# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang mengatur berbagai sendi kehidupan pemeluknya yang bertujuan untuk kemaslahatan umat. Semua hal tentang kehidupan sudah diatur didalamnya, tidak hanya dari aspek ibadah (hubungan antara hamba dengan Tuhan), tetapi juga aspek muamalah (hubungan dengan sesama manusia).[1]

Sebagai negara muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk muslim 87,17% atau setara dengan 209,12 juta jiwa dari total populasi Indonesia. Begitupun dengan populasi muslim tahun 2019 yang ada di Jawa Barat sekitar 41.314.121 jiwa[2], tentu ini merupakan potensi pasar yang besar untuk produk halal.[3] Karena jika kita melihat dalam perspektif Islam, konsep halal merupakan sebuah hal vital bagi seorang muslim. Halal ini berarti diperbolehkan atau diizinkan secara syariat agama Islam, seorang muslim akan mencari produk yang akan ia konsumsi yang mana yang sesuai dengan ajaran Islam.[4] Oleh sebab itu umat muslim mengutamakan kehalalan dari suatu produk yang akan dia konsumsi atau yang akan dia pakai. Halal akan menjadi penting bagi masyarakat muslim karena merupakan sebuah prinsip, maka perlindungan konsumen adalah satu prinsip utama dalam pengaturan halal di Indonesia.

Direktur Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) mengatakan bahwa jumlah produk halal di Indonesia baru sekitar 10% atau 688.615 produk, jumlah perusahaan yang bersertifikat halal

---

[1] Meika Wahyuni, Skripsi : *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal*, (Semarang, UIN Walisongo, 2015), hal 1

[2] Badan Pusat Statistik Provinsi jawa barat : diakses dari, https://jabar.bps.go.id/istilah.html pada Desember 2019

[3] Katadata.co.id : diakses dari, https://katadata.co.id/analisisdata/2020/04/16/industri-halal-untuk-semua pada tanggal 25 januari 2021

[4] Danang Waskito, Skripsi *:"Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Halal"* (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) Hal 3

55.626 unit, dan jumlah pemegang sertifikat halalnya sebanyak 65.116 buah.[5] Hal itu mengindikasi bahwa jaminan produk halal di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Padahal pentingnya sertifikasi halal dalam suatu produk telah diatur dalam Undang undang nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal[6] yang mana didalamnya mengatakan produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus bersertifikat halal, barang dan/atau jasa tersebut baik berupa makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan juga barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Undang-undang nomor 33 Tahun 2014 memberi penekanan bahwa tidak hanya pada produk makanan yang harus bersertifkasi halal namun juga pada produk non makanan. Hal ini merupakan sebuah dukungan pemerintah sebagai upaya perlindungan terhadap konsumen. Potensi pasar yang sangat besar terhadap produk halal harus diimbangi dengan kemauan produsen menghasilkan produk yang telah tersertifikasi halal sesuai dengan standar produsen mencantumkan labeliasasi halal pada produk yang sudah tersertifikasi. Sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan bagi umat muslim, dan label halal yang tercantum pada produk pun cenderung lebih memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Laporan Global Islamic Finance Report, terdapat empat fase evolusi halal. Fase yang pertama adalah jaminan kehalalan suatu produk masih berdasarkan atas kepercayaan semata. Dan fase kedua jaminan kehalalannya berdasarkan pada labelisasi halal yang tertempel pada produk tersebut. Pada fase ketiga, kepercayaan mengenai jaminan kehalalan produknya sudah diaudit dan di sertifikasi oleh otoritas yang berwenang sehingga memberikan jaminan bahwa seluruh rantai pasokan produk halal tersebut telah sesuai dengan syariah Islam. Dan fase yang terakhir adalah

[5] Halal.mui.org diakses dari https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/peran-lppom-mui-fasilitasi-pelaku-usaha-dalam-sertifikasi-halal diakses pada maret 2020

[6] Halal.mui.org diakses dari https://www.halalmui.org/images/stories/PP%20Nomor%2031%20Tahun%202019%20tentang%20Peraturan%20Pelaksanaan%20UU%20Nomor%2033%20Tahun%202014%20tentang%20JPH.pdf diakses pada maret 2020

berkaitan dengan rantai nilai halal (halal value chain) di mana perusahaan makanan multinasional Islam dapat mengendalikan dan menjamin kehalalan seluruh rantai pasokan produknya mulai dari pertanian sampai ke meja makan.[7] Dan saat ini Indonesia dapat dikatakan sudah pada fase yang ketiga dimana jaminan produk halal sudah disertifikasi sesuai dengan UU No 33 Tahun 2014 oleh otoritas yang berwenang dalam hal ini yaitu oleh BPJPH.

Dewasa ini produk yang berlabel halal pun terus mengalami perkembangan ditambah dengan permintaan terhadap produk halal yang terus meningkat. Bahkan produk-produk yang berlabeliasi halal tersebut tidak hanya pada produk makanan saja namun juga pada produk non makanan seperti obat-obatan, kosmetik, fashion, bahkan alat-alat rumah tangga seperti kulkas pun ada yang bersertifikasi halal. Tentu perkembangan tersebut juga harus diimbangi dengan literasi halal masyarakat yang juga meningkat. Karena literasi atau pemahaman masyarakat ini juga nantinya akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal pada produk non makanan tersebut. Pemahaman adalah satu hal yang sangat mendasar yang akan mempengaruhi persepsi, perilaku, sikap, dan respon seseorang terhadap suatu objek.[8]

Namun permasalahan saat ini banyak masyarakat yang masih memiliki paradigma bahwa sertifikasi halal pada umumnya penting hanya untuk produk-produk makanan atau minuman. Namun ternyata dalam UU JPH disebutkan bahwa ada 8 produk yang penting untuk disertifikasi halal diantaranya ada makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, dan produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Dan sebagian besar masyarakat tidak mengetahui adanya labelisasi halal pada produk non makanan. Belum banyak dari mereka yang menyadari bahwa kehalalan sebuah produk juga terdapat pada produk non makanan seperti produk yang dipakai sehari-hari.

---

[7] Moh Kusnadi, *Problematika Penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Di Indonesia*, Islamika : Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan, Volume 1, Nomor 2, Juli 2019; Hal 118

[8] Efrizon A .2008. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Pemahaman Masyarakat*, (Tesis, Jakarta: Universitas Indonesia,2008) hal 19

Bahkan masih banyak juga masyarakat yang beum mengetahui produk non makanan yang sudah tersertifikasi halal itu apa saja. LPPOM MUI mengatakan bahwa walaupun bukan produk pangan tetapi barang yang termasuk dalam kategori barang gunaan juga wajib bersertifikasi halal menurut UU no 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Mengingat banyaknya produk yang beredar di pasaran saat ini ada yang halal dan yang tidak halal, maka penting untuk memperhatikan bagaimana konsumen dapat memilih produk yang dia beli tersebut halal sehingga memberikan rasa aman saat mengkonsumsi atau menggunakannya.[9]

Pencatuman label halal menjadi sarana informasi yang penting dari produsen ke konsumen mengenai produk yang dijualnya bahwa produk tersebut sudah tersertifikasi halal, sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan dan semua nya tidak bertentangan dengan yang tidak diperbolehkan dalam syariat Islam. Karena ketika kita memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mengolah suatu produk maka hal ini dapat memunculkan kemungkinan adanya percampuran antara yang halal dan yang haram baik yang dengan sengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, untuk menjaga kehalalan dalam produknya, maka diperlukan suatu kajian khusus seperti pengetahuan di bidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi, dan juga pemahaman tentang syariat. Karena pada realitanya masih banyak produk yang beredar di masyarakat belum terjamin kehalalannya, sedangkan disamping itu berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan jaminan Produk Halal telah memberikan kepastian dan jaminan hukum bagi masyarakat muslim. Dengan melihat realitas tersebut maka bagaimana persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal pada produk terutama pada produk non makanan.

Adanya sertifikasi halal pada sebuah produk juga akan melindungi konsumen dari persepsi yang salah terhadap produk tersebut. Karena persepsi seorang individu

[9] Tulus Abadi, *Peran Serta Masyarakat dalam Pemberian Informasi Produk Halal*, (Jakarta : Kemenhukam, 2011) hal 7

akan dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari dirinya sendiri juga faktor eksternal seperti adanya sertifikasi dan labelisasi halal pada produk tersebut.[10] Seiring perkembangan zaman saat ini begitu banyak beredar produk-produk baik halal ataupun no halal yang berasal dari dalam negeri maupun impor dari luar negeri, hal ini tentu menjadikan konsumen atau calon pembeli harus lebih berhati-hati dalam memilah atau mimilih sebuah produk. Selain pencantuman label halal pada produk yang sudah tersertifikasi dan penyampaian pesan melalui media atau iklan mnegenai produk halal tentu hal itu akan membentuk sebuah persepsi bagi masyarakat terhadap produk tersebut. Ketika seorang konsumen muslim peduli dan memperhatikan sertifikat halal dengan melihat label halal yang tercantum pada produk sebelum ia membeli, maka itu mengindikasi bahwa konsumen tersebut menganggap penting akan labelisasi halal pada sebuah produk.

Labelisasi halal pun banyak dibicarakan dikalangan masyarakat terutama saat sedang maraknya ada produk non makanan yang berlabel halal, seperti kulkas halal, kaos kaki halal, hingga peralatan masak yang halal. Majelis Ulama Indonesia mengakui bisa saja label halal terkait strategi pemasaran, ada yang menganggap itu hanya sebatas strategi pemasaran saja atau *"value added"* (nilai tambah). Karena setiap pedagang atau perusahaan bisa mengajukan produknya untuk dilabeli halal maka MUI tidak bida menolak jika ada orang yang ingin mengajukan sertifikasi halal , begitupun dengan produk yang non makanan. Ada juga yang berpresepsi bahwa labelisasi halal ini semata-mata hanya untuk menambah kualitas dan nilai produk karena sudah ada label halalnya atau memanfaatkan agama untuk kepentingan bisnis / dagang (kapitalisasi agama).[11]

[10] Efrizon, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi,* hal 25

[11] BBC News Indonesia. 2019. "Produk halal: Demi kepentingan syariah, rupiah atau kapitalisasi agama?", https://www.youtube.com/watch?v=bUaXbnt1gwA&ab_channel=metrotvnews , diakses pada tanggal 19 agustus 2019

Pada penelitian ini memfokuskan pada pembahasan labelisasi halal pada produk non makanan khususnya pada barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut agar mendapatkan informasi yang jelas dan berdasarkan kajian ilmiah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Labelisasi Halal Pada Produk Halal Non Makanan di Kota Bandung"*. Fenomena masyarakat saat ini yang belum mengetahui betul seperti apa kegunaan labelisasi halal pada produk non makanan, karena banyak yang beranggapan stigma negatif bahwa labelisasi halal ini hanya sebagai strategi pemasaran saja, maka hal itu yang mendorong penelitian ini dilakukan.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non makanan ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi tersebut ?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini akan menganalisis persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non makanan yang bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan berdasarkan bukti ilmiah bagaimana persepsi masyarakat terhadap labelisasi pada produk non makanan tersebut dan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi tersebut.

**D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka penelitian ini memiliki manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah kajian ilmiah dalam mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non

makanan dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji hal serupa agar dapat mengembangkan penelitiannya lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan, informasi dan menjadi acuan bukti ilmiah mengenai persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non makanan

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini juga diharapkan akan menambah pemahaman masyarakat mengenai labelisasi halal pada produk non makanan dan memberikan gambaran mengenai bagaimana persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non makanan tersebut di Indonesia

c. Bagi Stakeholder

Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai bagaimana persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal pada produk non makanan, sehingga dapat menjadi salah satu acuan dan masukan bagi para pemangku kebijakan dan pihak-pihak yang terkait dalam mengambil suatu keputusan atau regulasi yang berkaitan dengan labelisasi halal pada produk non makanan

**D. Penelitian Terdahulu**

Tinjauan pustaka adalah sebuah uraian yang sistematis dari penelitian – penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Dan penelitian – penelitian terdahulu yang juga menjadi referensi peneliti dalam membuat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Skripsi dari Meika Wahyuni yang berjudul *"Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Pt. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)"*[12].

Penelitian Meika Wahyuni ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman dan persepsi konsumen muslim di PT. Rocket Chicken Boja tentang sertifikat halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan persepsi Konsumen muslim di PT Rocket Chicken cabang Boja kendal terhadap sertifikat halal. Sumber data yang digunakan ada dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini menggunakan metode wawancara. Sedangkan data sekunder nya yaitu data yang tidak didapatkan langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya beberapa dokumen, laporan-laporan buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan antropologis yaitu meneliti tentang manusia baik fisik maupun non fisik (antropologis dalam memahami agama). Teknik pengumpulanya menggunakan *Purposive sampling* dengan jumlah sampel 32 orang dari berbagai profesi. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa sebanyak 68,75% konsumen Rocket Chicken menganggap tidak penting adanya sertifikasi halal pada Rocket Chicken Boja karena kalaupun mengetahui mereka tidak tahu maksudnya untuk apa. Sedangkan 31,25% konsumen lainnya mengganggap sertifikasi halal itu penting untuk menjamin kehalalan produk tersebut. Kesamaan dari peneliti tersebut dengan penulis adalah sama-sama mengangkat persepsi tentang persepsi masyarakat terhadap sertifikasi halal, namun yang membedakan jika penulis mengangkat tentang persepsi masyarakat terhadap labelisasi halal pada produk non makanan.

[12] Meika Wahyuni, *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Pt. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal),* UIN Walisongo Semarang, 2015,

2. Jurnal ilmiah dari Galuh Widitya Qomaro yang berjudul *"Sertifikasi Halal Dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan Di Kabupaten Bangkalan"*[13].

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen pada produk pangan di Kabupaten Bangkalan tentang sertifikasi halal. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah survey yang mengambil sampel dari suatu populasi menggunakan dengan menggunakan kuisioner sebagai data yang pokok. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder . Data primer yang digunakan melalui pengisian kuisioner oleh responden secara langsung serta melalui hasil wawancara dengan responden, dan data sekunder yang digunakan adalah data yang diperoleh dari buku/literatur, situs internet serta laporan bebrapa instansi seperti data kependudukan dan keadaan lokasi. Persamaan dari jurnal tersebut sama-sama mengangkat tema tentang persepsi. Yang membedakan hanya produknya, jika jurnal tersebut tentang produk pangan , dan penulis tentang produk non makanan. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa dari 72 responden yang diambil untuk dijadikan sampel, Sebanyak 54.1% responden menyetujui bahwa produk berlabel halal memiliki kualitas yang lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhanya. Dan sebanyak 57.1% responden menyebutkan bahwa produk pangan berlabel halal memiliki nilai tersendiri dibandingkan dengan produk yang tanpa label halal.

3. Jurnal ilmiah dari Iis Sutardi yang berjudul *"Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis*"[14].

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor ditinjau perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis, serta mengetahui factor-faktor yang

---

[13] Galuh Widitya Qomaro, *Sertifikasi Halal Dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan,* Universitas Trunojoyo Madura, 2018,

[14] Iis Sutardi, A*nalisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis* Kabupaten Bengkalis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah bengkalis, 2019.

menentukan persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor dalam kemasan. jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan *(field research)* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sampel penelitianya menggunakan rumus Slovin dengan *Random Sampling* (metode penarikan sampel acak sederhana). Persamaan dari jurnal tersebut sama-sama mengangkat tema tentang analisis persepsi. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa dari sampel 100 responden yang diambil, sebanyak 74% responden dinyatakan memiliki persepsi yang baik mengenai labelisasi halla pada produk impor dalam kemasan. Dan faktor yang menentukan persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor berlabel halal dalam kemasan ditinjau perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis yaitu faktor memilih dengan persentase sebesar 39,75%.

4. Jurnal Ilmiah dari Ahda Segati yang berjudul *"Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan"*[15].

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi sertifikat halal, kualitas produk, dan harga pada catering Aqiqah Nurul hayat untuk meningkatkan tingkat penjualanya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian lapangan *(field research)*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dan produsen catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta dengan menggunakan angket. Persamaan dari jurnal tersebut sama-sama mengangkat tentang persepsi sertifikat halal. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa dari 100 responden, Variabel persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Nurul Hayat Yogyakarta. Dan persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga ini secara langsung dapat memberikan informasi akan

[15] Ahda Segati, Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan, Universitas Islam Indonesia, 2018,

kualitas produk sehingga variabel ini mempengaruhi persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

**Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Penelitian | Judul Penelitian | Variabel yang digunakan | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Meika Wahyuni (2015) | Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada Pt. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal) | 1. pengetahuan mengenai sertifikat halal<br>2. persepsi kepercayaan terhadap suatu produk dengan melihat sertifikat halal pada produknya | 1. Variabel bebas (independent variable) membahas tentang persepsi dan sertifikasi halal | Metode peneltian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif | 68,75% konsumen Rocket Chicken menganggap tidak penting adanya sertifikasi halal pada Rocket Chicken Boja karena kalaupun mengetahui mereka tidak tahu maksudnya untuk apa. Sedangkan 31,25% konsumen lainnya mengganggap sertifikasi halal itu penting untuk menjamin kehalalan produk tersebut |
| 2 | Galuh Widitya | Sertifikasi Halal Dalam Persepsi | Persepsi konsumen mengenai Kualitas, persepsi konsumen | 1. Metode yang digunakan menggunakan | 1. Pembahasan yang diambil tentang persepsi | Sebanyak 54.1% responden menyetujui bahwa produk berlabel halal memiliki |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Qomaro (2018) | Konsumen Pada Produk Pangan Di Kabupaten Bangkalan | mengenai Nilai, Persepsi Setifikasi Halal | pendekatan kuantitatif. 2. Variabel bebas (independent variable) membahas tentang persepsi (konsumen) | konsumen pada produk pangan. | kualitas yang lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhanya. Dan sebanyak 57.1% responden menyebutkan bahwa produk pangan berlabel halal memiliki nilai tersendiri dibandingkan dengan produk yang tanpa label halal. |
| 3 | Iis Sutardi (2019) | Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam | Persepsi konsumen dalam aspek memilih, Persepsi konsumen dalam aspek mengatur, Persepsi konsumen dalam aspek menafsirkan | 1. Variabel bebas (independent variable) membahas tentang persepsi | 1. Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif | Dari hasil penelitian sebanyak 74% responden dinyatakan memiliki persepsi yang baik mengenai labelisasi halla pada produk impor dalam kemasan. Dan faktor yang menentukan persepsi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor berlabel halal dalam |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis | | | | kemasan ditinjau perspektif ekonomi syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis yaitu faktor memilih dengan persentase sebesar 39,75% |
| 4 | Ahda Segati (2018) | Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan | Persepsi sertifikasi halal (X1), Persepsi Kualitas produk (X2), Persepsi Harga (X3), Persepsi peningkatan penjualan (Y) | 1. Variabel bebas (independent variable) membahas tentang persepsi<br>2. Metode yang diugunakan menggunakan pendekatan kuantitatif | 1. Variabel terikat (dependent variable) membahas tentang persepsi sertifikasi halal , kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan | Variabel persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi peningkatan penjualan pada Catering Nurul Hayat Yogyakarta. Dan persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga ini secara langsung dapat |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | memberikan informasi akan kualitas produk sehingga variabel ini mempengaruhi persepsi peningkatan penjualan pada Catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta. |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

## E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah sebuah alur yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai dasar penelitiannya. Kerangka berfikir juga merupakan sebuah model konseptual mengenai bagaimana teori-teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang sudah diidentifikasi tersebut menjadi suatu masalah yang penting.[16]

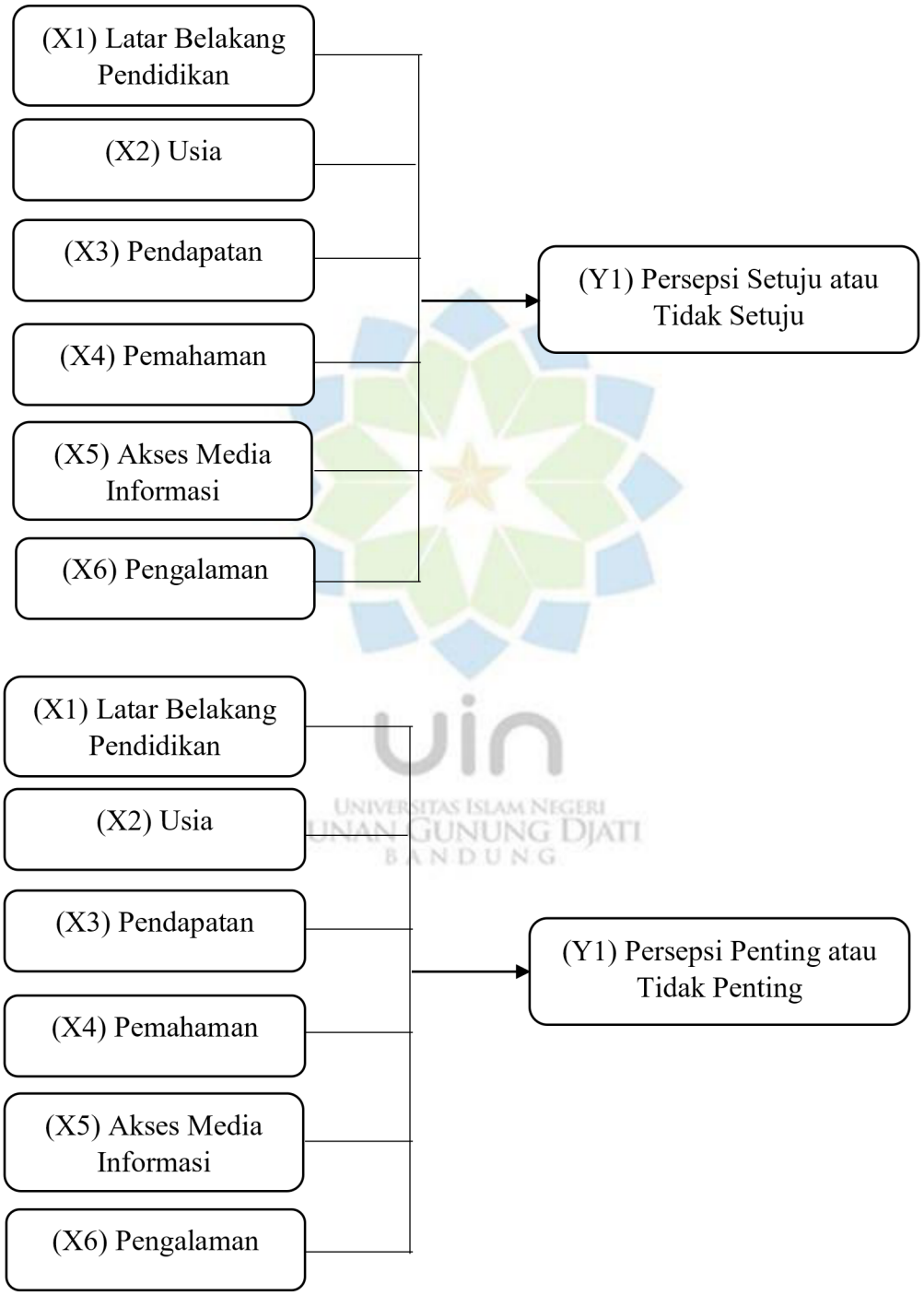
Maka berdasarkan konsep dasar dan teori serta hasil analisis yang telah dikemukakan, pada penelitian ini secara ilustratif kerangka berfikirnya akan digambarkan pada sebuah skema dibawah ini yang berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dibuat.

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Yogyakarta ; Alphabeta, 2012), Hal. 93

Ada dua variabel Y , dengan menggunakan model sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Kerangka Operasional variabel




UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

## F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara untuk rumusan masalah yang diajukan. Hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran penelitian yang berdasarkan pada asumsi-asumsi dasar yang digunakan dalam kerangka berfikir. Maka hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$H_1$ : Latar belakang pendidikan berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

$H_2$ : Usia berpengaruh signfikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

$H_3$ : Pendapat berpengaruh signfikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

$H_4$ : Pemahaman mengenai labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

$H_5$ : Akses media informasi berpengaruh signfiikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

$H_6$ : Pengalaman berpengaruh signfikan terhadap persepsi masyarakat mengenai labelisasi halal

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG