

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG LABEL HALAL DAGING
IMPOR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

UMMU NADHIROH
NIM. 0501161019



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020 M/1441 H**

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG LABEL HALAL DAGING
IMPOR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

UMMU NADHIROH
NIM. 0501161019



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2020 M/1441 H

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG SERTIFIKASI HALAL
DAGING IMPOR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH
DI KOTA MEDAN**

Oleh:

UMMU NADHIROH

NIM 0501161019

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 6 Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Marliyah, MA

NIP.197601262003122003

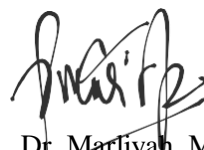


Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si

NIB. 1100000093

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliyah, MA

NIP.197601262003122003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Ummu Nadhiroh**
Nim. : 0501161019
Tempat/tgl. Lahir : Tanjung Pura, 09 September 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Asrama Rusunawa Ma'had Al-Jami'ah UIN SU

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG SERTIFIKASI HALAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARI’AH DI KOTA MEDAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 6 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul, “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG LABEL HALAL DAGING IMPOR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DI KOTA MEDAN” an. Ummu Nadhiroh NIM. 0501161019 Prodi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 26 Agustus 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

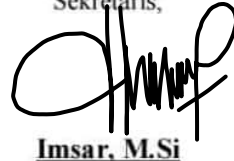
Medan, 28 September 2020
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,



Dr. Marliah, MA
NIDN. 2026017602

Sekretaris,



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Anggota

Pembimbing I



Dr. Marliah, MA
NIDN. 2026017602

Pembimbing II



Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si
NIDN. 2028129001

Penguji I



Dr. Zuhri M Nawawi, MA
NIDN. 2018087601

Penguji II



Aqwa Naser Daulay, M.Si
NIDN. 2024128801

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan

Dr. Andri Soemitra, M.Ag
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Ummu Nadhiroh, 0501161019. *Analisis Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Medan*. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Ibu Dr. Marliyah, MA, dan Pembimbing Skripsi II oleh Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si.

Semakin meningkatnya konsumsi daging impor di Kota Medan merupakan suatu fenomena yang harus diperhatikan oleh pemerintah. Tingginya konsumsi daging impor mesti dibarengi dengan upaya pemerintah untuk menjamin hak konsumen untuk memperoleh daging impor yang halal. Pada bulan September 2019 Menteri Perdagangan mengeluarkan Permendag No. 29 Tahun 2019 yang dalam peraturan terbaru tersebut, tidak dicantumkan aturan kewajiban menyematkan label halal dalam kemasan daging impor. Hal ini menimbulkan keresahan di kalangan masyarakat Muslim yang mengundang beragam reaksi kekecewaan dari masyarakat, para ahli, dan praktisi. Atas dasar hal tersebut, peneliti sadar bahwa saat ini masyarakat sudah semakin sadar akan pentingnya jaminan halal makanan impor yang harus diberikan secara jelas oleh pemerintah. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat fenomena persepsi konsumen tentang label halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 32 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis pengetahuan informan, sebesar 81,25% konsumen mengkonsumsi daging impor yang halal atas dasar pertimbangan syari'at dan 93,7% konsumen memiliki kesadaran sebagaimana yang dikehendaki syari'at terkait aturan konsumsi daging impor halal. Tingginya persentase di atas menjadi bukti tingginya kebutuhan masyarakat untuk memperoleh jaminan halal produk daging impor di Kota Medan.

Kata Kunci: Persepsi, Label Halal, Daging Impor

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	PENDAHULUAN
A.	Latar Belakang Masalah 1
B.	Identifikasi Masalah 6
C.	Rumusan Masalah 7
D.	Tujuan Masalah..... 7
E.	Manfaat Penelitian..... 7
BAB II	KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PENELITIAN
A.	Kajian Teoritis..... 9
1.	Persepsi 9
a.	Pengertian Persepsi 9
b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi 12
c.	Proses Persepsi..... 16
d.	Konsumen..... 18
2.	Labelisasi Halal 19
a.	Sertifikasi Halal..... 24
b.	Labelisasi Halal..... 26
3.	Produk Daging Impor 27
4.	Teori Permintaan dan Penawaran 28
a.	Teori Permintaan..... 28
b.	Teori Penawaran 28

5. Kriteria Daging Halal dalam Islam.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	32

	C. Kerangka Penelitian	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Pendekatan Penelitian	40
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
	C. Informan Penelitian.....	41
	1. Informan Penelitian.....	41
	2. Teknik Pemilihan Informan	41
	3. Karakteristik Informan.....	43
	D. Jenis dan Sumber Data	44
	1. Jenis Data	44
	2. Sumber Data.....	44
	E. Teknik Pengumpulan Data	45
	F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV	TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
	1. Lokasi Penelitian	47
	2. Karakteristik Informan.....	49
	B. Temuan Penelitian	50
	C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
	1. Analisis Data Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor di Kota Medan.....	59
	2. Analisis Perspeksi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Medan.....	61
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	69
	B. Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	71
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

1	Data Informan	43
2	Daftar Luas Kecamatan di Kota Medan	47
3	Jumlah Penduduk Kota Medan per Kecamatan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1	Populasi Muslim Indonesia Tahun 2010	2
2	Populasi Muslim Indonesia Tahun 2020	2
3	Konsumsi Daging Sapi Impor Sumatera Utara Tahun 2015	4
4	Proses Persepsi.....	17
5	Diagram Alir Proses Sertifikasi Halal	24
6	Kerangka Penelitian	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1	Daftar Pertanyaan.....	74
2	Data Penelitian	78

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'amin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat, karunia serta keridhaan-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan, baik secara fisik maupun psikis untuk menyelesaikan penulisan ilmiah Skripsi S1 yang berjudul **Analisis Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Medan** dengan sebaik-baiknya.

Tidak luput pula, shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Muhammad Saw. yang dengan berkatnya menjadi sebab segala urusan menjadi mudah, segala kesulitan menjadi kesempatan dan peluang yang berharga. Benarlah hanya bila dengan cinta, segala kesulitan bisa diubah menjadi momentum yang akan dikenang dengan senyuman kebijaksanaan.

Tulisan ini tentu masih jauh dari kata sempurna, namun penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang dengan kebijaksanaannya membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan penulisan ini. Untuk itu, penulis ingin memberikan penghormatan dan terima kasih tiada hingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
2. Bapak Dr. Andri Sumitra, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
3. Ibu Dr. Marliyah, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
4. Ibu Dr. Marliyah, MA, selaku Pembimbing Skripsi I penulis. Semoga Ibu dan keluarga diberikan limpahan rahmat dan kasih sayang Allah Swt. yang tiada hingga atas kebaikan dan ketulusan Ibu membimbing saya menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Nur Ahmadi Bi Rahmani, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi II penulis yang telah membimbing penulis dengan teliti sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan sebaik mungkin.
6. Ibu Annio Indah Lestari Nasution, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan yang telah memberikan dedikasinya kepada penulis sehingga penulis memperoleh banyak ilmu pengetahuan, pengalaman, dan pengamalan selama menjadi mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
8. Seluruh Staf Akademik yang memberikan pelayanan selama proses administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
9. Kedua orang tua tercinta, yakni Ayah dan Mamak yang telah dan akan terus menjadi Guru dan Madrasah pertama bagi penulis. Menjadi rumah yang teduh dan nyaman bagi penulis dengan memberikan seluruh cintanya lewat pengorbanan, do'a dan kebahagiaan yang tidak mungkin mampu penulis balas dengan sesuatu apapun yang bisa menggantikannya di atas dunia. Semoga Allah Swt. mengumpulkan kita di surga-Nya kelak bersama Rasulullah Saw.
10. Abangda Muhammad Taufiq dan Kakanda Ayuk Praninda, Melfi Nadhriati dan Muhammad Ikhwan Khair yang merupakan Abang kandung, Kakak ipar, dan Adik-adik penulis sebagai *support system* yang memberikan bantuan berupa tenaga, pikiran, dan dukungan mental serta psikologis kepada penulis sehingga penulis semakin semangat menyelesaikan penelitian ini di tengah wabah pandemik yang sedang berlangsung.

11. Amamah, yang merupakan Nenek penulis. Orang pertama yang mengajarkan penulis membaca Alqur'an sejak belia. Terima kasih telah selalu mengkhawatirkan makanan dan kesehatan penulis selama proses penulisan, serta selalu berdo'a berderai air mata untuk kebahagiaan penulis.
12. Muna Nurhayati Fadhilah dan Hafizatulaili Br. Sembiring, selaku kawan satu rasa yang masih kebersamai penulis selama lebih kurang 7 tahun ini hingga nanti. Terima kasih telah menjadi sebab masa-masa remaja penulis di sekolah menjadi sangat indah, gemas, dan menyenangkan.
13. Miftahul Jannah Simanjuntak, Puspa Sari Siregar, Aulia Indriani Suryono, Revika Ginting, Syofwatul Fadhilah Br. Sagala, dan Siti Aisyah Siregar selaku member JJ Jamal & Five BB. Orang-orang *norak* yang membuat hari-hari penulis selama di kampus menjadi begitu penuh warna. Terima kasih telah menjadi bukan hanya sekedar kawan, namun juga saudara sepenanggungan, sekaligus teman melewati masa-masa menyakitkan. Dari merekalah penulis tahu bagaimana caranya menertawakan kedukaan.
14. Raudhah, Tia Hasanah Putri, Nurhidayah, dan Verry Yusreza selaku kawan yang menjadi teman bukan hanya dalam hal berbagi masalah penulisan, namun juga tentang sisi-sisi kehidupan yang belum pernah penulis ketahui sebelumnya. Semoga kebaikan dan kemurahan hati kalian menjadi ladang amal untuk dipanen di akhirat kelak.
15. Masyarakat Ekonomi Islam-D yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, sebagai kawan berbagi bukan hanya di dalam kelas, namun juga di luar kelas. Kalian memang *kelas*.
16. Keluarga besar Ma'had al-Jami'ah RUSUNAWA UIN SU yang telah memberikan begitu banyak kesempatan dan pengalaman berharga kepada penulis untuk mengembangkan diri selama 4 tahun lamanya. Menjadi rumah kedua bagi penulis, dan menerima penulis layaknya seorang anggota keluarga.

17. Terima kasih kepada masa lalu dan tokohnya yang tidak selalu menyenangkan saat dikenang. Namun seiring waktu berjalan, kalian pulalah yang membentuk penulis menjadi orang yang lebih kuat dan sabar dalam menghadapi hal-hal ajaib yang mungkin akan terjadi di masa depan nanti. Terima kasih telah memenuhi tugas dan peran sebagai pemberi luka tanpa tanggung jawab. Semoga kita bisa sama-sama belajar di kehidupan berikutnya.
18. Terakhir terima kasih kepada pihak-pihak yang turut berpengaruh dalam penulisan, maupun kehidupan penulis yang tidak mungkin bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah Swt. senantiasa menanungi kita dengan keridhaan-Nya.

Penulis telah berupaya menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Namun penulis juga menyadari betul terdapat begitu banyak kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis membutuhkan saran dan kritik untuk menyempurnakan penulisan ini. Demikianlah penulisan ini diselesaikan, semoga mampu menjadi sebab datangnya manfaat bagi kita pembaca, dan seluruh ummat pada umumnya.

Tanjungpura, 8 Agustus 2020
Penulis,

Ummu Nadhiroh

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara multikultural terbesar di dunia. Multikultural sendiri adalah wacana yang memberikan pengakuan atas adanya banyak kelompok etnis dengan budaya yang berbeda dalam suatu wilayah atau negara. Multikultural memaknai perbedaan sebagai suatu kerangka kerja yang ada di dalamnya untuk menghargai banyak kelompok narasi atau kelompok yang memiliki sifat khas tentang pengalaman mereka. Kerangka kerja atau pandangan yang memberikan pengakuan terhadap adanya berbagai etnis dengan kebudayaannya masing-masing dan memberikan kerangka berpikir yang bersifat toleran terhadap berbagai perbedaan di antara mereka yang tinggal pada suatu negara.¹

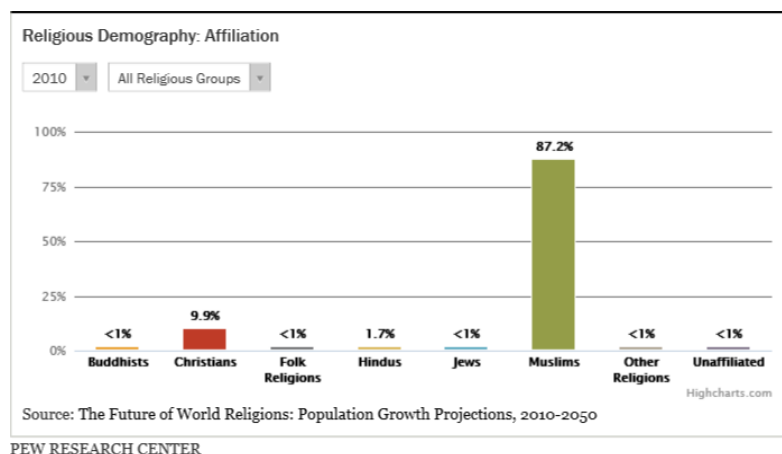
Kondisi multikultural yang sudah sejak lama melekat ini menggiring masyarakat Indonesia pada tingkat toleransi yang cukup tinggi, dimana bukan hanya terdapat perbedaan suku dan etnis budaya, namun juga agama, pandangan hidup dan lain sebagainya.

Selain sebagai salah satu negara multikultural terbesar di dunia, Indonesia juga merupakan negara dengan penduduk mayoritas Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data *globalreligiousfutures* dari laman resminya, jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam pada tahun 2010 adalah sebanyak 239,87 juta jiwa atau setara dengan 87,2% dari jumlah seluruh penduduk Indonesia. Pada tahun 2020 diprediksi bahwa penduduk beragama Islam di Indonesia akan mencapai 229,62 juta jiwa, dengan persentase yang menyusut menjadi 87%.²

Berikut ini adalah tampilan grafik populasi penduduk Muslim di Indonesia dari laman *globalreligiousfutures*.

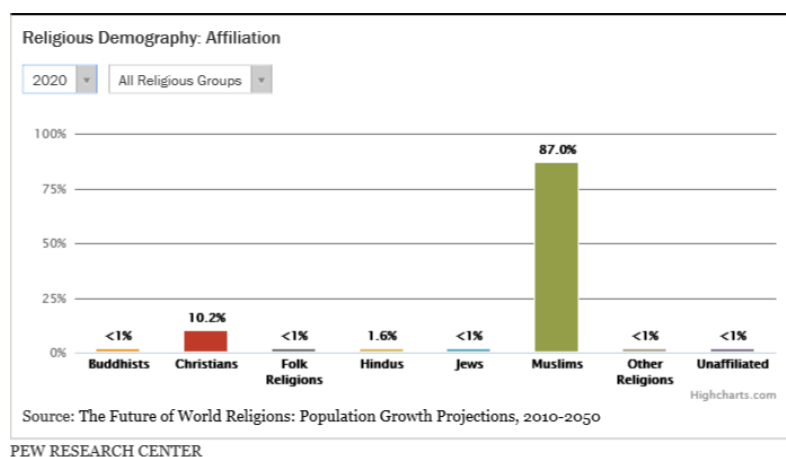
¹Andreas Soeroso, *Sosiologi 2* (t.t.p: Quadra, 2008), h. 129

²Global Religious Futures, "Religious Demography Affiliation", <http://globalreligiousfutures.org>. Diakses pada 25 November 2019



Gambar 1. Populasi Muslim Indonesia Tahun 2010

Sumber: globalreligiousfutures



Gambar 2. Populasi Muslim Indonesia Tahun 2020

Sumber: globalreligiousfutures

Besarnya kuantitas penduduk bergama Islam di Indonesia turut mendorong pertumbuhan kebutuhan akan konsumsi produk makanan halal. Bukan hanya di Indonesia, permintaan produk makanan halal di kawasan Asia seperti di Jepang juga mengalami peningkatan, begitu juga dengan produk halal lainnya seperti kosmetik yang permintaannya meningkat secara signifikan. Demikian juga halnya di wilayah Eropa seperti di Prancis. Pertumbuhan penduduk Muslim yang pesat secara linear mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal. Hal ini

dapat dilihat dari permintaan produk halal di pasar Eropa yang meningkat 15% per tahun sejak 2003 yang saat itu bernilai 15 milyar Euro.³

Di wilayah Sumatera Utara sendiri jumlah penduduk keseluruhan pada tahun 2018 berdasarkan perhitungan Badan Pusat Statistik adalah berjumlah 14,42 juta jiwa, dengan 65% diantaranya merupakan penduduk beragama Islam. artinya, kebutuhan akan konsumsi produk pangan halal berbanding lurus dengan besarnya jumlah penduduk Muslim yang ada di Sumatera Utara, khususnya di Kota Medan sebagai wilayah dengan populasi penduduk terbanyak mencapai 2,3 juta jiwa.⁴

Sebagaimana yang telah diketahui, mengkonsumsi makanan halal menjadi ketentuan pemilihan pangan yang harus sangat diperhatikan oleh orang Islam. Salah satu produk pangan yang terus dikonsumsi masyarakat secara umum adalah daging. Terlebih bagi masyarakat Muslim, konsumsi daging sendiri memiliki tren naik ketika memasuki bulan Ramadhan dan Idul Fitri. Artinya, permintaan terhadap daging akan meningkat menjelang waktu-waktu tertentu.

Dalam memenuhi kebutuhan daging sapi nasional, Indonesia baru mampu menghasilkan 70% dari peternakan lokal, sedangkan 30% diperoleh melalui impor. Tingkat permintaan daging sapi terus menerus meningkat dan tidak seimbang dengan pasokan daging sapi lokal. Akhirnya, pemerintah melakukan kebijakan dengan mengimpor sapi bakalan.

Volume impor daging sapi setiap tahun mengalami fluktuasi. Sementara itu pemenuhan akan kebutuhan selalu negatif, artinya jumlah permintaan lebih tinggi dari pada produksi daging sapi. Karena semakin besarnya populasi yang diikuti permintaan yang semakin tinggi maka pemerintah harus turun tangan dalam pemenuhan akan daging sapi tersebut.⁵ Besaran volume daging impor di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik hingga Mei 2019 mencapai 73,5 ribu ton daging impor.⁶

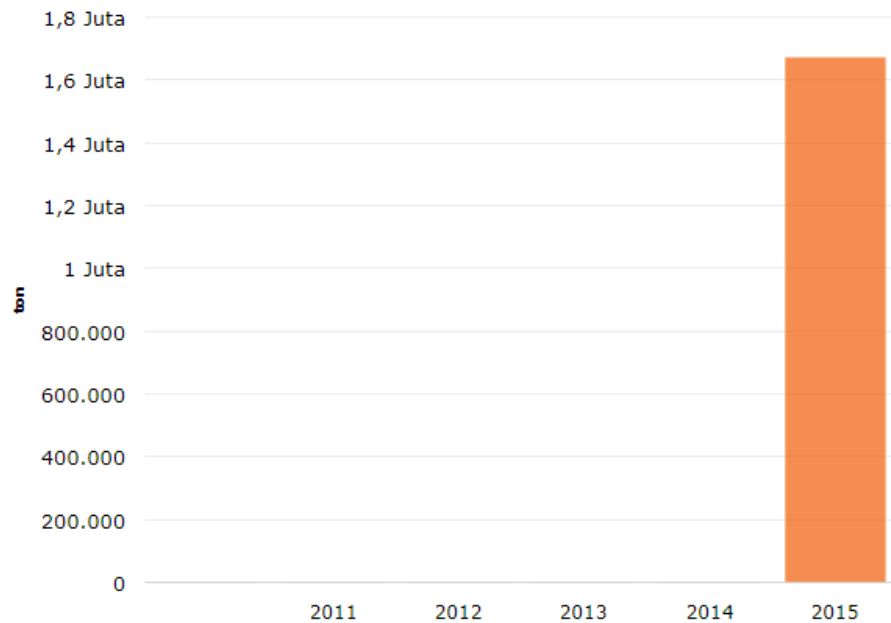
³Aan Nasrullah, "Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha di Indonesia" dalam E-Journal *At-Tahzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, VI (1): 50-78, Juni 2018, <http://ejournal.kopertais4.or.id>. h. 54

⁴Badan Pusat Statistik 2019

⁵Devi Usmawati, *et. al.*, *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi di Provinsi Sumatera Utara* (t.t.p.: t.p., t.t.) h. 3

⁶Badan Pusat Statistik 2019

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, jumlah konsumsi daging sapi di Sumatera Utara pada tahun 2015 mencapai 1,7 juta ton seperti gambar berikut.



Gambar 3. Konsumsi Daging Sapi Impor Provinsi Sumatera Utara Tahun 2015

Sumber: databoks

Terkait dengan semakin meningkatnya konsumsi daging impor berdasarkan data di atas, yang tentu saja dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Muslim, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Permendag) No. 59 Tahun 2016. Dalam pasal 16 ayat 1 disebutkan bahwa produk hewan yang diimpor wajib dicantumkan Label di dalam dan/atau pada Kemasan pada saat diperdagangkan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selanjutnya, pencantuman Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan cara ditulis atau dicetak dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang jelas dan mudah dimengerti, serta memuat paling sedikit keterangan mengenai:

1. Nama produk;

2. Daftar bahan yang digunakan;
3. Berat bersih atau isi bersih;
4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
5. Kehalalan bagi yang dipersyaratkan;
6. Tanggal dan kode produksi;
7. Tanggal, Bulan, dan tahun kadaluarsa; dan
8. Asal usul bahan pangan tertentu.

Dalam ayat (4) juga disebutkan bahwa pencantuman label dilakukan sedemikian rupa, sehingga tidak lepas dari kemasan, tidak mudah luntur atau rusak, serta mudah dilihat dan dibaca. Oleh karena ketentuan di atas, perusahaan pengimpor daging haruslah mendaftarkan produknya agar memperoleh label halal setelah lulus sertifikasi halal terlebih dahulu.

Adanya penetapan peraturan ini menjadi hal yang sangat berarti khususnya bagi konsumen daging impor Muslim. Sebab, hak-hak konsumen Muslim akan dijamin oleh pemerintah dalam aturan legal yang berlaku. Selain itu secara umum, makanan yang halal pasti terjamin mutu dan kesehatannya. Maka tidak heran bila konsumsi makanan halal mampu menjadi tren global. Dikutip dari laman resmi Republika, berdasarkan laporan ekonomi Islam global tahun lalu, pasar halal global diperkirakan bernilai 3,7 triliun dolar AS pada tahun 2019. Dan berdasarkan laporan yang sama, Muslim Indonesia menjadi pasar utama konsumsi makanan halal dengan pasar senilai 190 milyar dolar AS. Disusul Turki dengan 168 milyar dolar AS, dan Pakistan sebesar 108 milyar dolar AS.⁷

Melihat geliat pertumbuhan pasar halal global menggambarkan bahwa konsumen memiliki pandangan dan kepedulian positif terhadap sertifikasi halal. Bahwasanya, sertifikasi halal bukan hanya sekedar label halal, namun juga menjadi jaminan kualitas baik yang dikandung makanan tersebut dari segi kesehatan.

Namun, pada bulan September lalu, sertifikasi halal daging impor menjadi topik yang sangat ramai dibincangkan. Pasalnya, dikeluarkannya Peraturan

⁷Qommarria Ristanti, "Makanan Halal Kini Jadi Kebutuhan Non Muslim Pula", <https://www.republika.co.id>. Diakses pada 18 Desember 2019

Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2019, dimana dalam aturan ini Kementerian Perdagangan tidak mencantumkan adanya aturan labelisasi halal dalam produk impor daging yang masuk ke Indonesia, sebagaimana yang pernah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 59 Tahun 2016 lalu.

Hal ini memicu persepsi dalam kalangan masyarakat bahwa daging impor yang masuk ke Indonesia nantinya tidak harus mencantumkan label halal dalam kemasan produknya. Hilangnya ketentuan sertifikasi halal daging impor ini juga menjadi kekhawatiran tersendiri bagi konsumen Muslim khususnya. Hal ini juga dapat membatasi jaminan pemenuhan hak-hak konsumen terhadap makanan halal yang merupakan salah satu kewajiban pemerintah terhadap masyarakat. Terlebih lagi, Indonesia merupakan salah satu sasaran pangsa pasar terbesar bagi pemasaran produk halal secara global.

Melihat betapa pentingnya jaminan halal produk impor dan besarnya respon masyarakat Muslim terkait Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2019 ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, *“Analisis Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari’ah di Kota Medan.”*

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang mungkin muncul dalam penelitian ini. Berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian ini.

1. Adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2019 yang tidak mencantumkan secara langsung pasal mengenai aturan label halal sebagaimana yang pernah dicantumkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 59 Tahun 2016 menimbulkan keresahan dalam kalangan masyarakat, khususnya masyarakat Muslim.
2. Meningkatnya jumlah temuan daging impor ilegal saat tingkat konsumsi daging impor terus meningkat menimbulkan kekhawatiran di kalangan konsumen Muslim, sehingga pemerintah harus meningkatkan jaminan hak konsumen untuk memperoleh daging impor yang telah tersertifikasi halal.

3. Adanya anggapan bahwa semua daging sapi adalah halal tentu tidak sesuai dengan tuntunan syari'at karena telah mengabaikan beberapa pertimbangan seperti cara sembelihan dan lain sebagainya, sehingga konsumen sangat bergantung pada keautentikan jaminan halal produk yang dikeluarkan pemerintah.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen tentang label halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan?

D. Tujuan Masalah

Adapun tujuan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen tentang label halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat untuk Peneliti

Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap label halal daging impor, dan selanjutnya bagaimana konsumen mampu bereaksi terhadap persepsi tersebut.

2. Manfaat untuk Konsumen

Adapun manfaat penelitian ini bagi konsumen adalah untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen Muslim oleh pemerintah secara resmi.

3. Manfaat untuk Pemerintah

Adapun manfaat penelitian ini bagi pemerintah adalah untuk menjadi referensi mengenai pembuatan kebijakan yang terkait dengan pemenuhan hak-hak konsumen di Kota Medan secara khusus, dan di Indonesia pada umumnya.

4. Manfaat untuk Peneliti Berikutnya

Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti berikutnya adalah untuk menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan dan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.¹

Pride dan Ferrel mengemukakan bahwa persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Menurut Desirato, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi dapat dikatakan sebagai pemberian makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sedangkan menurut Joseph A. Devito, persepsi adalah “proses menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indra kita”.²

Stanton mengemukakan sebuah definisi bahwa “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita petalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indra.” Lalu Abkins dan Coney juga menyebutkan hal senada, bahwa “persepsi adalah proses bagaimana stimulasi itu diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan”.³

Individu mungkin memandang pada satu benda yang sama tetapi mempersepsikannya secara berbeda. Menurut Kotler dan Keller, persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Proses

¹KBBI, <http://kbbi.web.id>. Diakses pada 18 Desember 2019

²Jonathan Sarwono, *Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 21

³Yossie Rossanty, *et. al.*, *Consumer Behavior in Era Millennial*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), h. 84

persepsi bukan hanya proses psikologi semata, tetapi diawali dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi.⁴

Sensasi dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul.⁵

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kita dibentuk oleh beberapa hal sebagai berikut.

- 1) Karakteristik dan stimuli
- 2) Hubungan stimuli dengan sekelilingnya
- 3) Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri

Hal-hal di atas timbul disebabkan adanya keterlibatan yang akhirnya menimbulkan sensasi dan mempengaruhi persepsi. Konsep keterlibatan sendiri sangat berarti untuk menjelaskan perilaku konsumen. Istilah ini pertama kali dipopulerkan dalam lingkungan pemasaran oleh Krugman pada tahun 1965 dan mampu membangkitkan minat yang besar pada saat itu.

Berkaitan dengan hal ini, menurut McKechnie, keterlibatan adalah tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan dan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi yang spesifik hingga jangkauan kehadirannya, konsumen bertindak dengan sengaja untuk meminimalkan resiko dan memaksimalkan manfaat yang diperoleh dari pembelian dan pemakaian.

Peter dan Olson membagi jenis keterlibatan menjadi dua yaitu keterlibatan situasional (*situational involvement*) dan keterlibatan abadi (*enduring involvement*).

1. Keterlibatan situasional, terjadi selama periode waktu yang pendek dan diasosiasikan dengan situasi yang spesifik, seperti kebutuhan untuk mengganti sebuah produk yang telah rusak (misalnya, kendaraan bermotor).

⁴Muhammad Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 80

⁵Rossanty, *et. al.*, *Consumer Behavior*, h. 84

2. Keterlibatan abadi, terjadi ketika konsumen menunjukkan minat yang tinggi dan konsisten terhadap sebuah produk dan seringkali menghabiskan waktunya untuk memikirkan produk tersebut.

Ada empat macam dimensi keterlibatan yang telah diidentifikasi, yaitu:

1. Pentingnya ekspresi diri: produk-produk yang membantu orang untuk mengekspresikan konsep diri mereka kepada orang lain, contohnya konsumen membeli sedan mewah untuk menunjukkan situasi mereka pada lingkungannya.
2. Pentingnya hedonisme: produk-produk yang dapat menyenangkan, menarik, menggembarakan, mempesona dan menggairahkan, contohnya seorang konsumen membeli baju mewah di butik terkenal, sedangkan konsumen lain membeli perhiasan yang sangat mahal, padahal perhiasan itu hanya untuk koleksi pribadi dan tidak akan dipakai.
3. Relevansi praktis: produk-produk yang mendasar atau bermanfaat untuk alasan yang berfaedah, contohnya pulpen dan buku adalah barang-barang yang diperlukan oleh seorang pelajar atau mahasiswa.
4. Resiko pembelian: produk-produk yang menciptakan ketidakpastian. Dalam jenis ini, pilihan yang buruk pasti akan sangat mengganggu pembeli.

Keempat dimensi keterlibatan di atas turut mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dibeli atau digunakan oleh konsumen.

Selanjutnya, tingkatan keterlibatan konsumen dalam membentuk persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan ditentukan oleh jenis pengetahuan akhir yang diartikan pada suatu situasi. Tingkat keterlibatan relevansi pribadi konsumen tergantung pada dua aspek rantai akhir yang diaktifkan, yaitu (1) pentingnya atau relevansi produk bagi konsumen dan (2)

kekuatan hubungan antara tingkatan pengetahuan produk dan tingkatan pengetahuan pribadi.⁶

Oleh karena hal-hal di atas, persepsi dapat bernilai negatif dan positif. Jika konsumen memiliki kesan positif terhadap produk yang ditawarkan perusahaan maka hal tersebut akan menghasilkan persepsi positif, begitu pula sebaliknya. Persepsi dalam diri seseorang sangat dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, persepsi secara substansial dapat sangat berbeda dengan kenyataan atau realitas sebenarnya.

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya yang subjektif mengenai realitas, sehingga apa yang dilakukan seorang konsumen merupakan reaksi terhadap persepsi subjektifnya, bukan berdasarkan realitas yang objektif. Jika seorang konsumen berpikir mengenai realitas, itu bukanlah realitas yang sebenarnya, tetapi merupakan pikirannya mengenai realitas yang akan memengaruhi tindakan, seperti keputusan pembeli.⁷

Hal ini juga senada dengan yang diungkapkan Muhammad Anang Firmansyah, bahwa penilaian seorang konsumen terhadap terhadap kualitas produk yang diterima didasarkan pada persepsi konsumen terhadap produk tersebut, bukan berdasarkan kriteria objektif yang menakdirkan seperti apa dan seharusnya produk diberikan. Realitas objektif dari suatu produk atau jasa adalah terlalu penting, yang penting adalah persepsi atau pandangan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.⁸

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Walgito, ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut.

1) Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, saraf atau pusat

⁶*Ibid*, h. 84

⁷Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam ed. 1*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 91-92

⁸Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, h. 80

susunan saraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu.

2) Faktor Eksternal

Faktor ini digunakan untuk objek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

- a) Ukuran dan penempatan dari objek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu objek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu objek individu akan mudah untuk perhatian yang pada gilirannya membentuk persepsi.
- b) Warna dari objek-objek. Objek-objek yang mempunyai cahaya lebih banyak akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c) Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- d) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Intensitas dan kekuatan dari stimulus memberi makna bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu objek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- e) *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap objek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan objek yang lain.⁹

⁹Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), h. 54

Sedangkan menurut Vincent Gaspers, ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen, yaitu sebagai berikut.

- 1) Kebutuhan dan keinginan, yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi konsumen akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu (terdahulu), ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, di mana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi konsumen terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- 4) Komunikasi dan pemasaran, juga mempengaruhi persepsi konsumen. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seyogianya tidak membuat kampanye berlebihan melewati tingkat ekspektasi konsumen. Kampanye yang berlebihan serta secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen akan member dampak negatif terhadap persepsi konsumen tentang produk itu.¹⁰

Untuk menimbulkan persepsi, terlebih dahulu konsumen harus menyadari atau memperhatikan suatu produk. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Menurut Notoatmodjo ada banyak faktor yang akan menyebabkan stimulus masuk dalam rentang perhatian seseorang. Faktor tersebut dibagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersepsikan stimulus tersebut.¹¹

1) Faktor Eksternal

¹⁰Vincent Gaspers, *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 118

¹¹Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h. 56

- a) Kontras
Cara termudah dalam menarik perhatian adalah dengan membuatkontras baik warna, ukuran, bentuk atau gerakan.
 - a) Perubahan Intensitas
Suara yang berubah dari pelan menjadi keras, atau cahaya yang berubah dengan intensitas tinggi akan menarik perhatian seseorang.
 - b) Pengulangan (*Repetition*)
Dengan pengulangan, walaupun pada mulanya stimulus tersebut tidak termasuk dalam rentang perhatian kita, maka akan mendapat perhatian kita.
 - c) Sesuatu yang Baru (*Novelty*)
Suatu stimulus yang baru akan lebih menarik perhatian kita daripada sesuatu yang telah kita ketahui.
 - d) Sesuatu yang Menjadi Perhatian Orang Banyak
Suatu stimulus yang menjadi perhatian orang banyak akan menarik perhatian seseorang.
- 2) Faktor Internal
- a) Pengalaman atau Pengetahuan
Pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki seseorang merupakan faktor yang sangat berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang kita peroleh. Pengalaman masa lalu atau apa yang telahdipelajari akan menyebabkan terjadinya perbedaan interpretasi.
 - b) Minat, yakni keinginan terhadap sesuatu.
 - c) Harapan (*Expectation*)
Harapan terhadap sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap stimulus.
 - d) Kebutuhan
Kebutuhan ini nantinya akan menyebabkan seseorang menginterpretasikan stimulus secara berbeda.
 - e) Motivasi

Motivasi akan mempengaruhi persepsi seseorang. Misalnya, seseorang yang termotivasi untuk menjaga kesehatannya akan menginterpretasikan rokok sebagai sesuatu yang negatif.

f) Emosi

Emosi seseorang akan mempengaruhi persepsinya terhadap stimulus yang ada. Misalnya seseorang yang sedang jatuh cinta akan mempersepsikan semuanya serba indah.

g) Budaya

Seseorang dengan latar belakang budaya yang sama akan menginterpretasikan orang-orang dalam kelompoknya secara berbeda, namun akan mempersepsikan orang-orang di luar kelompoknya sebagai sama saja.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama.

Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya. Begitu juga dengan analisis tentang persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan.

c. Proses Persepsi

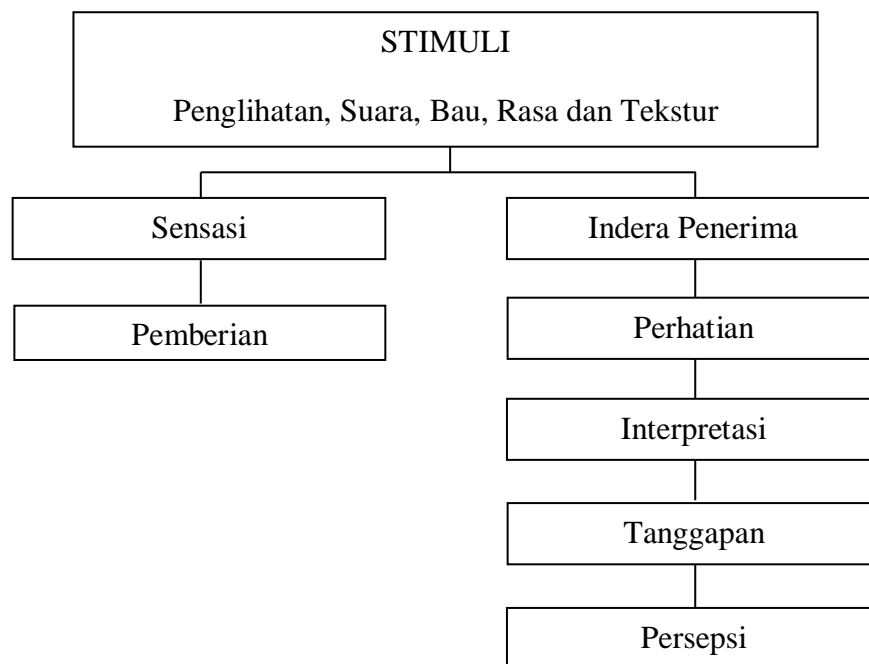
Proses persepsi mencakup seleksi, organisasi, dan interpretasi perseptual. Ketiga hal tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1) Seleksi Perseptual. Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis (*psychological set*) yang dimiliki. Set psikologis adalah berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen.

2) Organisasi perseptual. Organisasi perseptual (*perceptual organization*) berarti konsumen mengelompokkan informasi dan berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Prinsip-prinsip penting dalam integrasi persepsi adalah penutupan (*closure*), pengelompokan (*grouping*), dan konteks (*context*).

3) Penutupan. Prinsip penutupan paling cocok dipakai untuk merk produk yang cukup dikenal oleh para konsumen¹².

Kotler¹³ menggambarkan proses persepsi seperti di bawah ini.



Gambar 4. Proses Persepsi

¹²Rossanty, *et. al.*, *Consumer Behavior*, h. 93

¹³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Ed. XIII*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 184

d. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian *consumer* dan *consument* ini hanya bergantung dimana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.

Pengertian konsumen yang berasal dari *consumer* berarti pemakai, namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakaian produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.¹⁴

Sementara itu Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing* mengatakan bahwa konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”¹⁵

Dalam perspektif ekonomi Islam, menurut Muhammad Abdul Mannan konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan (yakni: mekan daging babi, minum-minuman keras, mengenakan pakaian sutera dan cincin emas untuk pria, dan seterusnya). Namun demikian, pengertian konsumen di atas bukanlah sebuah rumusan dari pengertian

¹⁴Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 7

¹⁵Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Kencana, 2018), h. 6-7

konsumen namun menggambarkan secara sederhana mengenai perilaku yang harus dipatuhi oleh konsumen itu sendiri.¹⁶

2. Labelisasi Halal

Sebelum membahas mengenai ketentuan sertifikasi dan labelisasi halal, peneliti akan menjelaskan pentingnya jaminan makanan halal dilihat dari perspektif ekonomi syari'ah.

Dalam perkara *syari'ah* (ritual penyembahan kepada Allah SWT) yang sangat sedikit porsinya dalam kehidupan manusia baik waktu maupun intensitasnya, pengaturan tata caranya sangatlah kaku dan seragam, disebabkan *pertama*, hak Allah SWT untuk disembah dengan cara yang Ia kehendaki. *Kedua*, ketertiban dan keindahan yang dibentuk oleh keseragaman dan kerapian tatacara ritual tersebut. *Ketiga*, kompleksitas perkembangan kehidupan manusia dari zaman ke zaman yang terus menerus berubah tidak akan memberikan pengaruh yang besar pada tata cara ritual tersebut.

Namun, dalam perkara *ghairu syari'ah* (non-ritual) misalnya muamalah, aturan-aturannya menjadi lebih longgar karena *pertama*, hak Allah SWT untuk mengatur *mu'amalah* antara sesama manusia dengan cara yang Ia kehendaki. *Kedua*, tatacara *mua'malah* amatlah beragam, alamiah dan dinamis, kekakuan malah akan membuat *mu'amalah* menjadi suram, kaku, statis dan tidak berkembang. *Ketiga*, kompleksitas perkembangan kehidupan manusia dari zaman ke zaman yang terus menerus berubah memberikan pengaruh yang besar pada perkara *mu'amalah*.¹⁷

Misalnya dalam hal jual beli berbagai komoditas. Pada zaman dahulu, kegiatan transaksi hanyalah berbentuk barter. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan berbagai masalah dalam transaksi yang menjadi semakin kompleks, kedudukan barter digeser saat pemerintah mulai mencari cara untuk menghadirkan alat tukar sebagai alat transaksi yang lebih adil dan seimbang, serta

¹⁶ *Ibid*

¹⁷Chandra Natadipurba, *Ekonomi Islam 101*, (Bandung: Mobidelta Indonesia, 2016), hlm.

lebih efektif dari barter. Maka terciptalah sistem transaksi dengan menggunakan emas sebagai alat tukar.

Penggunaan emas sebagai alat tukar menimbulkan adanya mata uang emas yang disebut dengan dinar dan mata uang perak yang disebut dengan dirham. Lalu seiring berjalannya waktu, ketika persediaan emas mulai menipis maka pemerintah mulai mencari solusi untuk menghadirkan mata uang yang lebih efisien dan mudah dibawa kemana-mana, serta memiliki pecahan-pecahan kecil. Maka dibuatlah mata uang yang terbuat dari logam dan kertas seperti yang kita gunakan sekarang ini.

Artinya Islam tidak menutup diri akan adanya inovasi dalam melakukan transaksi, selama inovasi tersebut tidak bertentangan dengan syari'at Islam. dalam hal transaksi, Islam mengharuskan adanya kejelasan rukun akad yang terdiri dari pelaku akad (penjual dan pembeli), apa yang dilakukan (jual beli dengan atau tanpa pengiriman), objek yang diperjualbelikan sedapat mungkin harus jelas baik dari segi kondisi objek sampai pada status kehalalan objek tersebut, termasuk juga harga, syarat dan sebagainya.

Allah SWT berfirman dalam Alqur'an surah al-Maidah/5:88 sebagai berikut.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”*¹⁸

Dalam Alqur'an surah al-Baqarah/2:168 Allah Swt. juga berfirman:

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

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*¹⁹

¹⁸Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2013), h. 122

¹⁹*Ibid*, h. 25

Maksud kata *makanlah* dalam ayat diatas menggambarkan konsumsi manusia yang bukan hanya mencakup memakan makanan, tetapi juga termasuk mengkonsumsi berbagai jenis komoditas yang tersedia.

Kedudukan mengkonsumsi sesuatu yang halal berdasarkan ayat tersebut adalah wajib menurut tinjauan ilmu *uṣul fiqh* karena perintah dalam ayat tersebut berbentuk *amr*. Dalam kaidah *uṣul fiqh*, kaidah *amr* berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْأَمْرِ لِلْوَجُوبِ

*Asal perintah adalah wajib.*²⁰

Berdasarkan kaidah tersebut, maka mengkonsumsi komoditas halal adalah wajib bagi setiap Muslim, sebagaimana yang sudah disepakati oleh jumhur ulama. Selain mengkonsumsi komoditas halal, umat Muslim juga harus mengkonsumsi komoditas yang mengandung nilai *ṭayyiban*. Para ulama menafsirkan *ṭayyib* sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan²¹.

Setelah membahas tentang pentingnya aspek kehalalan bagi konsumen khususnya Muslim, maka selanjutnya yang akan dibahas adalah pengertian dari halal itu sendiri.

Kata halal yang akar katanya berasal dari bahasa Arab *Ḥa-la-la*, memiliki makna yang beragam. Makna dasarnya adalah melepas ikatan. Termasuk arti kata halal membebaskan, memecahkan, membubarkan dan membolehkan.

Dalam Ensiklopedi Hukum Islam, kata halal diterjemahkan ke dalam tiga makna. *Pertama*, sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum karena menggunakannya. *Kedua*, sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, karena ia dibenarkan oleh *syara'*. *Ketiga*, sesuatu yang mubah dan jaiz. Kebalikannya haram itu sendiri umum bermakna sesuatu yang dilarang.²²

²⁰Kartini, "Penerapan Al-Amr, Al-Nahy, dan Al-Ibahah sebagai Kaidah Penetapan Hukum", dalam *Jurnal al-'Adl*, IX (1), Januari 2016, h. 26

²¹Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara", dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, I (4), Maret 2013, h. 50

²²Azhari Akmal Tarigan, *Etika dan Spiritualitas Bisnis*, (Medan: IAIN Press, 2016), h. 89

Yusuf Qardhawi, seorang ulama Mesir telah menyusun kaidah mengenai halal haram dalam Islam. Halal ialah sesuatu yang dengannya terurailah tali yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan. Haram adalah sesuatu yang Allah melarang untuk dilakukan dengan tegas. Beliau menyebutkan kaidah halal dan haram tersebut adalah sebagai berikut.

- a) Pada dasarnya semua hal itu diperbolehkan
- b) Menghalalkan dan mengharamkan sesuatu hanyalah milik Allah
- c) Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram sama dengan perbuatan syirik
- d) Larangan atas sesuatu dikarenakan keburukan dan bahayanya
- e) Yang halal mencukupi kebutuhan manusia, yang haram tidak berguna
- f) Apapun yang menyebabkan kepada yang haram, termasuk haram
- g) Menyiasati yang haram, hukumnya haram
- h) Niat baik tidak dapat membatalkan yang haram
- i) Hal yang meragukan harus dijauhi
- j) Hal yang haram dilarang bagi semua manusia tanpa kecuali
- k) Hal yang haram diperbolehkan dalam keadaan darurat²³

Sedangkan penggolongan objek haram dapat dijelaskan dalam penjelasan sebagai berikut.

- a) Haram secara tegas di dalam Alqur'an dan Sunnah. Zat yang haram secara jelas dalam Alqur'an dan Sunnah seperti babi, darah, bangkai, minuman keras dan sembelihan yang disembelih tidak dengan mengucap nama Allah.
- b) Haram kandungan zatnya. Zat yang haram secara karena zat kandungannya haram. Misalnya, minyak babi baik yang terdapat dalam penyedap rasa maupun kosmetik.
- c) Haram perolehannya. Haram karena perolehannya dilarang seperti pendapatan yang diperoleh dari pelacuran, perjudian dan penjualan minuman keras.

²³Natadipurba, *Ekonomi Islam 101*, h.238

- d) Haram akibat *saaduuudz dzari'ah* (sarana bagi mudharat). Haram karena zat akan menjadi sarana bagi mudharat, seperti pembuat kosmetik yang mengandung bahan najis dan berbahaya bagi tubuh.

Berhubungan dengan penelitian ini, peneliti menilai penting untuk mengkaji persoalan status dan kepastian hukum daging impor yang dimasukkan ke pasar Indonesia. Produk daging impor yang masuk ke Indonesia harus dijamin memenuhi kriteria halal dan tidak terpapar kriteria haram sebagaimana yang telah dikemukakan di atas.

Untuk memudahkan konsumen Muslim untuk mengidentifikasi kehalalan daging impor, maka Majelis Ulama Indonesia membentuk Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika yang fungsi utamanya adalah untuk melakukan pengkajian dan keputusan apakah suatu produk halal atau tidak melalui proses sertifikasi. Selanjutnya, produk pangan yang telah lolos sertifikasi halal akan diberikan label halal pada kemasan produknya.

a. Sertifikasi Halal

Sertifikasi Halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan SJH memenuhi standar LPPOM MUI.

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI²⁴.

1) Ketentuan Sertifikasi Halal

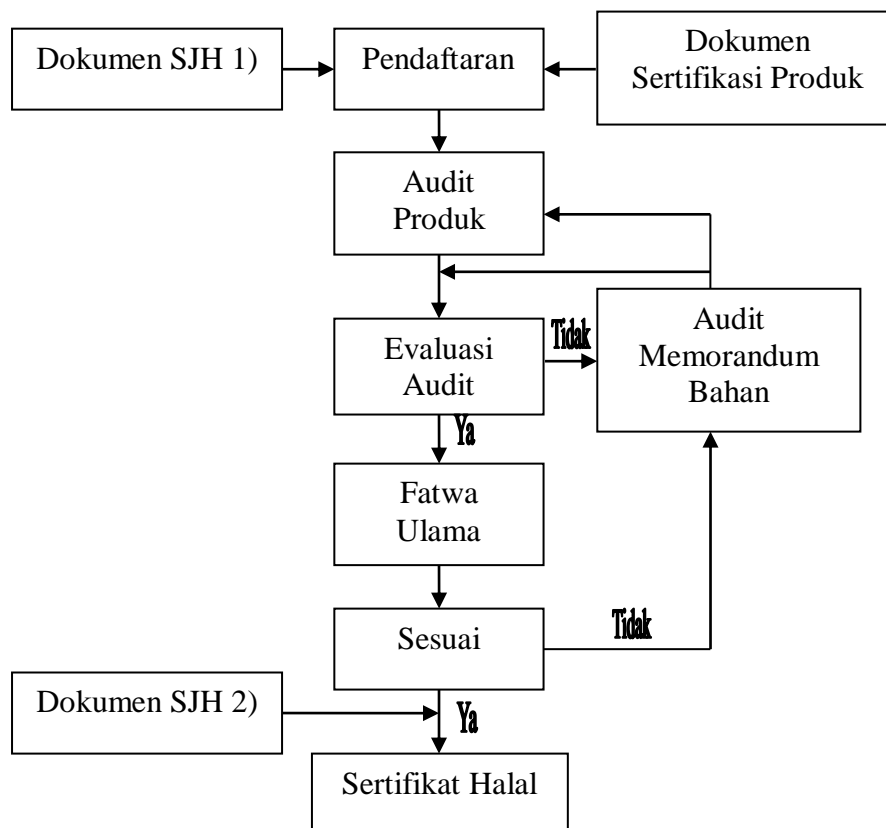
Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan wadah musyawarah para ulama dan cendekiawan muslim dipandang sebagai lembaga paling berkompeten dalam pemberian jawaban masalah sosial keagamaan yang senantiasa timbul dihadapi masyarakat Indonesia. Hal ini mengingat bahwa lembaga ini merupakan wadah bagi semua umat Islam Indonesia yang beraneka ragam kecenderungan dan madzhabnya, oleh karena itu fatwa yang dikeluarkan

²⁴Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LP-POM MUI*, <http://www.halalmui.org>. Diunduh pada Desember 2019

oleh MUI diharapkan dapat diterima oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat, serta diharapkan pula dapat menjadi acuan pemerintah dalam pengambilan kebijaksanaan. Salah satu wujud nyata dari upaya MUI adalah dengan dibentuknya Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Fungsi dari lembaga ini adalah melakukan penelitian, audit dan pengkajian secara seksama dan menyeluruh terhadap produk-produk olahan. Hasil penelitiannya kemudian dibawa ke komisi fatwa untuk membahas dalam sidang komisi dan kemudian difatwakan hukumnya, yakni fatwa halal, jika sudah diyakini bahwa produk bersangkutan tidak mengandung unsur-unsur bendabendaharam atau najis.²⁵

2) Proses Sertifikasi Halal

Proses sertifikasi halal dapat dilihat pada diagram berikut ini²⁶.



Gambar 5. Diagram Alir Proses Sertifikasi Halal

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 97

²⁶Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum*, h. 11

Keterangan:

Pada diagram alir (Gambar 5) pengertian dokumen SJH adalah sebagai berikut:

- a) Untuk perusahaan baru yang belum memiliki SH MUI, Dokumen SJH yang dibutuhkan adalah:
- b) Dokumen SJH 1) berupa surat pernyataan di atas materai bahwa perusahaan bersedia menyerahkan Manual SJH Standard paling lambat 6 bulan setelah terbitnya SH.
- c) Dokumen SJH 2) berupa Manual SJH minimum yang terdiri dari klausul kebijakan halal, struktur manajemen halal dan ruang lingkup penerapan SJH.

Untuk perusahaan yang telah memiliki SH MUI namun audit implementasi SJH belum dilakukan, Dokumen SJH yang dibutuhkan adalah:

- a) Dokumen SJH 1) berupa Manual SJH Minimum terdiri dari: klausul kebijakan halal, struktur manajemen halal dan ruang lingkup penerapan SJH.
- b) Dokumen SJH 2) berupa Manual SJH Standar terdiri dari:
 - 1) Informasi Dasar Perusahaan
 - 2) Kendali Dokumen
 - 3) Tujuan Penerapan
 - 4) Ruang Lingkup Penerapan
 - 5) Kebijakan Halal
 - 6) Panduan Halal
 - 7) Struktur Manajemen Halal
 - 8) Standard Operating Procedures (SOP)
 - 9) Acuan Teknis
 - 10) Sistem Administrasi
 - 11) Sistem Dokumentasi
 - 12) Sosialisasi
 - 13) Pelatihan
 - 14) Komunikasi Internal dan Eksternal

- 15) Audit Internal
- 16) Tindakan Perbaikan
- 17) Kaji Ulang Manajemen

Untuk perusahaan yang telah mendapatkan status SJH minimal B (cukup) dan akan memperpanjang masa berlaku SH-nya, Dokumen SJH yang dibutuhkan adalah:

- a) Dokumen SJH 1) berupa laporan berkala terkini dan Revisi Manual SJH (jika ada) atau copy status SJH minimal B atau Sertifikat SJH.
- b) Dokumen SJH 2) tidak diperlukan.
- c) Ketentuan Administrasi Pengajuan Sertifikasi Halal

Adapun ketentuan administrasi untuk pengajuan sertifikasi halal secara umum adalah sebagai berikut.²⁷ Pertama, Perusahaan yang mengajukan sertifikasi, baik pendaftaran baru, pengembangan (produk/fasilitas) dan perpanjangan, dapat melakukan pendaftaran secara online. Selanjutnya perusahaan mengisi data pendaftaran :status sertifikasi (baru/pengembangan/perpanjangan), data sertifikat halal, status Surat Jaminan Halal (SJH) jika ada dan kelompok produk. Lalu perusahaan membayar biaya pendaftaran dan biaya sertifikasi halal.

Langkah selanjutnya adalah mengisi dokumen yang dipersyaratkan dalam proses pendaftaransesuai dengan status pendaftaran (baru/pengembangan/perpanjangan) dan proses bisnis (industri pengolahan, RPH, restoran, dan industri jasa), diantaranya: Manual SJH, Diagram alir proses produksi,data pabrik, data produk, data bahan dan dokumen bahan yang digunakan, serta data matrix produk.Setelah selesai mengisi dokumen yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya sesuai dengan diagram alir proses sertifikasi halal yang telah dilampirkan di atas.

2. Labelisasi Halal

Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label

²⁷Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum*, h.13

adalah suatu bagian dari suatu produk yang membawa informasi verbal dan merupakan bagian dari kemasan tentang produk. Salah satu label yang tercantum pada produk adalah label halal.

Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan ObatObatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.

Sertifikat Label Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diberikan kepada perusahaan yang mengajukan uji kehalalan produk. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam berdasarkan pengertian di atas, sertifikat halal adalah pernyataan halal suatu produk yang telah lulus uji kriteria kehalalan.²⁸

3. Produk Daging Impor

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk hasil produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan²⁹.

Impor adalah proses mendatangkan barang dari luar negeri masuk ke dalam negeri atau dapat juga dikatakan bahwa impor adalah suatu kegiatan dalam perdagangan dengan cara membeli barang dari luar negeri dikirimkan ke dalam negeri.³⁰

²⁸Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum*, h.16

²⁹Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning and Strategy*, (t.t.p.: Penerbit Qiara Media, 2019), h. 1

³⁰Mey Risa, *Ekspor dan Impor*, (Banjarmasin: Poliban Press, 2018), h. 14

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa daging impor adalah daging hewani mentah yang telah melalui proses penyembelihan sejak sebelum dilakukan proses pengiriman masuk ke dalam negeri.

4. Teori Permintaan dan Penawaran

a) Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam menganalisis permintaan perlu disadari perbedaan antara dua istilah yaitu permintaan dan jumlah barang yang diminta. Permintaan adalah keseluruhan dari kurva permintaan, jadi maksudnya permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotensi yang menyatakan: *makin rendahnya harga suatu barang maka makin banyaknya permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka makin rendahnya permintaan terhadap suatu barang tersebut.*³¹

b) Teori Penawaran

Teori penawaran terutama menumpukkan perhatiannya kepada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Dalam analisis ekonomi, penawaran berarti keseluruhan kurva penawaran. Sedangkan jumlah barang yang ditawarkan berarti jumlah barang yang ditawarkan pada suatu tingkat harga tertentu.

Hukum penawaran adalah sutau pernyataan yang menjelaskan tentang sifat antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang ditawarkan para penjual. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa, *makin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut yang akan ditawarkan*

³¹Imsar, *et. al.*, "Ekonomi Mikro Islam", dalam Diktat (t.t.p.: t.p, 2017), h. 16

oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga sesuatu barang maka semakin sedikit jumlah barang tersebut yang ditawarkan.³²

5. Kriteria Daging Halal dalam Islam

Kata halal dan haram merupakan istilah Alqur'an dan ini digunakan dalam pelbagai tempat dengan konsep berbeda, dan sebagiannya berkaitan dengan makanan dan minuman. Halal secara bahasa menurut sebagian pendapat, berasal dari akar kata *الحل* yang artinya *الاباحة* artinya sesuatu yang dibolehkan menurut syariat.

Al-Jurjani menulis, kata "Halal" berasal dari kata *الحل* yang berarti terbuka. Secara istilah berarti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan.

Dari kalangan ulama kontemporer, menurut Yusuf Qardhawi halal didefinisikan sebagai sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan.³³

Tentang lafadh *ṭayyib* yang disebutkan pada surah al-Baqarah ayat 168, menurut Imam Malik memiliki arti halal, sebagai penguat firman Allah "*Halalan*". Dari pendapat Imam Malik jelas bahwa halal dan *ṭayyib* bertemu dalam satu makna sebagai penguat (*taukid*) perbedaan lafadh.

Menurut Abu Bakr Ibn 'Arabi, "*ṭayyib*" adalah kebalikan dari "*khabits*" yang berarti jelek atau buruk. Kemudian ia menambahkan bahwa pengertian "*ṭayyib*" kembali kepada dua arti. Pertama, sesuatu yang layak bagi jasad atau tubuh yang dirasakan lezatnya. Kedua, sesuatu yang dihalalkan Allah.³⁴

Islam merupakan agama yang sangat detail dalam mengatur konsumsi khususnya yang berkaitan dengan makanan dan minuman. Pada dasarnya Allah SWT telah memberikan gambaran mengenai hewan yang boleh dimakan dan yang tidak boleh dimakan.

³²Imsar, *et. al.*, "Ekonomi Mikro Islam", h. 17

³³Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syari'ah dan Tanggung Jawab Produk atas Produsen Industri Halal", dalam *Jurnal Ahkam*, XVI (2), Juni 2016, h. 292

³⁴*Ibid*, h. 292

Diantara hewan yang halal dimakan karena zatnya adalah seperti hewan ternak (sapi, kerbau, kambing, unta, kuda, dan sejenisnya), kelinci, berbagai jenis unggas seperti ayam, itik, angsa, merpati, dan sebagainya, dan hewan yang hidup di dalam air.

Adapun hewan yang diharamkan adalah sebagai berikut.

- a) Hewan yang diharamkan oleh syara' seperti babi, anjing, binatang buas yang bertaring, dan burung yang berkuku tajam.
- b) Binatang yang diharamkan karena diperintahkan untuk membunuhnya, seperti ular, burung gagak, tikus, anjing buas dan burung elang.
- c) Hewan yang diharamkan karena dilarang untuk membunuhnya seperti semut, lebah, burung hud-hud, dan burung hantu.
- d) Hewan yang diharamkan karena keadaannya menjijikkan, keji dan kotor. Seperti ulat, kutu anjing, kutu busuk, cacing, lintah, lalat, lebah, laba-laba, nyamuk, kumbang dan yang sejenisnya.
- e) Binatang yang haram karena hidup di dua alam seperti buaya, kodok, kura-kura dan sebagainya.³⁵

Berkaitan dengan konsumsi daging, Allah SWT berfirman dalam Alqur'an surah al-Maidah/5:3 sebagai berikut.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحُمُّ الْخِنْزِيرُ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
وَالْمَوْفُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصَبِ
وَأَنْتَسَفَسِمْوْا بِالْأَرْزَامِ ذَلِكَمْ فَسَقُ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ
وَإخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا
فَمَنْ اضْطُرَّ مَحْمَصَةً غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

³⁵Hasbiyallah, *Fikih untuk Kelas VIII MTs*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), h.

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihny, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”³⁶

Berdasarkan ayat di atas, terdapat beberapa kriteria makanan yang haram dikonsumsi, sebagai berikut.

- a) Bangkai. Bangkai adalah hewan yang mati bukan karena disembelih atau diburu. Semua jenis bangkai haram, kecuali bangkai ikan dan belalang.
- b) *Al-munkhaniqatu*, yaitu hewan yang mati karena tercekik, baik secara sengaja ataupun tidak.
- c) *Al-mauqūzatu*, yaitu hewan yang mati karena dipukul dengan alat/benda keras hingga mati.
- d) *An-natihatu*, yaitu hewan yang mati karena ditanduk oleh hewan lainnya.
- e) Hewan yang mati karena dimangsa oleh binatang buas.
- f) Semua hewan yang mati tanpa penyembelihan, misalnya disetrum.
- g) Semua hewan yang disembelih dengan sengaja tidak membaca basmallah.

³⁶Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, h. 107

- h) Semua hewan yang disembelih untuk selain Allah walaupun dengan membaca basmallah.
- i) Semua bagian tubuh hewan yang terpotong/terpisah dari tubuhnya³⁷.

Berkaitan dengan daging sapi impor, hal yang menjadi pertimbangan konsumsi bagi ummat Islam adalah kepastian hukum berkenaan dengan proses penyembelihan yang dilakukan. Sebab, daging sapi impor yang masuk ke Indonesia berasal dari negara yang tidak memiliki aturan formal mengenai halal dan haram.

Artinya, berdasarkan ketentuan syara', meskipun binatang yang dimakan merupakan binatang yang halal, namun apabila proses penyembelihannya tidak memenuhi syarat halal penyembelihan, maka hewan tersebut menjadi haram dimakan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa skripsi dan jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

³⁷Suryana, *Makanan yang Halal dan Haram*, (t.t.p.: Mitra Aksara Panaitan, t.t.), h. 8-9

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
Meika Wahyuni, 2015	Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)	31,25% konsumen memiliki persepsi sertifikasi halal penting , dan sisanya tidak memiliki persepsi tersebut karena minimnya pengetahuan pelanggan akan adanya sertifikasi halal di perusahaan bersangkutan.
<p>Metode Penelitian Kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Yasnita menggunakan variabel X persepsi konsumen Muslim dan variabel Y sertifikat halal, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi konsumen sebagai variabel X dan sertifikasi halal daging impor sebagai variabel Y.</p>		

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
Iis Sutardi, 2019	Analisis Persepsi Konsumen tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis	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%.
<p>Metode Penelitian Kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Iis Sutardi menggunakan variabel X persepsi konsumen dan variabel Y labelisasi halal, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi konsumen sebagai variabel X dan sertifikasi halal daging impor sebagai variabel Y. Selain itu, lokasi penelitian dalam penelitian ini juga berbeda dengan lokasi penelitian peneliti.</p>		

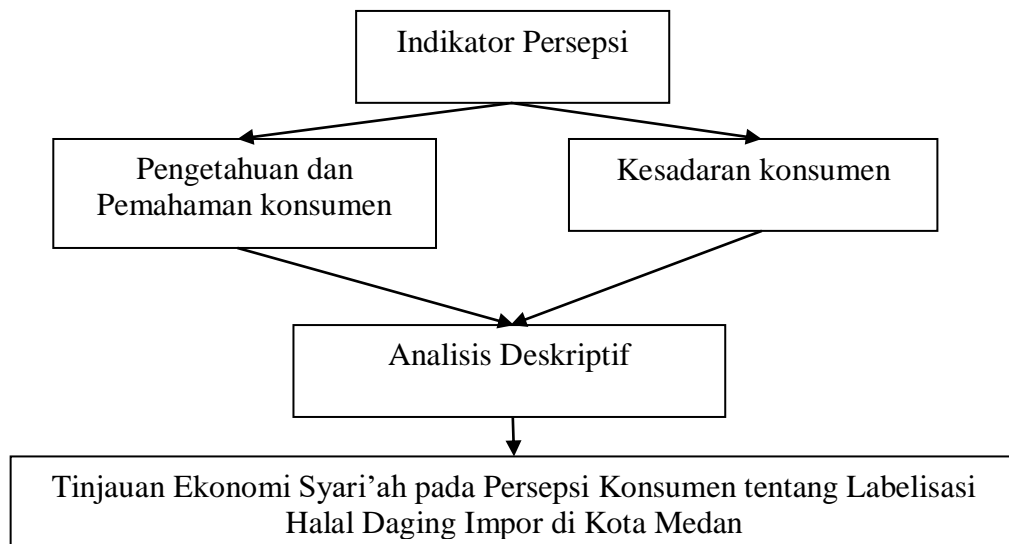
Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
Diwayana Putri Nasution, Annisa Ilmi Faried Lubis, Rahmad Sembiring, 2018	Identifikasi Persepsi Perilaku Konsumen Tentang Produk Makanan Halal Di Kota Medan	Variabel sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel persepsi permintaan konsumen di Kota Medan. Variabel kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel persepsi permintaan konsumen di Kota Medan. Variabel bahan makanan berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi permintaan konsumen di Kota Medan.
<p>Metode Penelitian Kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Diwayana Putri Nasution, Annisa Ilmi Faried Lubis, dan Rahmad Sembiring menggunakan variabel X persepsi perilaku konsumen dan variabel Y produk makanan halal, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi konsumen sebagai variabel X dan sertifikasi halal daging impor sebagai variabel Y.</p>		

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
Ratna, 2018	Persepsi Label Halal pada Makanan Impor Halal Berdasarkan Faktor Pekerjaan Konsumen di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat hubungan antara jenis pekerjaan dengan persepsi label halal.. Konsumen dengan kelompok pekerjaan yang berbeda memiliki perbedaan persepsi dan perhatian yang tinggi. Maka, produsen produk impor harus memiliki label halal resmi agar dapat menarik perhatian konsumen di Indonesia sehingga meningkatkan minat beli.
<p>Metode Penelitian Kuantitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Ratna menggunakan variabel X persepsi label halal pada makanan impor halal dan variabel Y faktor pekerjaan konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi konsumen sebagai variabel X dan sertifikasi halal daging impor sebagai variabel Y.</p>		

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
Syafriada,2016	Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim	Manfaat pemberian sertifikat halal adalah untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk makanan dan minuman yang tidak halal, memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen untuk mengkonsumsi produk makanan dan minuman, karena tidak ada keraguan lagi bahwa produk tersebut terindikasi dari hal-hal yang diharamkan sesuai syariat Islam..
<p>Metode Penelitian Kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Syafrida menggunakan variabel X sertifikat halal pada produk makanan dan minuman Y perlindungan dan kepastian hukum hak-hak konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi konsumen sebagai variabel X dan sertifikasi halal daging impor sebagai variabel Y.</p>		

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori diatas, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 6. Kerangka Penelitian

Berdasarkan bagan yang tertera di atas, dapat dijelaskan alur logika berjalannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

Untuk melakukan analisa terhadap persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan, peneliti menetapkan indikator persepsi sebagai alat ukur untuk memudahkan peneliti melakukan analisa persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan.

Indikator yang digunakan adalah pengetahuan dan pemahaman konsumen serta kesadaran konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan. Berdasarkan data yang diperoleh melalui indikator tersebut, peneliti lalu melakukan analisis secara deskriptif tentang persepsi konsumen tentang label hala daging impor di Kota Medan.

Peneliti lalu menyimpulkan persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di kota Medan berdasarkan perspektif ekonomi syariah berhubungan

dengan kewajiban mengkonsumsi makanan halal yang telah disyariatkan, dalam hal ini adalah daging impor.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman tentang suatu peristiwa atau perilaku manusia dalam suatu organisasi atau institusi.¹

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive sampling* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.²

Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimetode, *naturalistic* dan *interpretative* (dalam pengumpulan data, paradigma dan interpretasi).

Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah kehidupan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta.³

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan antropologis, yakni suatu pendekatan untuk mengetahui latar belakang pemahaman dan pengetahuan seseorang (dalam hal ini agama) yang mampu

¹Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), h. 1

²Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: Jejak, 2018), h. 8

³Anggito, *Metodologi Penelitian*, h. 9

membentuk dan mempengaruhi persepsi seseorang terhadap pilihannya dalam melakukan kegiatan konsumsi daging impor halal di Kota Medan.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, lokasi penelitian yang ditentukan peneliti adalah Kota Medan. Penelitian ini dilakukan sejak bulan 25 November tahun 2019 hingga 13 Juli 2020.

C. Informan Penelitian

1. Informan Penelitian

Adapun informan yang menjadi sumber data dari penelitian ini adalah tokoh MUI Kota Medan dan konsumen daging halal impor di Kota Medan. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Purposive atau *judgement sampling* sering juga disebut *selected sampling*. Yaitu suatu *sampling* dimana pemilihan elemen-elemen untuk menjadi anggota sampel berdasarkan pada pertimbangan yang tak acak, biasanya sangat subjektif.⁴

Purposive sampling berarti teknik pengambilan sampel secara sengaja, maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi sampel diambil tidak secara acak tapi ditentukan sendiri oleh peneliti.⁵

2. Teknik Pemilihan Informan

Teknik pengambilan sampel informan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah penarikan sampel secara tak acak yang dikembangkan untuk menjawab kesulitan yang ditimbulkan dalam menerapkan teknik *probability sampling*, terutama dapat

⁴J. Supranto, *Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 76

⁵Maya Panorama, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: IDEA, 2017), h. 121

mengeliminir biaya dan permasalahan yang mungkin timbul dalam pembuatan *sampling frame*.⁶

Sedangkan teknik pengumpulan sampel informannya dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive* atau *judgement sampling* sering juga disebut *selected sampling*. Yaitu suatu *sampling* dimana pemilihan elemen-elemen untuk menjadi anggota sampel berdasarkan pada pertimbangan yang tak acak, biasanya sangat subjektif⁷. *Purposive sampling* berarti teknik pengambilan sampel secara sengaja, maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi sampel diambil tidak secara acak tapi ditentukan sendiri oleh peneliti.⁸

Selain itu, teknik pengambilan sampel informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan atau siapa saja yang kebetulan (aksidental) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel.⁹ Dalam teknik ini, pengambilan sampel dilakukan secara subjektif oleh peneliti ditinjau dari sudut kemudahan, tempat pengambilan sampel, dan jumlah sampel yang akan diambil.¹⁰

Dalam penelitian ini, peneliti memilih 33 informan secara acak. Angka 33 merupakan jumlah yang sudah cukup untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti, sebagaimana ciri khas penelitian kualitatif bahwa jumlah informan tidak memiliki angka yang pasti. Jumlah informan harus memenuhi dua syarat, yakni kecukupan dan kesesuaian informasi yang didapatkan. Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum. Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya 1 informan saja. Hal ini disebabkan

⁶Darmadi Duriyanto, *et. al.*, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 32

⁷Supranto, *Statistik untuk Pemimpin*, h. 76

⁸Panorama, *Metode Penelitian*, h. 121

⁹Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UINSU Press, 2016), h. 40

¹⁰Eko Budiarto, *Biostatistika*, (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2001), h. 26

karena penelitian kualitatif bukan menghendaki representasi, namun menjelaskan fenomena.¹¹ Berkaitan dengan hal itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat fenomena perilaku konsumen daging impor halal di Kota Medan yang dilihat melalui analisis persepsi konsumen tentang label halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syari'ah di Kota Medan.

3. Karakteristik Informan

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	L/P	Profesi	Alamat
1.	Dr.H. Hasan Matsum, S.Ag	L	Wakil Ketua Umum MUI Medan	Jl. Bambu Gang Kemuning, Helvetia
2.	SR	P	Pelajar	Marelan
3.	NH	P	IRT	Medan Sunggal
4.	DYN	P	Karyawan Swasta	Tembung
5.	VZ	P	Penyiar Radio	Jl. Timor Medan
6.	MIA	L	<i>Freelancer</i>	Tembung
7.	Lm	P	Guru Bimbel	Amplas
8.	DCN	P	Karyawan Swasta	Jl. Raya Menteng Medan
9.	IK	P	<i>Supervisor</i>	Amplas
10.	DAA	P	<i>Blogger/ Content Creator</i>	Ibrahim Umar Medan
11.	AMA	L	Guru	Mandala
12.	DA	P	Mahasiswa	Jl. Kesatria Medan
13.	DhA	P	<i>Fresh Graduate</i>	Helvetia
14.	WRP	P	Wiraswasta	Jl. Amaliun
15.	RM	L	Karyawan Swasta	Medan KNO
16.	DJ	L	Mahasiswa	Kapten Muchtar Basri Medan
17.	SH	L	Guru	Tuntungan
18.	FW	P	Mahasiswa	Setia Budi
19.	INS	P	Mahasiswa	Jl. Tanjung Balai Medan Sunggal
20.	RG	P	Mahasiswa	Mencirim
21.	NR	P	Pelajar	Mencirim
22.	PA	P	Pegawai Toko	Mencirim
23.	Ad	L	Bendaharawan	Sunggal
24.	Sr	P	Pengusaha Roti	Sunggal

¹¹Ade Heryana, "Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif", <https://www.researchgate.net>. Diakses pada 21 Juli 2020

25.	Sh	L	Kontraktor	Sunggal
26.	Arv	L	Pelajar	Mencirim
27.	SAS	L	Wiraswasta	Jl. Putri Hijau
28.	SA	P	Wiraswasta	Marelan
29.	LMS	P	IRT	Jl. Jatayu Kel. Sidorejo, Tembung
30.	NRM	P	Karyawan Swasta	Amplas
31.	AR	P	IRT	Medan
32.	Jp	L	Karyawan Swasta	Jl. P. Diponegoro No. 5 Medan
33.	EY	P	IRT (Pengusaha Rumahan)	Jl. Bilal Gg. Tahir no. 20KK

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dari segi tujuannya, penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) yaitu sebuah penelitian yang data-data pokoknya digali melalui pengamatan-pengamatan dan sumber-sumber data di lapangan dan bukan berasal dari sumber-sumber kepustakaan.¹²

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus.¹³ Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain, misalnya bersumber dari dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.¹⁴

2. Sumber Data

Adapun sumber data primer dari penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yakni kegiatan wawancara yang menggunakan daftar pertanyaan yang jelas. Penanya tidak akan menanyakan hal selain daftar pertanyaan yang

¹²Syahirman Yusi dan Umiyati Idris, *STATISTIKA untuk Ekonomi dan Penelitian*, (Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia, 2010), h. 4

¹³Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 32

¹⁴Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Buntut Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 146

disiapkan oleh peneliti.¹⁵ Nantinya, daftar pertanyaan inilah yang menjadi pertanyaan-pertanyaan dalam proses wawancara yang dilakukan pada informan.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Wakil Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Kota Medan, dan konsumen Muslim daging impor halal yang tinggal di Kota Medan. Peneliti mencoba untuk menganalisis persepsi informan melalui daftar pertanyaan yang sudah disiapkan.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber pustaka, Badan Pusat Statistik dan publikasi resmi pemerintah yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertanyaan terbuka dan teliti hasil tanggapan mendalam tentang pengalaman, persepsi, pendapat, perasaan, dan orang.¹⁶

2. Dokumen

Dokumen merupakan data yang disajikan peneliti untuk mendukung data wawancara dan pengamatan yang sudah dilakukan oleh peneliti. Dokumen dapat berbentuk dokumen pribadi, dokumen resmi dan dokumen populer.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif.

Model pendekatan deskriptif dalam penyelidikan bertumpu pada observasi dan wawancara, maka strategi analisisnya masih menurut pemaknaan perspektif. Penelitian deskriptif dimaksud untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variable

¹⁵Eko Prastyo, *Ternyata Penelitian Itu Mudah*, (t.t.p.: Penerbit eduNomi, 2015), h. 34

¹⁶Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2011), h. 64

yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Analisis deskriptif yaitu menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan objek dalam penelitian.¹⁷

Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan mempengaruhi suatu fenomena.¹⁸

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu hal apa adanya.¹⁹ Setelah dilakukan pengumpulan data, maka metode deskriptif yang paling tepat untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Adapun kerja dari deskriptif analitik adalah dengan cara menganalisis data yang diteliti dengan memaparkan data-data tersebut kemudian diperoleh kesimpulan.²⁰

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diuraikan tahapan-tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Peneliti melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk diteliti melalui proses wawancara dan dokumentasi.
2. Peneliti menganalisis data yang telah terkumpul dengan menggunakan metode deskriptif analitik (analisis deskripsi).
1. Hasil analisis akan dipaparkan berdasarkan data-data yang telah terkumpul secara deskriptif.
2. Peneliti menampilkan kesimpulan hasil penelitian.

Metode deskriptif analitik ini akan digunakan oleh penulis untuk menganalisis data yang sudah didapatkan selama proses pengumpulan data, guna mengetahui secara mendalam tentang persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor ditinjau dari perspektif ekonomi syariah di Kota Medan.

¹⁷Meika Wahyuni, "Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)", (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2015), h. 22

¹⁸Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2019), h. 29

¹⁹Ali Baroroh, *Tril-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), h. 1

²⁰Wahyuni, *Persepsi Konsumen*, h. 23

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

a. Keadaan Geografis

Kota Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera. Kota Medan terletak antara 3°.27' - 3°.47' Lintang Utara dan 98°.35' - 98°.44' Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah Utara, Selatan, Barat dan Timur.

Berdasarkan data dari Stasiun Sampali, suhu minimum Kota Medan adalah 21°C dan suhu maksimum 35,6°C dengan kelembaban rata-rata 83%, dan angka kecepatan angin rata-rata sebesar 0,96m/sec. Kota Medan memiliki rata-rata total laju penguapan tiap bulannya sebanyak 115,85 mm dengan rata-rata curah hujan per bulannya adalah 157 mm.

Secara geologis, Kota Medan merupakan salah satu dari 33 Daerah Tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265,10 km², dan merupakan pusat pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara. Kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan, dengan luas masing-masing wilayah kecamatan sebagai berikut.¹

Tabel 2. Luas Kecamatan di Kota Medan

No.	Kecamatan	Luas (km ²)
1.	Medan Tuntungan	20,68
2.	Medan Johor	14,58
3.	Medan Amplas	11,19
4.	Medan Denai	9,05
5.	Medan Area	5,52
6.	Medan Kota	5,27
7.	Medan Maimun	2,98
8.	Medan Polonia	9,01

¹Kota Medan dalam Angka 2020, BPS

9.	Medan Baru	5,84
10.	Medan Selayang	12,81
11.	Medan Sunggal	15,44
12.	Medan Helvetia	13,16
13.	Medan Petisah	6,82
14.	Medan Barat	5,33
15.	Medan Timur	7,76
16.	Medan Perjuangan	4,09
17.	Medan Tembung	7,99
18.	Medan Deli	20,84
19.	Medan Labuhan	36,67
20.	Medan Marelan	23,82
21.	Medan Belawan	26,25

b. Pemerintahan

Kota Medan dipimpin oleh seorang Walikota. Saat ini, Kota Medan memiliki 21 Kantor Kecamatan dengan 151 Kantor Kelurahan yang terbagi atas 2001 Lingkungan.²

c. Penduduk dan Ketenagakerjaan

Pada tahun 2019, penduduk Kota Medan mencapai 2.279.894 jiwa. Bila dibandingkan dengan jumlah penduduk pada tahun 2018, terjadi penambahan penduduk sebesar 15.749 jiwa (0,70%).

Luas wilayah Kota Medan mencapai 265,10 km² dengan kepadatan penduduk mencapai 8.600 jiwa/ km². Berikut ini adalah table jumlah penduduk berdasarkan Kecamatan di Kota Medan pada tahun 2019.³

Tabel 3. Jumlah Penduduk Kota Medan per Kecamatan

No.	Kecamatan	Jiwa
1.	Medan Tuntungan	88.624
2.	Medan Johor	137.367
3.	Medan Amplas	130.926
4.	Medan Denai	148.438
5.	Medan Area	100.262
6.	Medan Kota	75.231
7.	Medan Maimun	41.139
8.	Medan Polonia	57.682

²Ibid

³Ibid

9.	Medan Baru	41.149
10.	Medan Selayang	111.052
11.	Medan Sunggal	117.535
12.	Medan Helvetia	155.437
13.	Medan Petisah	64.075
14.	Medan Barat	73.536
15.	Medan Timur	113.045
16.	Medan Perjuangan	96.991
17.	Medan Tembung	139.249
18.	Medan Deli	190.971
19.	Medan Labuhan	122.192
20.	Medan Marelan	175.382
21.	Medan Belawan	99.611

Secara lebih spesifik, penelitian ini dilakukan dengan melacak rekam digital konsumen yang pernah mengkonsumsi daging impor di beberapa restoran *all you can eat*, restoran internasional maupun retail yang menyediakan daging impor halal di Kota Medan.

2. Karakteristik Informan

Dalam penelitian ini, informan yang dijadikan narasumber utama adalah Wakil Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Kota Medan, lalu didukung dengan data wawancara melalui 32 konsumen yang pernah mengkonsumsi daging impor bersertifikat halal di restoran-restoran di Kota Medan. Restoran yang dimaksud berupa restoran internasional, atau restoran *all you can eat* yang memilih daging impor halal sebagai bahan utama dari menu yang disajikan kepada konsumen. Selain itu juga terdapat beberapa konsumen yang merupakan pembeli langsung daging impor bersertifikasi halal dari retail yang ada di Kota Medan.

Penulis mencari informan dari pihak konsumen dengan melakukan pelacakan rekam digital melalui platform media sosial Instagram. Penulis memanfaatkan fungsi *hashtag* di beberapa akun restoran dan retail yang menjual daging impor halal. Lalu, penulis menyaring konsumen berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Setelah itu, penulis membangun relasi dengan konsumen yang diwawancarai untuk mendapatkan akses ke konsumen lainnya.

Hal ini dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan untuk menemui konsumen yang menjadi informan secara langsung, karena adanya wabah pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) yang mengakibatkan terbitnya larangan mengunjungi tempat-tempat umum, adanya pembatasan untuk memasuki wilayah zona merah, penerapan *di rumah aja*, dan penutupan tempat umum, seperti beberapa restoran dan retail penjual daging impor halal di Kota Medan.

Walaupun demikian, penulis memastikan bahwa informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah informan yang telah memenuhi kriteria utama, yakni memiliki kredibilitas di bidangnya, pernah mengonsumsi daging impor halal, berdomisili di Kota Medan, dan beragama Islam.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara kepada informan utama, yakni Bapak Dr. H. Hasan Matsum, S.Ag, selaku Wakil Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Medan, ditemukan fenomena persepsi konsumen tentang labelisasi halal daging impor di Kota Medan sebagai berikut.

1. Tren Konsumsi Halal di Kota Medan

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, sebagai pengamat konsumsi makanan halal di Kota Medan, informan menyatakan bahwa terdapat dinamika yang terjadi di masyarakat. Dinamika yang dimaksud adalah tren konsumsi halal akan kembali naik ke permukaan dan semakin dipedulikan oleh konsumen ketika terjadi isu-isu miring tentang panganan halal itu sendiri. Sedangkan saat keadaan normal, konsumen cenderung beranggapan bahwa semua makanan yang tersedia di pasar sudah terjamin. Hal ini senada dengan pernyataan informan bahwa,

“Kadang kesadaran masyarakat mengonsumsi produk halal meningkat, kadang-kadang stagnan bahkan menurun. Mengapa? Ini terkait dengan isu-isu tentang panganan halal ini. Ketika dulu terjadi isu lemak babi, ajinomoto, yang diduga terkontaminasi enzim babi dalam prosesnya, nah ketika itu umat Muslim tersentak, enggan dan jijik dengan produk tanpa label halal. *Alhamdulillah*, saat itu tingkat kesadaran naik. Namun lambat laun ketika pembicaraan tentang

labelisasi halal ini tidak, apa namanya, menggema secara nasional, lambat laun perhatian tentang konsumsi halal ini meredup. Bahkan tidak lagi menjadi poin utama pada konsumsi pangan Kota Medan. Dan bukan hanya terjadi pada kalangan bawah *gitu kan*, namun pada kelas menengah juga terlihat tidak begitu banyak kepedulian tentang panganan berlabel halal.”

Beliau lalu melanjutkan, “Budaya kita sejak lama memandang bahwa apa yang diproduksi oleh orang tua kita ya sudah halal, sehingga ketika ada perasaan tidak halal, itu justru muncul ketika bersinggungan antara etnis dan agama. Ketika tidak bersinggungan, maka tidak muncul perasaan ingin terhindar dari panganan non halal.”

Bukti sederhana dari fenomena di atas adalah bahwa sangat jarang konsumen bertanya tentang kepastian halal makanan yang dijual di restoran atau rumah makan yang ada di Kota Medan, meskipun belum tentu semua destinasi tersebut pasti halal. Namun ketika konsumen makan di daerah yang dikenal merupakan daerah dengan mayoritas etnis atau agama tertentu, status kehalalan makanan menjadi lebih diperhatikan. Seolah semua makanan yang diproduksi oleh orang Islam sudah pasti halal. Padahal ilmu tentang kehalalan itu bukan sekedar tentang larangan memakan hewan seperti anjing dan babi yang sudah terang-terangan disebutkan dalam Alqur’an. Melainkan juga tentang najis atau tidaknya makanan yang akan kita makan.

2. Kesadaran Konsumen tentang Pentingnya Jaminan Halal

Terdapat satu hal yang mendominasi persepsi konsumen Kota Medan tentang labelisasi halal khususnya pada produk impor, yakni budaya permisif atau dengan kata lain adalah budaya ‘boleh-boleh saja’. Artinya, segala panganan yang dinilai tidak mengandung unsur hewan anjing dan babi dinilai halal dengan mengabaikan aspek unsur najis, cara sembelihan, panganan, dan lain sebagainya. Hal ini lebih lanjut dijelaskan oleh informan bahwa, “Ya budaya permisif ya, boleh-boleh aja *gitu*. Aa, ini *kan* kalau panganan ini tidak ada unsur babi dan anjing ya sudah halal, *kan gitu ya*. Jadi ada perasaan hukum seperti itu. Ketika tidak ada label halal, selagi tidak ada tulisan non halal, maka itu halal, nah itu masalahnya.”

3. Pengaruh Konsumsi Makanan Halal terhadap Psikologi dalam Islam

Islam menyatakan bahwa makanan apapun yang masuk ke dalam tubuh manusia akan mempengaruhi kondisi jiwanya. Dalam hal ini, informan mengemukakan pendapatnya sebagai berikut.

“Ya saya kira kalau saya sudah tegas menyatakan yang pertama Alquran menjelaskan kepada kita, ‘Dan hendaklah manusia itu’, jadi bukan hanya umat Islam *kan*, tapi manusia. Hendaklah manusia itu memperhatikan. Apa yang diperhatikan? Pada makanannya. Kenapa itu diperhatikan, karena amat kuat pengaruh panganan ini terhadap perkembangan tubuhnya, perkembangan psikologinya, termasuk dalam hal itu tentunya akhlak moralnya, itu tentu sangat berhubungan kuat dengan makannannya.”

Lebih jauh informan menjelaskan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ibnu Khaldun pada dua golongan masyarakat. Golongan pertama adalah masyarakat pegunungan yang makanannya didominasi oleh tumbuh-tumbuhan dan sayur-sayuran, sedangkan golongan kedua adalah masyarakat kota yang banyak mengkonsumsi daging. Dari penelitian tersebut ditemukan bahwa masyarakat golongan kota cenderung bersikap lebih keras dan kasar dibanding masyarakat daerah pegunungan, dan salah satu faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah sumber panganan. Selanjutnya informan menambahkan bahwa,

“Jadi wajar Rasulullah mengatakan, tiap daging yang tumbuh dari sesuatu yang haram maka neraka lebih berhak baginya. Artinya, kecenderungan karakter masuk ke neraka tu lebih kuat. Jadi kalau orang makan makanan haram itu, perbuatannya pasti akan cenderung kepada sesuatu yang haram, sebagaimana keharaman panganan yang dimakannya itu. Itu sudah tidak diragukan. Jadi penjelasan Alquran dan hadis tidak kita ragukan memang.”

4. Upaya MUI dalam Mengedukasi Konsumen Produk Halal

Ada 3 langkah yang dilakukan oleh MUI untuk mengedukasi dan menumbuhkan kesadaran konsumen akan pentingnya konsumsi halal. *Pertama*, penyuluhan di masjid, mushalla, maupun organisasi masyarakat Islam.

Kedua, MUI melakukan gerilya dan penyuluhan di pasar-pasar tradisional tentang pentingnya menyembelih dengan benar khususnya pada hewan unggas

dan hewan pedaging. Jadi bukan sekedar kalau ayam itu dari sisi bakunya dia halal, tidak diperhatikan proses penyembelihannya.

Ketiga, MUI bekerjasama dengan lintas departemen/dinas, seperti dinas perikanan dan kelautan, atau dengan dinas UMKM untuk memperoleh akses terhadap produksi-produksi sumber makanan yang nantinya akan sampai ke masyarakat.

Selanjutnya, untuk mengetahui lebih detail mengenai persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor peneliti mewawancarai 32 informan yang merupakan konsumen aktif daging impor. Berdasarkan wawancara tersebut, ditemukan hal sebagai berikut.

a. Tinjauan Pengetahuan Informan terkait Daging yang Dikonsumsi

Secara umum, informan mengetahui bahwa Ia sedang mengonsumsi daging impor yang halal. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh informan EY, “Iyalah, Kak. Kita mana mau konsumsi daging yang gak jelas status halalnya.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh RG saat diwawancarai. Informan RG menyatakan, “Iya waktu beli itu kami tau halal, karena udah liat labelnya terlebih dahulu. Itu juga yang buat kami mau makannya”. Demikian pula pada informan NH, DYN, VZ, Lm, DCN, DAA, AMA, DA, DhA, WRP, RM, DJ, SH, INS, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, SA, LMS, AR, MIA dan Jp, menyatakan bahwa mereka mengetahui bahwa daging impor tersebut halal.

Sedangkan, informan SR, IK, FW, dan NRM menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui sertifikasi halal daging impor yang sedang dikonsumsi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh NRM, “Saya ngga tau sih kak ada label halalnya atau nggak, ya yakin aja.”

b. Tinjauan tentang Keinginan dan Kebutuhan sebagai Faktor Pendorong Konsumsi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada informan, peneliti menemukan 27 informan yang mengaku mengonsumsi daging impor halal atas

dasar keinginan, yakni SR, NH, DYN, VZ, MIA, Lm, DCN, IK, DAA, AMA, DhA, WRP, DJ, SH, FW, INS, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, SA, LMS, dan NRM. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh informan DJ, “Lebih ke keinginan, sih. Karena kan kita makan daging sekali-sekali dan harganya juga mahal. Jadi pas pengen kali aja baru beli.” Hal senada juga diungkapkan informan VZ yang menyatakan bahwa, “Lebih ke arah keinginan, bukan kebutuhan.”

Walaupun mayoritas informan menyatakan bahwa keinginan menjadi faktor pendorong konsumsi daging impor halal, informan DA, AR, Jp, dan EY berpendapat sebaliknya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan EY, “Karena saya konsumsi selain buat di rumah, saya juga jualan kuliner, jadi bagi saya mengkonsumsi daging impor halal itu merupakan kebutuhan. Apalagi, kita umat Islam. Gak boleh sembarangan kan kak. Penting banget itu.”

Selain kedua pendapat di atas, peneliti juga menemukan bahwa terdapat seorang informan, yakni RM yang justru berpendapat bahwa mengkonsumsi daging impor halal merupakan kolaborasi antara keinginan dan kebutuhan. Sebagaimana ungkapnya, “Saya termasuk orang yang rutin konsumsi daging impor halal ya. Ya selain karena ingin, saya juga merasa bahwa sertifikasi halal ini menjadi kebutuhan saya. Memakan daging impor halal adalah bentuk taqwa bagi saya.”

c. Tinjauan tentang Pengalaman Orang Lain sebagai Faktor Pendorong Konsumsi

Konsumen yang mengaku mengkonsumsi daging impor halal karena pengaruh pengalaman atau keterangan orang lain seperti teman, keluarga, rekan kerja ataupun karyawan restoran dan supermarket, berjumlah 28 orang yakni SR, NH, DYN, VZ, MIA, DCN, IK, DAA, AMA, DA, WRP, DJ, SH, FW, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, SA, LMS, NRM, AR, Jp, dan EY. Lebih rinci, VZ mengemukakan bahwa, “Untuk saya, itu (pengalaman orang lain) berpengaruh. Karena saya pasti akan mempertanyakan *experience*-nya terlebih dahulu tentang kepastian halal atau tidak, sebelum rasa dan juga suasana tempat makan.”

Namun, peneliti juga menemukan bahwa terdapat informan yang mengaku mengkonsumsi daging impor halal bukan karena pengaruh pengalaman atau keterangan orang lain saja seperti teman, keluarga, rekan kerja, ataupun karyawan restoran dan supermarket, melainkan mengkonsumsi setelah melakukan pengecekan mandiri tentang kejelasan status halal (baik dari sertifikasi halal, label BPOM, tanggal kadaluarsa hingga ciri-ciri tekstur, warna dan bau daging). Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh adalah Lm dan RM. RM lebih rinci mengatakan,

“Saya selektif sekali ya dalam hal konsumsi daging impor. Ya karena saya rutin makan, kan. Masalahnya saya kurang percaya dengan persepsi orang sebelum membuktikan sendiri. Jadi, kalau saya mau makan saya perhatikan dulu. Kalau restonya sudah punya sertifikasipun, kadang saya lihat tekstur dagingnya. Kalau kira-kira menurut saya, sepengalaman saya, daging ini tidak terlihat seperti daging sapi impor pada umumnya, saya ga bakal mau makan.”

Selain dua jawaban di atas, terdapat informan yang tidak terlalu terpengaruh oleh pengalaman orang lain seperti teman, keluarga, rekan kerja ataupun karyawan restoran dan supermarket, serta tidak terlalu mendalam melakukan pengecekan mandiri, yakni DhA dan INS.

d. Tinjauan tentang Pengaruh Baik/buruk Konsumsi Daging Impor Halal terhadap Mental, Psikis dan Akhlak

Informan beranggapan mengkonsumsi daging impor halal akan berpengaruh terhadap mental, psikis, dan akhlak. Hal tersebut diungkapkan oleh RM yang mengatakan,

“Selain menimbulkan rasa senang saat memakannya, memakan daging impor yang halal itu pasti akan mempengaruhi akhlak seseorang. Karena tiap makanan yang masuk ke dalam tubuh akan menjadi darah daging yang berfungsi sebagai penggerak manusia dalam berpikir dan bertindak. Seperti kisah Nabi Nuh waktu di dalam bahtera gitu, yang saat itu orang ramai-ramai, maaf cakap, buang hajat di bateranya. Nah lalu dibersihkan sama mohon maaf, babi, yang kita tau hewan itu menggambarkan sifat keserakahan. Jadi, makan daging impor halal itu

bukan cuma soal sehat kan, tapi juga soal taqwa, karena akan berpengaruh sama akhlak kita. Apa yang kita makan, akan jadi darah daging.” Informan yang serupa dalam hal ini juga adalah DYN, WRP, DJ, FW, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, LMS, NRM, AR, Jp, dan EY.

Sedangkan, informan MIA, SH, INS, dan SA beranggapan mengkonsumsi daging impor halal tidak terlalu mempengaruhi mental, psikis maupun akhlak, melainkan hanya perasaan senang sebab merasa puas karena telah memakan daging yang lezat dan nikmat. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh MIA seperti berikut, “Hmm, ngga juga sih kak. Kalau konsumsi daging impor halal tu ga terlalu mempengaruhi psikis, tapi karena keinginan jadi saya merasa bahagia aja gitu, karena makan makanan yang saya inginkan, gitu aja sih.”

Peneliti juga menemukan bahwa, terdapat informan yang beranggapan bahwa mengkonsumsi daging impor halal itu sama sekali tidak akan mempengaruhi mental, psikis, maupun akhlak. Hal ini dikemukakan oleh SR, NH, VZ, Lm, DCN, IK, DAA, AMA, DA, dan DhA. Sebagaimana dalam kutipan wawancara bersama AMA yang menyatakan, “Saya kira biasa saja, tidak ada pengaruhnya”.

e. Tinjauan Faktor Agama sebagai Faktor Penting dan Utama dalam Memilih Daging Impor yang Halal

Konsumen menjawab bahwa faktor agama menjadi faktor yang paling penting dalam mempertimbangkan konsumsi daging impor. Informan tersebut berjumlah 31 orang, yakni DYN, WRP, RM, DJ, FW, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, LMS, NRM, AR, Jp, EY, MIA, SH, INS, SA, SR, VZ, Lm, DCN, IK, DAA, AMA, DA, dan DhA. Berkaitan dengan hal ini, AMA mengatakan, “mengkonsumsi daging impor yang halal itu karena faktor agama ya. Ya karena makanan halal adalah makanan terbaik dalam Islam.”

Berbeda dengan informan lainnya tentang persepsi mereka terhadap agama sebagai faktor utama konsumsi daging impor halal, informan NH justru menjawab, “Nggak dong (agama bukan faktor utama informan konsumsi daging

impor halal), kalau dia daging impor sapi ya memang halal jadi semua bisa makan.”

Adapun data yang diperoleh dari informan terkait pemahaman dan kesadaran informan tentang Sertifikasi Halal Daging Impor di Kota Medan, dapat diuraikan sebagai berikut.

f. Tinjauan Pengetahuan dan Pemahaman Konsumen tentang Ciri-ciri Daging Impor yang Halal

1) Informan mengetahui ciri-ciri daging impor halal

Informan NH, VZ, MIA, AMA, RM, DJ, SH, INS, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, dan AR mengatakan bahwa ciri-ciri daging impor halal adalah, “Memiliki label/logo halal resmi MUI pada kemasannya, atau label halal resmi MUI yang ditampilkan di restoran.”

Selanjutnya, informan DYN, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, dan Arv mengatakan bahwa ciri-ciri daging impor yang halal adalah, “Harganya relatif lebih tinggi lah dari daging yang lain.”

Informan RM, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, dan ARv mengatakan bahwa ciri-ciri daging impor yang halal adalah, “Punya izin BPOM.”

Informan MIA, DCN, IK, WRP, SH, dan SA mengatakan bahwa, “Taunya dari keterangan karyawan restoran.”

Informan VZ, RM, DJ, SA, dan NRM mengatakan bahwa ciri-ciri daging impor yang halal adalah, “Bisa dilihat melalui tekstur daging impor itu sendiri. Daging impor yang halal memiliki warna merah yang lebih mencolok (tidak pucat), jaringan lemak yang agak kekuningan, bau yang tidak terlalu amis, dan bentukan serat yang serupa dengan daging sapi pada umumnya.”

Informan SH dan RM mengatakan bahwa, “Ciri-ciri daging impor halal itu nggak mesti tentang ciri-ciri fisik yang ada dalam kemasan maupun tekstur daging itu sendiri, namun juga harus melalui proses sembelih yang sesuai dengan ketentuan syari’at.”

Lalu, informan RM menambahkan, “Trus gak lewat dari tanggal kadaluarsanya ya.” Informan RM melanjutkan, “Daging impor halal yang bakal

dimakan juga mesti dilihat lagi negara importirnya. Kalau kira-kira negara importir meragukan, saya gak akan mengkonsumsi daging impor tersebut meskipun terdapat label halal pada kemasan ataupun restorannya.”

Informan INS mengatakan bahwa, “Resto yang terjamin kehalalannya itu biasanya banyak pengunjung Muslimnya, banyak yang pakai hijab. Trus juga ada tulisan Arab gitu ya di restorannya.”

Informan EY, LMS dan Jp mengatakan bahwa daging impor halal dapat diketahui dari keterangan orang terpercaya, atau restoran dan supermarket yang bersangkutan memiliki klaim terpercaya atas daging impor halal yang dijual.

Terakhir, informan EY menambahkan bahwa ciri-ciri restoran yang memiliki sertifikasi halal resmi dapat dilihat melalui laman dapurhalal.com di platform sosial media Facebook.

2) Informan tidak mengetahui ciri-ciri daging impor halal

Konsumen SR, Lm, DAA, DA, DhA, dan FW tidak yakin mengetahui ciri-ciri daging impor halal, dan tidak menyebutkan ciri-cirinya. Salah seorang dari mereka yakni Lm mengatakan bahwa, “Ya selama daging tersebut merupakan daging sapi, halal-halal aja dimakan.”

g. Tinjauan Kesadaran Informan dalam Mengonsumsi Daging Impor yang Halal

Informan DYN, WRP, RM, DJ, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, LMS, NRM, AR, Jp, EY, MIA, SH, INS, SA, VZ, Lm, DCN, IK, DAA, AMA, DA, dan NH serentak mengatakan, “Ya sadar” saat ditanya tentang kesadaran informan saat sedang mengonsumsi daging impor bersertifikasi halal.

Berbeda dengan informan lain, informan FW, DhA, dan SR justru menyatakan bahwa mereka tidak sadar sedang mengonsumsi daging impor yang halal.

h. Tinjauan Persepsi Konsumen tentang Penting atau Tidaknya Sertifikasi Halal Daging Impor beserta Tanggapan Konsumen tentang Jaminan Produk Daging Impor yang Halal di Kota Medan

Informan DYN, WRP, RM, DJ, RG, NR, PA, Ad, Sr, Sh, Arv, SAS, LMS, NRM, AR, Jp, EY, MIA, SH, INS, SA, VZ, Lm, DCN, IK, DAA, AMA, DA, FW dan SR menyatakan bahwa kejelasan dan kepastian terkait sertifikasi halal daging impor sangatlah penting dijamin oleh pemerintah. Hal ini diungkapkan lebih jelas oleh RM bahwa,

“Mengingat bahwa tidak semua konsumen teliti dan paham betul tentang konteks makanan halal dan haram, penting sekali ya bagi pemerintah memberikan kepastian sama kita. Gimana ya, hmm, kaya para ibu rumah tangga ajalah, yang belanja daging impor di supermarket. Mereka gak semuanya itu *concern* sama label halal, ya salah satunya mereka nganggap kalau uda beredar di pasaran ya udah halal.”

Hampir seluruh informan yang juga merupakan konsumen daging impor halal di Kota Medan sepakat, bahwa sertifikasi halal daging impor sangatlah penting sebagai bentuk pemenuhan jaminan hak-hak konsumen yang wajib dilakukan oleh pemerintah.

Berbeda dengan mayoritas informan, informan NH dan DhA justru menyatakan bahwa sertifikasi halal daging impor tidak terlalu penting. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan NH. “Menurut saya tidak penting ya, karna kalau sertifikasi daging sapi ya buat apa, itu uda dari importirnya sendiri sudah diatur kalau itu daging sapi, jadi ya memang halal. Jadi intinya daging yang diimpor itu daging apa, intinya itu sih.” Lebih lanjut, NH dan DhA berpendapat bahwa daging impor dalam hal ini adalah daging sapi sudah pasti halal, karena sapi itu sendiri halal dimakan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Data Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor di Kota Medan

Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan, penulis mencoba menganalisis pengetahuan dan pemahaman, serta kesadaran konsumen saat mengkonsumsi daging impor halal di Kota Medan.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat diperoleh hasil pengetahuan dan pemahaman konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan sebagai berikut.

- a. Terdapat 6 informan dengan persentase 18,75% informan yang mengaku tidak memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri sertifikasi halal daging impor di Kota Medan.
- b. Terdapat 26 informan dengan persentase 81,25% informan yang mengaku memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri sertifikasi halal daging impor di Kota Medan.

Bila dilihat dari data di atas, hampir seluruh informan mengaku mengetahui ciri-ciri daging impor bersertifikasi halal. Namun demikian, tidak semua informan memahami benar apa saja ciri-ciri sertifikasi halal daging impor. Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya konsumen yang mengatakan bahwa semua daging sapi adalah halal, dengan tidak lebih dulu mempertimbangkan proses sembelihan. Hal inilah yang masih banyak dipercayai kalangan masyarakat Kota Medan sampai saat ini, dimana stigma yang berkembang adalah bahwa semua daging sapi adalah halal, karena sapi pada dasarnya merupakan hewan yang halal dimakan dalam Islam.

Namun demikian, terdapat beberapa informan yang sangat selektif dalam memilih daging impor. Setelah diteliti, mereka adalah informan yang memiliki pengetahuan yang lebih memadai dibandingkan dengan informan lainnya. Selain itu, mereka mengatakan bahwa alasan kuat untuk bersikap selektif dalam memilih daging impor adalah sebagai bentuk keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt. Terdapat 2 informan, yakni RM dan SH dengan persentase 6,25% informan yang benar-benar memahami ciri-ciri daging impor halal, dengan menjadikan cara sembelihan sebagai faktor yang mesti diperhatikan benar. Mengingat bahwa tidak dapat dipastikan secara fisik perbedaan daging yang disembelih sesuai dengan syari'at, dengan daging yang disembelih tidak sesuai syari'at.

Selanjutnya, peneliti menganalisis kesadaran konsumen daging impor halal di Kota Medan saat mengonsumsi daging impor halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat 30 informan dengan persentase 93,75% informan

mengaku sadar sedang mengkonsumsi daging impor yang halal. Informan juga mengaku bahwa label halal menjadi daya tarik konsumsi sehingga mereka akhirnya memutuskan ingin mengkonsumsi daging impor.

Peneliti lalu melakukan analisis mendalam tentang kesadaran konsumen untuk memilih mengkonsumsi daging impor halal. Peneliti menanyakan persepsi konsumen terkait pengaruh dan akibat mengkonsumsi daging impor halal terhadap keadaan mental, psikis dan akhlak konsumen untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang kesadaran konsumen untuk memilih mengkonsumsi daging impor yang halal.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan terdapat 18 informan dengan persentase 56,25% informan menyatakan bahwa mengkonsumsi daging impor akan berpengaruh pada mental, psikis dan akhlak, yang nantinya akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini disebabkan karena daging yang masuk ke tubuh manusia akan menjadi darah daging. Apabila makanan tersebut halal dan baik, maka tubuh, pikiran dan perilakupun akan menjadi sehat. Begitupula sebaliknya.

Sehingga, meskipun hampir seluruh konsumen mengaku sadar sedang mengkonsumsi daging impor halal, namun hanya sebagian dari mereka yang benar-benar menyadari bahwa mengkonsumsi daging impor bukan hanya soal memenuhi keinginan dan kebutuhan akan makanan, namun juga merupakan tindakan perlindungan jasmani dan rohani sebagai hama yang beriman.

2. Analisis Persepsi Konsumen tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kota Medan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengetahuan dan pemahaman, serta kesadaran konsumen saat mengkonsumsi daging impor halal di Kota Medan, peneliti menemukan beberapa hal yang mesti dibahas lebih dalam dengan berdasarkan pada hukum syari'at Islam.

Pertama, halal dan haram di dalam Islam merupakan hal yang nampaknya sederhana, namun sebenarnya sangat mencerminkan keadaan keimanan dalam hati seseorang. Halal dan haram merupakan aturan Allah Swt. yang ditetapkan untuk

menjaga kehormatan manusia dan menjaga keseimbangan semesta, agar kehidupan bisa berjalan baik sebagaimana mestinya. Sehingga, bila aturan ini dilanggar maka terjadilah ketidakseimbangan yang akan merusak tujuan ditetapkan syari'at, yakni keseimbangan.

Syari'at dibuat sebagai pemandu manusia untuk berjalan di atas bumi dengan cara yang benar. Apabila manusia keluar dari jalan ini, maka bukan hanya ia pribadi yang akan tersesat, namun juga akan turut berdampak buruk pada manusia dan makhluk lainnya.

Salah satu bukti nyata yang telah dan sedang terjadi karena keluarnya manusia dari pedoman syari'at halal dan haram adalah merebaknya virus COVID-19 yang berasal dari Wuhan, China pada akhir tahun 2019 lalu yang diduga berasal dari kelelawar yang dijual dan dikonsumsi bebas di pasar Wuhan. Virus ini kemudian menular kepada manusia yang mengkonsumsi kelelawar tersebut. Manusia yang telah tertular selanjutnya mampu menularkan virus tersebut lewat *droplet* yang keluar saat bersin ataupun batuk.

Hingga kini, per tanggal 15 Juli 2020 setidaknya 13.445.299 orang di seluruh dunia telah terjangkit COVID-19 dengan jumlah pasien sembuh sebanyak 7.831.200 orang dan meninggal dunia sebanyak 580.230 orang.⁴ Virus ini mengakibatkan penurunan ekonomi dan masalah lain seperti terhambatnya pendidikan, dan sebagainya. Wabah yang pada awalnya hanya ada di salah satu kota di China, kini telah menjadi bencana dunia dengan ditetapkan COVID-19 sebagai sebuah pandemic oleh World Health Organization (WHO).

Hal di atas merupakan satu dari banyaknya contoh akibat menyelewengnya manusia dari syari'at halal dan haram yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, persoalan makanan halal dan haram bukanlah soal yang mudah, dan mesti menjadi perhatian bagi seluruh elemen masyarakat baik pemerintah, produsen maupun konsumen.

Pada dasarnya, hak untuk membolehkan dan melarang sesuatu adalah hak Allah Swt. sebagai konsekuensi dari sifat ketuhanan-Nya. Namun, jika ditelusuri lebih lanjut, hikmah dari pelarangan sesuatu adalah karena ia mempunyai

⁴Tribunjogja.com, "Data Terbaru Covid-19 di Seluruh Dunia". Diakses pada 15 Juli 2020

mudharat (potensi kerusakan) yang lebih besar dibanding *mashlahat* (kebaikannya).

Dalam perkara *syairah* (ritual penyembahan kepada Allah Swt.) yang sangat sedikit porsinya dalam kehidupan manusia baik waktu maupun intensitasnya, pengaturan tatacaranya sangatlah kaku dan seragam, disebabkan:

- a. Hak Allah Swt. untuk disembah dengan cara yang Dia kehendaki.
- b. Ketertiban dan keindahan yang dibentuk oleh keseragaman dan kerapian tata cara ritual tersebut.
- c. Kompleksitas perkembangan kehidupan manusia dari zaman ke zaman yang terus menerus berubah tidak akan memberikan pengaruh yang besar pada tata cara ritual tersebut.

Hal di atas sesuai dengan sabda Rasulullah Saw. dalam Sunan Tirmidzi Nomor 1648:

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ بْنُ مُوسَى الْفَزَارِيُّ حَدَّثَنَا سَيْفُ بْنُ هَارُونَ الْبُرْجُمِيُّ عَنْ سُلَيْمَانَ التَّمِيَّيِّ عَنْ أَبِي عَثْمَانَ عَنْ سَلْمَانَ قَالَ سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ السَّمْنِ وَالْجُبْنِ وَالْفِرَاءِ فَقَالَ الْحَلَالُ مَا أَحَلَّ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ وَالْحَرَامُ مَا حَرَّمَ اللَّهُ فِي كِتَابِهِ وَمَا سَكَتَ عَنْهُ فَهُوَ مِمَّا عَفَا عَنْهُ

“Telah menceritakan kepada kami Ismaill bin Musa Al Fazari berkata, telah menceritakan kepada kami Saif bin Harun Al Burjuni dari Sulaiman At Taimi dari Abu Utsman dari Salman ia berkata, “Rasulullah Saw. pernah ditanya tentang mentega, keju dan al fara (sejenis baju dari kulit).” Beliau lalu menjawab: “Halal adalah sesuatu yang telah Allah halalkan dalam kitab-Nya, dan haram adalah sesuatu yang telah Allah haramkan dalam kitab-Nya. Adapun yang Allah diamkan, maka itu adalah sesuatu yang Allah maafkan.” (Hadits ini hasan menurut Muhammad Nasiruddin Al Albani)

Penamaan atau istilah sesuatu dengan bahasa Arab tidak menjadikan sesuatu yang netral atau haram menjadi halal atau baik. Sesuatu menjadi halal atau

haram bukan karena namanya, namun karena *pertama*, halal dan haram adalah perintah dan larangan Allah Swt. terkait hal tersebut. *Kedua*, halal dan haram berkaitan dengan akibat yang ditimbulkan dari sesuatu yang diharamkan atau diharamkan tersebut.⁵

Sebagai konsumen, kita wajib mengetahui secara jelas setiap makanan yang masuk ke dalam tubuh. Oleh sebab itu, wajib pula bagi kita untuk memastikan bahwa makanan yang masuk adalah makanan yang *halalan thayyiban*, halal lagi baik, lezat, dan sehat. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Alqur'an surah al-Baqarah/2: 168 sebagai berikut.

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

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*⁶

Berdasarkan Tafsir Ibnu Katsir, dalam ayat ini Allah Swt. menjelaskan bahwa Dialah yang memberi rezeki semua makhluk-Nya. Untuk itu Allah Swt. menyebutkan sebagai pemberi karunia kepada mereka, bahwa Dia memperbolehkan mereka makan dari semua apa yang ada di bumi, yaitu yang diharamkan bagi mereka lagi baik dan tidak membahayakan tubuh serta akal mereka, sebagai karunia dari Allah Swt.⁷

Berdasarkan ayat di atas pulalah konsumen perlu memastikan, dan diberi kepastian oleh pemerintah maupun lembaga yang mempunyai wewenang terkait pemenuhan hak-hak konsumen untuk dapat mengkonsumsi makanan yang halal, dalam hal ini daging impor yang halal. Pemerintah harus menjamin hak konsumen

⁵Chandra Natadipurba, *Ekonomi Islam 101*, (Bandung: PT Mobidelta Indonesia, 2016), h. 231

⁶Kementrian Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, h. 25

⁷Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Asy-Syeikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, Terj. Muhammad Abdul Ghafar, *et. al.*, (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), h. 319-320

tersebut terpenuhi, sebagaimana kehendak Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang telah ditetapkan.

Setelah ditemukan banyaknya penemuan daging sapi ilegal yang beredar di masyarakat, maka dalam hal ini konsumen mesti meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya terhadap daging sapi yang akan dikonsumsi. Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil 81,25% konsumen memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri daging impor halal, hingga akhirnya mau mengonsumsi daging tersebut.

Angka di atas memang cukup besar, namun menurut ukuran syari'at, ketetapan hukum Allah bukanlah sesuatu yang bisa ditawar-tawar, kecuali dalam keadaan darurat berdasarkan penilaian syari'at. Mestinya, konsumen daging impor di Kota Medan harus lebih memahami dampak konsumsi makanan yang mereka belum ketahui jelas halal dan haramnya. Dalam hal inilah dapat dilihat bahwa jaminan hak konsumen mesti diberikan pemerintah secara jelas. Lembaga terkait harus lebih serius memberikan perhatian terkait status kehalalan seluruh daging sapi impor yang masuk ke Kota Medan.

Kedua, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesadaran konsumen menjadi hal yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen, yang nantinya akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengonsumsi daging impor.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, 93,7% konsumen mengaku memiliki kesadaran terkait daging impor yang mereka konsumsi mesti daging impor yang halal. Namun, setelah dilakukan analisa mendalam, hanya 56,27% konsumen yang benar-benar memilih mengonsumsi daging impor halal karena kesadaran mereka akan pengaruh buruk daging yang belum tentu jelas status kehalalannya.

Sebagai tambahan, selama proses penelitian peneliti melakukan analisa terkait kemungkinan penyelewengan yang ada dalam proses sertifikasi halal daging impor. Peneliti lalu menemukan sebuah artikel yang banyak beredar bahwa terdapat beberapa jenis daging impor seperti wagyu, yang merupakan daging sapi impor yang berasal dari Jepang. Wagyu merupakan daging sapi impor yang banyak diminati karena teksturnya yang *juicy* dan lembut, dengan motif

marmer pada permukaan daging. Selain itu, kualitas daging wagyu yang sangat baik menyebabkan daging ini memiliki banyak peminat.

Dalam beberapa sumber disebutkan bahwa salah satu sebab unggulnya daging tersebut adalah karena selama proses pertumbuhan, sapi diberi panganan bir untuk menambah nafsu makan dan menghasilkan cita rasa daging yang lebih enak. Selain itu, daging wagyu hanya diproduksi di Jepang.⁸

Meskipun kini terdapat RPH (Rumah Potong Hewan) wagyu di Jepang yang telah memiliki sertifikasi halal MUI, hal ini tidak menutup munculnya keraguan dalam masyarakat tentang kepastian hukum kehalalan daging tersebut.

Dari laman Dream.com,⁹ disebutkan bahwa di beberapa negara kerap didengar peternak mempunyai perlakuan khusus dalam memelihara sapi, seperti pemberian kandang eksklusif, pemberian pakan pilihan dan pemijatan otot, bahkan ada peternak yang memberikan minum sapi-sapinya dengan arak. Cara tersebut dilakukan agar sapi memiliki nafsu makan yang meningkat, sehingga dagingnya mampu menghasilkan kualitas yang sangat baik.

Menyikapi hal ini, dikutip dari *NU Online*, khamr atau biasa dikenal dengan alkohol termasuk benda kotor yang haram dikonsumsi oleh umat Islam. Demikian pula bila khamr diberikan sebagai pakan sapi, daging tersebutpun dinilai kotor. Terkait hal ini, hewan halal yang mengkonsumsi benda kotor atau zat yang diharamkan disinggung dalam Hadis Riwayat Tirmidzi.

Dalam hadis tersebut, Rasulullah menyarankan sahabat untuk menunda menyembelih hewan yang makan benda haram selama beberapa hari untuk diberikan pakan halal lagi bersih.

Berdasarkan hadis ini, para ulama menyatakan mengonsumsi daging hewan yang sebelumnya diberikan pakan haram hukumnya adalah makruh. Hal ini senada dengan perkataan Syeikh Abu Zakaria dalam Syarah Tharir, bahwa makruh hukumnya mengonsumsi hewan pemakan kotoran baik itu hewan ternak, ayam, atau hewan selain keduanya. Kemakruhan tersebut meliputi anggota tubuh hewan

⁸Syifa Nuri Khairunnusa, "Apa Itu Wagyu? Sejarah Sapi Khas Jepang dan bagaimana Sapi Dipelihara", <https://travel.kompas.com>. Diakses pada 20 Juli 2020

⁹Ahmad Baiquni, "Sapi Diberi Minum Arak, Halalkah Dimakan?". Diakses pada 9 Juli 2020

pemakan kotoran seperti susu, telur, daging, bulu, atau mengendarainya tanpa alas. Makruh ini dikarenakan ada perubahan pada dagingnya yang mencakup rasa, bau, dan warnanya. Menyantap hewan ini hukumnya makruh hingga hewan tersebut dibiarkan hidup beberapa waktu agar memakan makanan yang suci. Tujuannya adalah agar tubuh hewan tersebut kembali bersih dengan sendirinya tanpa bantuan sesuatu (mencucinya hingga bersih).

Berdasarkan penjelasan di atas, tentu konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengetahui pakan, maupun sah atau tidaknya proses sembelihan di negara importir. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap konsumen, hampir seluruhnya menyatakan bahwa mereka memiliki kesadaran terhadap konsumsi daging impor halal atas dasar adanya sertifikasi halal.

Hal ini jugalah yang menjadi sebab yang jelas, mengapa persoalan sertifikasi halal daging impor harus menjadi perhatian serius bagi konsumen, produsen, dan pemerintah sebagai penjamin terpenuhinya hak-hak konsumen untuk memperoleh daging impor yang halal sesuai dengan kehendak syari'at.

Ketiga, selain saat ini produk halal mulai memiliki pasarnya sendiri, pasar halal sudah menjadi pasar dunia dan memiliki peluang pertumbuhan yang sangat besar. Terdapat 28 informan atau 87.5% informan mengakui bahwa hal pertama yang menjadi daya tarik untuk mengkonsumsi daging impor adalah karena status kehalalannya.

Uraian-uraian di atas juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Iis Sutardi, dengan judul jurnal "Analisis Perspesi Konsumen tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syari'ah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis" yang menyatakan bahwa berdasarkan analisis perspesi konsumen tentang labelisasi halal pada pembelian produk makanan impor dalam kemasan ditinjau perspektif ekonomi syari'ah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis sebesar 74% responden menjawab memilih. Berdasarkan persentase tersebut,

perspsi responden secara umum dinilai “Baik” tentang labelisasi halal produk impor.¹⁰

Uniknya, Indonesia sebagai negara mayoritas Muslim terbesar di dunia yang memiliki banyak destinasi wisata tentu akan semakin berkembang melalui konsep wisata halal. Artinya, bukan hanya masyarakat dalam negeri namun juga wisatawan mancanegara akan menjadi konsumen wisata halal di Indonesia.

¹⁰Iis Sutardi, “Analisis Persepsi Konsumen tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis”, dalam *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, VIII (1), 2019 h. 84

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada 1 orang informan utama dan 32 orang informan pendukung yang merupakan konsumen daging impor halal di restoran dan retail Kota Medan, peneliti menyimpulkan terdapat tiga faktor penting yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen, yakni pengetahuan dan pemahaman yang akan membentuk kesadaran konsumen. Selain itu, budaya permisif yang sudah ada di kalangan masyarakat juga menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen tentang labelisasi halal daging impor di Kota Medan.

Atas dasar hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa 26 orang, atau 81,25% konsumen daging impor halal di Kota Medan memiliki pengetahuan bahwa sertifikasi halal itu dibutuhkan untuk memenuhi hak-hak konsumen dalam mengkonsumsi daging impor. Selain itu, informan memiliki kesadaran akan pentingnya mengkonsumsi daging impor yang halal. Kesadaran tersebut mempengaruhi persepsi informan dan mendorong informan untuk mengkonsumsi daging impor yang halal. Terdapat 30 orang atau 93,7% informan yang menyadari pentingnya mengkonsumsi daging impor yang halal.

Artinya berdasarkan analisis pengetahuan informan, terdapat 81,25% konsumen mengkonsumsi daging impor yang halal atas dasar pertimbangan syari'at dan 93,7% konsumen memiliki kesadaran sebagaimana yang dikehendaki syari'at tentang konsumsi daging impor halal.

Melihat dari tingginya faktor pengetahuan dan kesadaran konsumen tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan, peneliti juga menyimpulkan bahwa dalam hal ini, Kota Medan merupakan wilayah dengan pangsa pasar *halal market* yang berpeluang besar mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini, konsep *halal market* selain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, juga mampu menjadi syiar agama Islam lewat konsep halal yang memiliki begitu banyak keunggulan dalam berbagai bidang kehidupan.

B. Saran

Adapun saran yang bisa peneliti tuliskan dalam tulisan ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Konsumen

Konsumen Muslim hendaknya meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya memperhatikan dan memastikan kehalalan makanan apapun yang masuk ke dalam tubuh. Hal ini dapat ditempuh dengan cara memperhatikan label halal yang ada pada kemasan produk sebelum konsumen melakukan transaksi pembelian. Konsumen harus menjadi lebih selektif dan aktif dalam memberikan informasi jika terdapat produk-produk daging impor yang tidak jelas kehalalannya.

2. Bagi Produsen

Dalam hal ini, produsen atau importir harus menjalankan proses sertifikasi halal dengan jujur dan benar. Produsen hendaknya tidak melakukan tindakan ilegal terkait labelisasi atau sertifikasi halal daging impor dan tetap menyematkan label halal yang sudah melewati proses sertifikasi halal oleh lembaga terkait.

3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Berwenang

Selain konsumen dan produsen, pemerintah sebagai penjamin terpenuhinya hak-hak konsumen untuk mendapatkan jaminan halal produk daging impor, mesti bertindak lebih aktif dalam mensosialisasikan pengetahuan tentang label halal kepada konsumen. Memberikan ruang yang lebih mudah namun tidak lengah, serta sosialisasi peluang pasar halal pada produsen secara lebih aktif untuk meningkatkan semangat *Halal Lifestyle* yang mampu menjadi motivasi bagi produsen untuk meningkatkan pengawasan terhadap produknya sendiri.

Hal harus diperhatikan secara serius oleh pemerintah adalah pemberlakuan dan pelaksanaan secara penuh Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang mengharuskan setiap produsen mencantumkan label halal, sehingga konsumen memiliki jaminan yang pasti terhadap makanan yang dikonsumsinya. Selain itu, pemerintah harus melakukan pengawasan secara teliti, menyeluruh, dan jujur, sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-undang, dan syari'at dari Allah Swt.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Asy-Syeikh. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, Terj. Muhammad Abdul Ghafar, et. al. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2004
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: Jejak Produsen Industri Halal. Jurnal Ahkam XVI (2)*, 2018
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2019
- Baiquni, Ahmad. *Sapi Diberi Minum Arak, Halalkah Dimakan?*. <https://www.dream.co.id>
- Baroroh. *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008
- Barkatulah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*. Bandung: Nusa Media, 2008
- Budiarto, Eko. *Biostatistika*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2001
- Durianto, Darmadi. *et. al. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Emzir. *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo, 2011
- Firmansyah, Anang. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning and Strategy*. Penerbit Qiara Media, 2019
- Firmansyah, Muhammad Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Gaspers, Vincent. *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Global Religious Futures. <http://globalreligiousfutures.org>
- Hasbiyallah. *Fikih untuk Kelas VIII MTs*. Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008
- Heryana, Ade. *Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif*. <https://www.researchgate.net>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.web.id/>
- Imsar, *et. al. Ekonomi Mikro Islam*. Buku Diktat, 2017

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Buntut Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 2002
- Istijanto. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Kartini. *Penerapan Al-Amr, Al-Nahy, dan Al-Ibahah sebagai Kaidah Penetapan Hukum*, Jurnal al-‘Adl. IX (1), 2016
- Kementrian Agama RI. *Mushaf Al-Qur’an Terjemah*. Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2013
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas Jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2019
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LP-POM MUI*. Jakarta, 2008
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Ed. 1*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006
- Nasrullah, Aan. *Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha di Indonesia*. Jurnal Studi Islam dan Muamalah, VI (1). <http://ejournal.kopertais4.or.id>, 2018
- Natadipurba, Chandra. *Ekonomi Islam 101*. Bandung: Mobidelta Indonesia, 2016
- Notoatmodjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005
- Khairunnusa, Syifa Nuri. *Apa Itu Wagyu? Sejarah Sapi Khas Jepang dan bagaimana Sapi Dipelihara*. <https://travel.kompas.com>
- Panorama, Maya. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: IDEA, 2017
- Prastyo, Eko. *Ternyata Penelitian Itu Mudah*. Penerbit eduNomi, 2015
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016
- Risa, Mey. *Ekspor dan Impor*. Banjarmasin: Poliban Press, 2018
- Ristanti, Qommarria. *Makanan Halal Kini Jadi Kebutuhan Non Muslim Pula*, <https://www.republika.co.id>.
- Rosmawati. *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Kencana, 2018

- Rossanty, Yossie *et. al.* *Consumer Behavior in Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Budi Utama, 2018
- Sari, Dewi Kurnia dan Ilyda Sudardjat. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. I (4), 2013
- Sarwono, Jonathan. *Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Soeroso, Andreas. *Sosiologi 2*. Quadra, 2008
- Supranto, J. *Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global*. Jakarta: Salemba Empat, 2007
- Suryan. *Makanan yang Halal dan Haram*. Mitra Aksara Panaitan
- Sutardi, Iis. *Analisis Persepsi Konsumen tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis*. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. VIII (1), 2019
- Tarigan, Azhari Akmal. *Etika dan Spiritualitas Bisnis*. Medan: IAIN Press, 2016
- Tarjo. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2019
- Tribunjogja.com. *Data Terbaru Covid-19 di Seluruh Dunia*. <https://tribunjogja.com>
- Usmawati, Devi *et. al.* *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi di Provinsi Sumatera Utara*
- Wahyuni, Meika. *Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*. Skripsi Ekonomi Islam FEBI, UIN Walisongo Semarang, 2015
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. *Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian*. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia, 2010

LAMPIRAN

A. Daftar Pertanyaan MUI Kota Medan

Pertanyaan untuk Informan Skripsi

“Analisis Persepsi Konsumen tentang Sertifikasi Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari’ah di Kota Medan”

1. Latar Belakang Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Profesi :

Alamat :

2. Daftar Pertanyaan

- a. Bagaimana pandangan Ustadz, tentang tren konsumsi halal di Kota Medan?
- b. Berdasarkan wawancara yang telah saya lakukan dengan 32 orang informan yang merupakan konsumen daging sapi impor halal di Kota Medan, saya menyimpulkan terdapat tiga masalah yang sedang tumbuh terkait tren halal, dimana pemerintah masih terkesan pasif, produsen malas mendaftarkan produknya agar memperoleh sertifikasi halal karena satu dan lain hal, serta masyarakat yang masih apatis terhadap sertifikasi halal itu sendiri. Ketiga kondisi ini menyebabkan minimnya kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal, yang merupakan hal yang sangat serius dalam Islam. Bagaimana pandangan Ustadz terkait hal di atas?
- c. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, “*Setiap daging (anggota tubuh) yang tumbuh dari makanan haram, maka menjadi makanan api neraka*”. Berdasarkan hadits ini, apakah mengkonsumsi daging yang tidak halal, atau masih belum jelas kehalalannya bagi konsumen, akan sangat berpengaruh pada mental dan psikis konsumen secara jelas berdasarkan syari’at?

- d. Bagaimana tanggapan Ustadz, tentang banyaknya produsen yang mengklaim halal produknya tanpa melewati proses sertifikasi oleh MUI lebih dulu? Sebagaimana diketahui banyak klaim dan label halal tidak resmi yang beredar di masyarakat.
- e. Berdasarkan penelitian terhadap 32 informan, saya menemukan hampir seluruh informan memiliki pendapat bahwa setiap daging sapi yang diimpor, pasti halal. Karena sapi merupakan hewan yang halal dimakan. Sebagian besar mengabaikan proses sembelih, panganan, dan sebagainya. Bagaimana syari'at memandang hal ini?
- f. Bagaimana MUI melakukan control dan pengawasan terhadap Rumah Potong Hewan (RPH) dan produk daging sapi impor yang telah memperoleh sertifikasi halal?
- g. Berdasarkan penelitian yang telah penanya lakukan, terdapat banyak konsumen yang masih memiliki pengetahuan dan perhatian yang minim terhadap sertifikasi dan labelisasi halal daging sapi impor. Apa langkah yang ditempuh MUI Medan untuk mengedukasi konsumen, dan menimbulkan kesadaran bahwa masalah halal dan haram dalam makanan adalah masalah yang serius dan utama?
- h. Menurut Ustadz, apa yang mesti diperbaiki pada masyarakat kota Medan, terkait konsumsi daging sapi impor halal, berdasarkan temuan-temuan yang peneliti temukan saat melakukan penelitian?

B. Daftar Pertanyaan Konsumen

Pertanyaan untuk Informan Skripsi

“Analisis Persepsi Konsumen tentang Sertifikasi Halal Daging Impor Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah di Kota Medan”

3. Latar Belakang Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Profesi :

Alamat :

4. Daftar Pertanyaan

Persepsi

- a. Apakah Saudara pernah mengonsumsi daging impor bersertifikasi halal?
- b. Apakah Saudara mengetahui bahwasanya daging impor yang Saudara konsumsi merupakan daging impor bersertifikasi halal?
- c. Antara kebutuhan dan keinginan, manakah yang membuat Saudara memilih untuk mengonsumsi daging impor bersertifikasi halal?
- d. Menurut Saudara, apakah pengalaman orang lain seperti teman atau kerabat saat mengonsumsi daging impor bersertifikasi halal turut mempengaruhi keputusan Saudara untuk mengonsumsi daging impor bersertifikasi halal?
- e. Apakah mengonsumsi daging impor yang bersertifikasi halal memiliki pengaruh yang baik bagi mental, psikis ataupun akhlak Saudara?
- f. Apakah agama menjadi faktor utama Saudara mengonsumsi daging impor yang memiliki sertifikasi halal?

Sertifikasi Halal

- g. Apakah Saudara mengetahui ciri-ciri produk daging impor bersertifikasi halal?

- h. Apakah Saudara menyadari produk daging impor yang Saudara konsumsi memiliki sertifikasi halal atau tidak?
- i. Bagaimana pendapat Saudara tentang sertifikasi halal daging impor di Kota Medan? Apakah penting atau tidak? Kenapa?

C. Data Penelitian

Nasma	Pernah/tidak konsumsi daging impor	Tahu/tidak bahwa daging tersebut impor	Konsumsi karena kebutuhan/keinginan	Pengalaman orang lain mempengaruhi konsumsi/tidak	Berpengaruh baik/tidak pada mental dan psikis	Apakah agama menjadi factor utama/tidak	Ciri-ciri daging impor	Sadar/tidak sedang konsumsi daging impor	Penting/tidak sertifikasi halal daging impor
SR	Pernah	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak tahu	Tidak	Sangat penting
NH	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Tidak	Tidak	Label halal	Sadar	Tidak penting
DYN	Pernah	Tahu	Keinginan (suka)	Ya	Ya (meningkatkan kesehatan mental)	Ya	Harga daging impor halal lebih mahal	Sadar	Sangat penting
VZ	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Tidak juga	Ya	Tekstur, logo halal	Sadar	Penting
MIA	Pernah	Tidak, tapi tokonya halal	Keinginan, karena harganya mahal	Ya	Tidak juga, tapi karena ingin dan terwujud jadi ada rasa senang	Ya	Logo halal, keterangan karyawan	Sadar	Penting

Lm	Pernah	Tahu	Keinginan	Tidak	Ya tentu	Ya pasti	Tidak tahu	Logo halal MUI	Sangat penting (kesehatan tubuh)
DCN	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Berpengaruh pada perilaku	Ya	Label halal	Sadar	Sangat penting. (berkaitan dengan Kesehatan fisik dan psikis)
IK	Pernah	Tidak	Keinginan	Ya	Ya, mempengaruhi perilaku	Ya	Label halal	Sadar	Penting
DAA	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya, mempengaruhi perilaku	Ya	Tidak tahu	Sadar (cari tahu dulu sebelum makan)	Penting
AMA	Pernah	Tahu (dijelaskan)	Keinginan	Ya	Biasa saja	Ya. Halal adalah terbaik.	Kurang tahu	Sadar (dijelaskan restoran)	Sangat penting

DAA	Pernah	Tahu (dijelaskan restoran)	Kebutuhan (sbg Muslim)	Ya	Ya (nikmat)	Ya	Tidak tahu	Sadar (saya tanya lagi kalua mau makan)	Penting (mayoritas Medan Muslim)
DhA	Pernah	Tahu	Keinginan	Tidak juga	Tidak terlalu	Ya	Kurang tahu	Tidak	Tidak terlalu suka, jadi tidak penting
WRP	Pernah	Tahu (sertifikat halal toko)	Keinginan	Ya	Ya. Pada perilaku	Ya	Sedikit tahu, ada label halal	Sadar	Penting (mayoritas Muslim)
RM	Pernah	Tahu (selektif)	Antara keduanya	Tidak (cari tahu sendiri dulu)	Ya. Agar tidak memiliki sifat seperti yang diharamkan	Ya	Label halal MUI, izin BPOM, <i>Expired date</i> , dan warna, bau, tekstur, serta negara importir.	Ya	Sangat penting (menjamin hak konsumen)

DJ	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya pada perilaku	Ya	Tekstur, warna, logo halal.	Ya	Sangat Penting
SH	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya (halal/tidak. Enak/tidak)	Tidak terlalu	Ya	Logo halal, proses sembelih, keterangan karyawan	Sadar	Sangat penting (pemerintah harus menjamin hak, karena tidak semua muslim teliti)
FW	Pernah	Tidak tahu, yakin saja	Keinginan	Ya	Berpengaruh baik pada periaku	Ya	Kurang tahu	Tidak, terlihat sama saja sekilas	Penting (menjamin hak konsumen)
INS	Ya	Tahu	Keinginan	Ya	Mungkin iya	Ya	Logo halal, tulisan arab, pengunjung banyak berhijab	Sadar	Penting (meyakinkan konsumen)

RG	Pernah	Tahu	Keinginan	Berpengaruh	Ya karena menimbulkan perasaan senang	Ya	Label halal, izin BPOM, harga yang cenderung lebih tinggi	Sadar	Sangat penting
NR	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Tentu, karena menikmati	Ya	Label halal, izin BPOM, harga yang relative lebih tinggi	Sadar	Ya, untuk menjamin hak konsumen
PA	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya pada perilaku	Ya	Label halal, izin BPOM, harga yang lebih mahal	Sadar	Sangat pentingn
Ad	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya pada perilaku	Ya	Label halal, izin BPOM, harga tinggi	Sadar	Sangat Penting
Sr	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya, mempengaruhi akhlak	Ya	Label halal, izin BPOM, harga yang lebih mahal	Sadar	Sangat Penting
Sh	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya , berpengaruh pada sikap	Ya	Label halal, izin BPOM, harga tinggi	Sadar	Sangat Penting

Arv	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya berpengaruh pada sikap	Ya	Label halal, izin BPOM, harga mahal	Sadar	Sangat Penting
SAS	Pernah	Tahu	Keinginan	Ya	Ya berpengaruh pada sikap	Ya	Label halal dan kemasan	Sadar (setelah dicek)	Sangat penting (daya tarik)
SA	Pernah	Tahu dari pihak resto, walau tidak ada logo halal resto, pegawai muslim berhijab	Keinginan, setelah jelajah Instagram. Ingin mencoba lagi.	Ya. Review rasa dan suasana tempat	Tidak terlalu	Ya, sesuai perintah agama	Tanya ke resto. Saya pilih daging yang saya tahu ciri-cirinya mirip seperti daging sapi.	Sadar	Sangat penting (wajib halal, harus tahu daging itu halal/tidak, took mesti tunjukkan label halal)

LMS	Pernah	Ya (setelah diyakinkan)	Keinginan (diundang pemilik)	Ya	Bisa jadi, yang paling penting suasana saat makan	Ya	Karena tak bisa menyaksikan proses sembelihan, lebih ke bagaimana toko menjaga klaim halal mereka	Sadar	Sangat penting. Dulu pemerintah member arahan segala daging impor halal, tidak tahu sekarang.
NRM	Pernah	Tidak tahu, menurut <i>google</i> halal	Keinginan	Ya	Tidak berpengaruh buruk karena sudah izin BPOM	Ya, wajib	Tekstur warna merah terang, lemaknya kekuningan, serat tipis dan kenyal.	Sadar	Penting sekali sebagai pelaksanaan agama.

AR	Pernah	Tahu, ada label halal di restoran. Saya yakin restoran besar itu diawasi BPOM, Disperindag dan MUI	Kebutuhan	Ya	Pasti mempengaruhi	Ya tentu	Label MUI, izin BPOM	Sadar	Penting sekali
Jp	Pernah	Tahu, tertera di daftar menu	Kebutuhan	Sangat mempengaruhi, terutama rekomendasi orang terdekat terpercaya	Sangat mempengaruhi	Ya	Tidak terlalu, hanya dari review orang terpercaya	Sadar	Penting

EY	Pernah	Tahu, cek di halalan kitchen	Kebutuhan	Iya sangat mempengaruhi	Sangat berpengaruh, terutama pada akhlak karena yang masuk ke badan menjadi darah daging	Ya	Saya beli di tempat yang amanah, dan ada logo halal nya	Sadar	Sangat penting, pemerintah juga jangan mempersulit. untuk menjamin hak dan kesehatan lahir bathin konsumen.
----	--------	------------------------------	-----------	-------------------------	--	----	---	-------	---