama Islam. Artinya, dengan adanya labelitas halal, para konsumen muslim tidak akan ragu lagi dalam mengonsumsi makanan yang dibutuhkan terutama makanan dalam kemasan.

Wawancara yang dilakukan dengan mina selaku pembeli mengatakan bahwa saya sebagai remaja muslim juga harus memperhatikan kehalalan makanan yang di makan, maka dari itu saya harus berhati-hati dalam memilih produk makanan dalam kemasan.

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan produk salah satunya dan yang paling utama yakni makanan. Selain itu remaja muslim sudah seharusnya mengonsumsi makanan yang halal terutama jika ingin mengonsumsi makanan dalam kemasan. Sebagai remaja muslim memiliki kehati-hatian dalam memilih produk yang berlabelitas halal.

Untuk pertanyaan pertama penulis menyatakan kepada konsumen apakah selalu memeriksa keberadaan label halal pada kemasan makanan yang mereka beli. Berdasarkan hasil wawancara hanya terdapat dua tipe jawaban dari pertanyaan ini yaitu : "iya dan kadang-kadang" rata-rata konsumen menjawab "iya". Hal ini menandakan bahwa konsumen selalu memeriksa label dari makanan dalam kemasan yang mereka konsumsi. Artinya mereka memprioritaskan produk makanan yang memiliki label. Disini dapat ditangkap

suatu kepedulian tentang makanan yang mereka konsumsi dan adanya keinginan menyalurkan ajaran agama Islam dalam bentuk yang sederhana, yaitu memilih makanan yang sesuai dengan syariat Islam. Sebagian konsumen menjawab "kadang-kadang".

Menurut Harmila salah satu konsumen muslim yang saya wawancarai mengatakan bahwa "saya juga memiliki rasa kehati-hatian dalam memilih produk makanan, namun kadang kala saya berada pada kondisi lupa sehingga tidak memeriksa label halal dalam kemasan produk makanan dalam kemasan.

4. Tanggapan Masyarakat Muslim Mengenai Keyakinan Terhadap Pelaksanaan Label Halal pada Produk Makanan dalam Kemasan.

a. Proses pembuatan produk

Masyarakat memiliki keyakinan yang cukup beragam dengan proses pembuatan suatu produk makanan dalam kemasan yang dapat membuat makanan tersebut bisa dikategorikan menjadi makanan halal. Sebagian remaja memiliki keyakinan yang bisa saja atau ragu-ragu dikarenakan kondisi kurang kepercayaan terhadap produsen makanan dalam kemasan dan realitas kehidupan sehari-hari disekitarnya.

Hasil wawancara dengan pak Habibi selaku konsumen mengatakan bahwa saya yakin bahwa proses pembuatan produk sudah terjamin kebersihannya dan kehalalannya, tetapi, masyarakat muslim yang memiliki keyakinan terhadap proses pembuatan produk secara halal lebih banyak dari pada yang biasa saja.

b. Bahan baku yang digunakan dalam produk

Serupa dengan tanggapan masyarakat yang tinggi bahwa nutrisi yang diharamkan tidak dimuat dalam bahan baku karena peraturan perlabelan di Indonesia mengharuskan pencantuman bahan baku yang digunakan dalam produk. Dari label bahan baku ini akan menjadi panduan bagi konsumen dalam menentukan sendiri produk yang dikomsumsinya masuk dalam kategori halal atau tidak halal.

Keyakinan remaja muslim yang tinggi bahwa nutrisi yang diharamkan tidak dimuat dalam bahan baku karena peraturan perlabelan di Indonesia mengharuskan pencantuman bahan baku yang digunakan dalam produk. Dari label bahan baku ini akan menjadi panduan bagi konsumen dalam menentukan sendiri produk yang dikomsumsinya masuk dalam kategori halal atau tidak halal.

Menurut Anti salah satu konsumen muslim yang saya wawancarai menyatakan bahwa saya selaku konsumen tidak mengetahui proses pembuatan produk terjamin kebersihannya atau tidak, saya tinggal mengkomsumsinya saja, tetapi dengan adanya label halal dapat membantu untuk memilih produk yang halal.

Konsumen memiliki keyakinan yang cukup seragam dengan pelaksanaan proses pembuatan suatu produk makanan dalam kemasan yang dapat membuat makanan tersebut bisa dikategorikan menjadi makanan halal. Sebagian juga remaja muslim memilih keyakinan biasa saja.

Label bahan baku ini akan menjadi panduan bagi konsumen dalam menentukan sendiri produk yang dikomsumsinya masuk dalam kategori halal atau haram. Serupa dengan pendapat masyarakat muslim tentang produk yang bahan

baiknya bebas dari hewan babi , konsumen memiliki tanggapan yang hampir sama bahwa mereka memiliki label halal dalam kemasannya yang tidak mengandung alkohol yang diharamkan.

Makanan yang halal dan baik harus diterjemahkan lebih jauh lagi, yakni halalan dan thayyiban terhadap asal dan jenis bahan baku, campuran, proses pembuatan, pemasaran dan akibat dari mengkonsumsi makanan tersebut, sehingga makanan itu boleh untuk dikonsumsi secara syariat dan baik bagi tubuh secara kesehatan (medis).

Perkembangan media yang memungkinkan konsumen memperoleh lebih banyak informasi yang dapat mereka gunakan dalam proses keputusan pembelian mereka menjadikan para konsumen menjadi smart consumer dimana informasi tersebut telah menjadikan mereka menjadi lebih terlibat dalam proses pembeliannya.

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan dari syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan , suatu makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram untuk dikonsumsi.

Hal ini diungkap oleh salah satu konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi tersebut tidak menyebabkan efek negatif berupa kehilangan kesadaran setelah mengkonsumsi produk. Selain itu mereka juga yakin bahwa produk yang berlabel halal dalam kemasannya itu tidak akan menyebabkan kehilangan kesadaran setelah mengkonsumsinya.

Islam melarang umatnya mengkonsumsi semua produk yang dapat menyebabkan pengkomsumsinya menjadi mabuk mabukan, karena dalam kemabukkannya seseorang dapat melakukan hal-hal diluar kontrol. Rasul Muhammad saw mengatakan bahwa khamar (sesuatu yang memabukkan) adalah pangkal dari semua kejahatan. Dengan menghindari diri dari mengkonsumsi makanan dan minuman yang memabukkan, dengan sendirinya terlihat bahwa Islam adalah agama yang peduli dengan umatnya dan menganjurkan yang terbaik dan teraman untuk dilakukan oleh para pengikutnya.

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

Kasus-kasus yang pernah terjadi di indonesia membuktikan bahwa produsen dapat bertindak nakal dan mengubah komposisi produknya tanpa mendaftarkannya kembali ke LPOM MUI untuk di audit. Berdasarkan laporan masyarakat yang akhirnya secara kebetulan menemukan bahwa produk tersebut telah berubah dan mengandung unsur haram, akan segera dipublikasikan kepada khalayak luas untuk tidak mengkonsumsi produk tersebut sampai ada penelitian lebih lanjut.

Produk yang pernah mengalami hal ini adalah produk penyedap rasa ajinomoto. Produk tersebut sampai ditarik dari masyarakat dan kehilangan posisinya dalam pasar. Kasus dan isu yang pernah muncul inilah yang

tampaknya menjadi penyebab beberapa konsumen memberikan tanggapan biasa saja atau ragu-ragu.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada BAB sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Labelitas halal pada makanan dalam kemasan di desa lebani.

Labelitas halal yang ada dikemasan makanan sangat penting bagi masyarakat muslim di desa lebani, sehingga para konsumen khususnya masyarakat muslim tidak ragu lagi dalam mengkonsumsi makanan dalam kemasan karena label yang terdapat dikemasan makanan telah melalui proses kehalalan dari pihak MUI yang dijamin kehalalannya serta didukung dari pihak dinas kesehatan untuk memeriksa kelayakan mengkonsumsi makanan dalam kemasan tersebut. Selain itu label halal juga meningkatkan penjualan produk lokal yang ada di desa lebani.

2. Persepsi masyarakat muslim mengenai labelitas halal dalam kemasan makanan di desa lebani.

Masyarakat muslim memiliki keyakinan yang kuat bahwa produk makanan dalam kemasan yang memiliki label halal telah melakukan proses labelitas halal dalam proses pembuatannya, bahan baku yang dikandungnya, serta efek yang dapat ditimbulkannya tidak bertentangan dengan syariat Islam sehingga produk tersebut menjadi halal untuk dikonsumsi. Dari hasil penelitian bahwa sebagian besar masyarakat muslim menyatakan bahwa mereka selalu memeriksa keberadaan label halal pada suatu produk makanan dalam kemasan sebelum

mereka membelinya. Sehingga masyarakat juga cuek atau malas memperhatikan adanya label halal pada makanan dalam kemasan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka berikut ini saran-saran yang dapat diberikan dari penelitian ini :

1. Kepedulian yang cukup tinggi dari pihak konsumen tentang produk makanan dalam kemasan yang akan mereka konsumsi haruslah produk yang halal, seharusnya diwajibkan oleh produsen dengan segera mendaftarkan produknya ke lembaga berwenang agar dapat mencantumkan label halal dalam kemasannya sehingga dengan begitu produk tersebut dapat menjadi pilihan oleh konsumen muslim untuk dikonsumsi.

2. Ada label halal pada produk makanan dalam kemasan bisa menjadi masukan untuk perusahaan produsen produk makanan dalam kemasan untuk memproduksi produk yang sejalan dengan syariat Islam sehingga produk itu menjadi produk halal dan mendaftarkan untuk bisa mendapatkn sertifikat halal dan dapat mencantumkan label halal dalam kemasan produk sehingga label tersebut bisa menjadi suatu *assurance* bagi konsumen muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashar, *Implementasi Zakat Profesi (Studi Kasus Disekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo)*,2013,h. 47.
- Abu Isa Muhammad Bin Isa Bin Saurah, Sunan Tirmidzi, Kitab:Baku,Juz 30 No.1732 (Penerbit: Darul Fiqri,Bairut-Libanon,1994 M),H.280.
- Anti, *Wawancara*, Konsumen Muslim, Desa Lebani,Tanggal 17 Juli 2019.
- Syamsuddin Baso, *Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Negeri (STAIN)*, Skripsi, (Palopo: STAIN,2013,h. 60.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Cetakan; Bandung : Al-Fatih 2013.
- Bermen Evans, *Retail Manajemen* (New Jersey: Prentice,1998).
- Engel, James F. Blackweel, Roger D Dan Miniard Paul W 2005.*Consumer Behavior*. Edisi Kesepuluh, Jilid 1.Binapura Aksara: Jakarta.
- Indra Hasbi, *Halal Haram Makanan*,op.cit.,h. 15-16.
- Habibi, *Wawancara*, Konsumen Muslim, Desa Lebani, Tanggal 17 Juli 2019.
- Indra Hasbi dkk, *Halal Haram Dalam Makanan*,(permadani,jakarta ;2014)h.91.
- Mina, *Wawancara*, Pembeli, Desa Lebani,Tanggal 16 Juli 2019.
- Karim Helmi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta : Manajemen PT Raja Grafindo persada,1999)
- Husain, Mohammad Mashar, *Islamicdietary Laws*, Diakses Tgl 24 Februari 2017.
- Islamy Irfan, *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakanaksanaan Negara*, (Jakarta;PT Bumi Aksara, 2003),h.22.
- Islamy Irfan, *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakanaksanaan Negara*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- James F engel,roger Dblackwell, Paul W, Minard, *Perilaku Konsumen*,(Jilid 1: Jakarta Binapura Aksara,1994), h.3.

- Kamami, *Analisis Persepsi Labelitas Halal Dalam Penggunaan Produk Di Kota Padang*,(Jurnal,2013),h. 14.
- Helmi Karim. *Fiqh Muamalah*, Jakarta:Manajemen PT Raja Grafindo Persada, Oktober 1993.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*,(Jakarta: PT B Syamilcipta Media: 2004),H.25.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Managemen,10 Th Edition.Upper Saddle River:Prentice Hall,Inc.*
- KEPMENAG RI No.518 tahun 2001.
- Longenecker, Justin G. dkk, *Kewirauasahaan Manajemen Usaha Kecil*, Ed. L Buku 2:Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, PT bumi aksara, cet.7,jakarta;2014,h.25.
- M. Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*,(Jakarta;Kompas Gramedia,Desember 2000), h.128.
- Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Revika Aditama Ed, Revisi., Cetakan.2.2009, h.3
- Nurbiyati Titik, Mahmud Machfoed, *Manajemen Pemesaran Kontemporer*. Cet.L Kayon, 2005.
- Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia (RI) No. 69 Tahun 1999.
- Prasetijo, Ritiyanti John J,O,I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi.
- Ristiyanti Prasetijo Dan John,J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*,(Penernit Andi), h.44.
- Ristiyanti Prasetijo dan John, J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*,op.cit,h.27.
- Surat-Surat Keputusan Lembaga Pengawasan Dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).
- Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Cet 1; Jakarta :Bumi Aksara, 1995), h.92.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian Research*,(Cet: Ll,Yogyakarta,1997).

Siagian, Sondang P. *Manajemen Strategik*, Cet.Pertama;Jakarta:Bumi Aksara, November,1995.

Titiknurbiyati, Mahmud Machfoeds, cet 1, *Manajemen Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2005), h.6.

Tjipyo, Fandi. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta:Andi.1997),

Tim Penulis Kamus Bahasa Indonesia dan Pengembangan Bahasa.

Winarto, Surahman. *Dasar Teknik Research*, (Bandung:Tarsito,1972),

Sumber Intenet

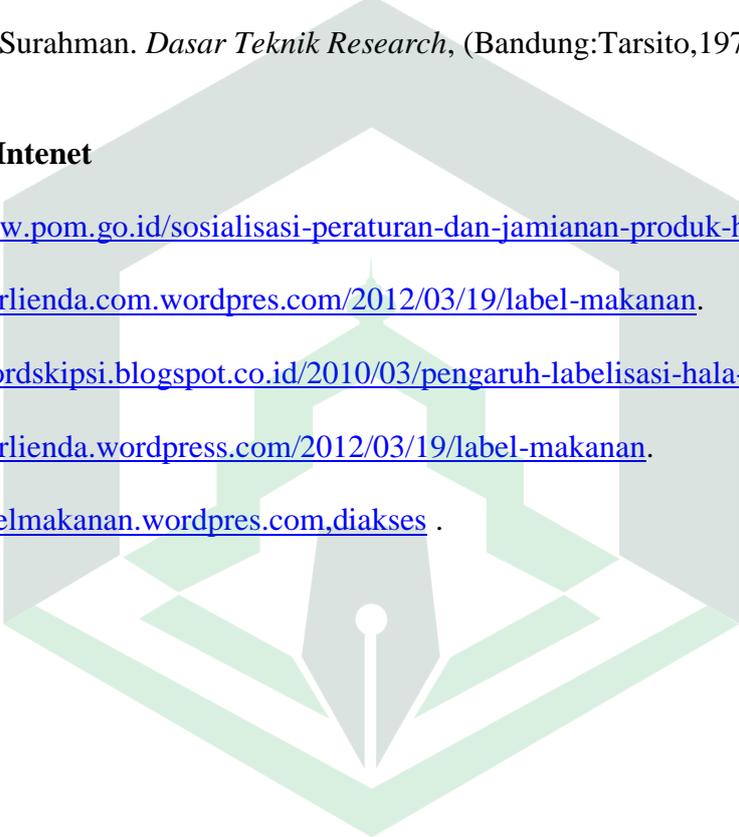
<http://www.pom.go.id/sosialisasi-peraturan-dan-jamianan-produk-halal.html>

<https://nurlienda.com.wordpress.com/2012/03/19/label-makanan>.

<https://wordskipsi.blogspot.co.id/2010/03/pengaruh-labelisasi-hala-terhadap.html>.

<https://nurlienda.wordpress.com/2012/03/19/label-makanan>.

www.labelmakanan.wordpress.com,diakses .



IAIN PALOPO