

## Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Sertifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan

### Analysis Of Consumer Perceptions Towards Halal Certification At Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan

Azizah Miftahul Janah<sup>1</sup>, Ahmad Makhtum<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura, Jalan Raya Telang, Perumahan Telang Indah, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur, 69162, Indonesia

<sup>2</sup>Dosen Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

\*E-mail: [azizahmiftah156@gmail.com](mailto:azizahmiftah156@gmail.com)

Submit: 2023-10-28

Revisi : 2023-11-03

Disetujui: 2023-11-10

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengalaman masyarakat muslim sebagai konsumen yang kurang memperhatikan bahkan mengabaikan pencantuman sertifikasi halal pada produk yang dipasarkan produsen kepada konsumen. Padahal sertifikasi halal untuk menjamin suatu produk dan bahan yang digunakan halal sesuai syariat islam. Pendekatan kualitatif bersifat deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer dan sumber data sekunder yang digunakan pada penelitian ini. Selanjutnya digunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat dua persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan yaitu konsumen berpendapat bahwa sertifikasi halal itu penting dan konsumen berpendapat bahwa sertifikasi halal tidak penting. Konsumen yang menganggap penting adalah konsumen yang mempertimbangkan bahwa sertifikasi halal merupakan keputusan pembelian dalam sebuah produk makanan dan konsumen mengetahui bahwa untuk menjamin kehalalan suatu produk adalah dengan adanya label halalnya. Sementara itu konsumen yang menganggap hal tersebut tidak penting justru tidak mempertimbangkan sertifikasi halal pada produk makanan tersebut.

**Kata Kunci :** Sertifikasi Halal, Persepsi, Konsumen

#### ABSTRACT

This research aims to find out how consumers perceive halal certification at the Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan restaurant. This research is motivated by the experience of the Muslim community as consumers who pay little attention and even ignore the inclusion of halal certification on products marketed to consumers by producers. In fact, halal certification guarantees that a product and its ingredients are halal according to Islamic law. A qualitative descriptive approach was used in this research. Primary and secondary data sources used in this research. Next, data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation were used. Based on the results of research that has been carried out, there are two consumer perceptions of halal certification at the Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan restaurant, namely consumers think halal certification is important and consumers think halal certification is not important. Consumers who consider it important are consumers who consider that halal certification is a purchasing decision for a food product and consumers know that to guarantee the halalness of a product is to have a halal label. Meanwhile, consumers who think this is not important do not consider halal certification for these food products.

**Keywords:** Halal Certification, Perception, Consumer

DOI: 10.31949/maro.v6i2.7198

## 1. PENDAHULUAN

Islam telah menguasai seluruh bagian dari eksistensi manusia, baik yang berhubungan erat dengan sang Pencipta (*khaliq*) maupun yang berhubungan dengan kegiatan manusia dalam menjalankan kehidupannya. Hal ini tidak memungkinkan orang untuk menjalankan sistem moneter baik dalam hal keuangan atau hal-hal yang lain. Makanan merupakan kebutuhan penting bagi seluruh umat manusia. Saat menentukan makanan sebagian besar konsumen fokus pada rasa dan mengabaikan status halal-nya. Sesuai dengan anjuran islam konsumen muslim menginginkan barang yang akan mereka konsumsi sudah terjamin kehalalannya. Oleh karena itu ajaran islam sangat menjunjung tinggi dalam penentuan produk halal, haram, dan produk yang belum jelas asalnya.

Produk makanan halal adalah masalah yang perseptif guna kalangan konsumen. Selain itu Indonesia merupakan pasar konsumen muslim yang sangat potensial. Pemerintah bertanggung jawab penuh untuk melindungi seluruh konsumen khususnya yang berkepentingan dengan produk halal yang beredar di pasaran. Oleh karena itu produsen harus memikul tanggung jawab secara penuh dari segi hukum, etika, dan moral atas produk yang mereka distribusikan jika mengandung bahan-bahan yang tidak memenuhi standar yang disepakati. (Ali et al., 2016)

Perkembangan *fast food* di Indonesia belakangan ini meningkat. Hal ini terjadi di negara-negara yang penduduknya mayoritas beragama islam, seperti Indonesia. Meskipun di Indonesia adalah negara mayoritas muslim, namun pengetahuan orang-orang Indonesia terhadap pentingnya makanan halal dan sertifikasi halal masih rendah. Persoalan tersebut bermula dari asumsi masyarakat bahwa karena umat islam merupakan mayoritas, maka semua produk yang diperdagangkan oleh umat islam sudah pasti halal tanpa adanya jaminan lebih lanjut. Halal itu penting tidak hanya bagi kesehatan tetapi juga bagi etika yang berbanding lurus dengan keyakinan dan ketaqwaan. Makanan yang masuk ke dalam tubuh seseorang diyakini mempengaruhi sikap dan perilakunya. Oleh karena itu islam menetapkan pedoman untuk memperhatikan dengan seksama setiap makanan yang dikonsumsi. Makanan tersebut harus halal dan baik (*halalan thayyiban*). (Wahyuni Meika, 2015)

Makanan yang sudah memenuhi kategori halal dan baik akan lebih diminati kalau produk makanan tersebut sudah memiliki sertifikasi halal. Sertifikat halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Cara untuk memperoleh sertifikasi halal dengan melakukan pemeriksaan terhadap bahan, proses pembuatan, dan sistem jaminan halal untuk memastikan produk tersebut mencukupi standar Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). (Shofiyah & Qadariyah, 2022)

Konsumen yang beragama islam dapat memastikan produk mana yang boleh dikonsumsi di rumah makan siap saji, terutama yang perusahaannya telah mendapatkan sertifikasi halal. Namun masih banyak konsumen yang tetap membeli produk untuk dikonsumsi dengan keyakinan bahwa produk tersebut dihasilkan langsung dari bahan baku yang tidak memenuhi kategori halal, tanpa mempertimbangkan faktor lain yang dapat mempengaruhi kehalalan produk yang secara fisik halal namun memiliki campuran. bahan yang digunakan, proses produksi, dan lain-lain. Konsumen memilih membeli suatu produk makanan karena alasan seperti harga yang murah, rasa yang enak, terkenal, dan sebagainya tanpa berfokus pada kehalalan produk tersebut secara keseluruhan.

Peneliti tertarik melakukan penelitian di Kabupaten Bangkalan yang memiliki *trend* berkembangnya UMKM. UMKM yang menjadi ciri khas di kabupaten Bangkalan adalah Bebek Sinjay. Uniknya, rumah makan ini tidak hanya terkenal di daerah tertentu saja, tetapi rumah makan ini sudah hampir menjamur di seluruh penjuru nusantara. Rumah makan Bebek Sinjay adalah salah satu rumah makan yang paling banyak diminati konsumen dan sudah tersebar diseluruh daerah nusantara. Sebagai konsumen harus benar-benar memperhatikan bahwa

kehalalan suatu produk itu penting karena dari banyaknya kasus yang beredar sekarang, banyak rumah makan yang masih menggunakan bahan tidak *thayyib* sehingga dapat membahayakan konsumen. (Sabila Aidah, 2022)

Allah telah menentukan apa yang boleh, dilarang, dan dihindari termasuk larangan mengonsumsi produk haram. Pemahaman dan kepedulian terhadap makanan yang diperbolehkan menurut syariat Islam tidak diragukan lagi halalnya. Memastikan makanan halal di sebuah rumah makan sangat penting dalam Islam di era global ini, karena banyak laporan tentang bahan-bahan yang berbahaya atau tidak layak untuk dikonsumsi. Namun masih banyak konsumen yang tidak peduli dengan hal ini.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Philip Kotler adalah proses seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan masukan informasi sehingga membentuk suatu gambaran yang memiliki arti. Persepsi merupakan respon langsung terhadap suatu interaksi dimana seseorang mempelajari beberapa hal dengan menggunakan panca inderanya. Dalam arti sempit persepsi adalah pengamatan bagaimana individu menatap sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pemahaman tentang bagaimana individu melihat atau menggambarkan sesuatu. Persepsi memegang peranan penting dalam hal penentuan posisi karena manusia menafsirkan suatu objek lewat persepsi. Persepsi yaitu fungsi kognitif yang dimulai dengan penginderaan dan berlanjut ke pengelompokan, pengklasifikasian, penguraian, dan menghubungkan berbagai rangsangan. (Wahyuni et al., 2023)

Proses persepsi adalah proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan individu. Objek yang ditangkap oleh panca indera akan memperoleh struktur dan konstruksi seiring dengan berkembangnya pengalaman dan pembelajarannya. Sedangkan pengetahuan akan memberikan hal-hal yang akan ditangkap oleh individu dan pada akhirnya bagian individu akan berperan dalam membuktikan aksesibilitas jawaban berupa sikap dan perilaku individu terhadap tujuan yang ada. Persepsi terjadi sebagai akibat interaksi motivasi yang diberikan kepada seseorang untuk menghasilkan informasi yang kemudian diterima secara berbeda oleh setiap individu. Setiap orang menerima informasi dengan antusias atau tidak terlalu memperhatikan informasi yang diterimanya. Hal ini terjadi karena persepsi setiap orang dalam menerima informasi berbeda-beda. (Muawwanah Siti, 2022)

Bimo Walgito mengungkapkan bahwa indikator persepsi terjadi melalui beberapa tahapan dan proses, yaitu:

- a. Penyerapan merupakan suatu objek yang diterima melalui panca indera seperti pendengaran, penglihatan, peraba, dan penciuman, yang menghasilkan gambaran, kesan, dan reaksi.
- b. Pengetahuan atau pemahaman berkembang setelah adanya tahap penyerapan yang dibandingkan dengan bentuk pengetahuan atau pemahaman.
- c. Evaluasi atau penilaian merupakan tahap akhir dan setiap individu mempunyai penilaian yang berbeda-beda walaupun objeknya sama karena persepsi bersifat subjektif. (Bimo Walgito, 2003)

### Pengertian Konsumen

Menurut buku Prinsip Pemasaran karya Philip Kotler konsumen adalah orang-orang yang membeli atau menggunakan suatu barang. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, atau orang lain dan tidak untuk tujuan komersial. (Nadhiroh Ummu, 2020) Jadi dapat dipahami bahwa konsumen didefinisikan sebagai setiap individu pengguna barang dan jasa yang menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya bukan untuk diperdagangkan kembali. (Mahanani Astyasari, 2017)

### Sertifikasi Halal

Proses perolehan sertifikat halal melibatkan beberapa tahapan pemeriksaan untuk menunjukkan bahwa bahan baku, tahapan produksi, dan jaminan halal memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Sertifikasi halal berupaya memberikan kepastian status kehalalan suatu produk sebagai wujud kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap kehalalan suatu produk akan mempengaruhi banyaknya pembelian terkait halal yang dilakukan konsumen. Sertifikasi halal berguna untuk meredakan kekhawatiran konsumen terhadap status kehalalan suatu produk makanan. (Akim et al., 2019)

### 3. METODE

Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pengamatan yang mendalam yang dapat menghasilkan suatu fenomena yang lebih mendalam dan menyeluruh. (Anggito, 2018) Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menggambarkan suatu persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal. Karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal yang dilakukan langsung di rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pertama, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan konsumen yang mengunjungi rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan. Peneliti memulai dengan menanyakan rangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan kemudian melakukan wawancara secara individual untuk mendapatkan penjelasan lebih mendalam. Maka dari itu informasi yang diperoleh oleh peneliti dapat menampung semua variabel dan memberikan penjelasan yang komplit dan menyeluruh. (Mamik, 2015) Kedua, observasi lapangan yang mana kegiatan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap kegiatan yang dijalankan peneliti di lapangan untuk mengamati hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. (Nurhadi, 2021) Ketiga, dokumentasi yaitu mencari informasi tentang suatu hal atau variabel dalam bentuk catatan, transkrip, buku, surat kabar, terbitan berkala, dan lain sebagainya. (Siyoto, 2015) Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Miles dan Huberman menerapkan dalam tiga cara yang pertama adalah reduksi data yang didasarkan pada observasi yang dilakukan melalui wawancara kepada konsumen rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan. Kedua, penyajian data didasarkan pada informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dengan tujuan agar data dan informasi yang dianalisis peneliti dapat dipahami. Ketiga kesimpulan tersebut didasarkan informasi yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan ini ditangani secara longgar, menyisakan ruang untuk interpretasi, namun disediakan. Awalnya jelas, tapi kemudian menjadi detail dan mengakar. (Rijali, 2018)

Pengecekan keabsahan selain digunakan untuk menyanggah anggapan bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah juga merupakan salah satu teknik yang tidak dapat dipisahkan dari penelitian kualitatif. Uji keabsahan data dilakukan untuk mengetahui apakah penelitian tersebut benar-benar ilmiah dan untuk menguji data yang diperoleh. Agar data dalam penelitian ilmiah dapat dipertanggung jawabkan dilakukan uji *kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas*. (Jailani, 2017)

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bebek Sinjay merupakan rumah makan yang menyajikan masakan bebek dan ayam dengan spesial sambal kremes dan sambal pencitnya. Pada saat ini menjadi salah satu rumah makan di kabupaten Bangkalan Madura yang sudah terdaftar di wisata kuliner. Satu porsi nasi bebek sudah termasuk nasi putih hangat, bebek goreng, kremesan, lalapan, dan sambal pencit atau mangga muda khas Sinjay. Menu lainnya antara lain rujak madura, olahan babat, belut, gurame, tahu tempe, dan ayam. Harga Bebek Sinjay Rp. 28.000 untuk satu porsi nasi Bebek Sinjay dengan minuman. Untuk minumannya bisa memilih sendiri es teh pucuk, es kelapa muda, es jeruk, es teng, air mineral, dan lain sebagainya.

Persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman konsumen terhadap apa yang dilarang dan diperbolehkan dalam syariat islam berdasarkan keyakinan konsumen. Bimo Walgito mengungkapkan bahwa seseorang berpersepsi melalui beberapa tahapan. Tahapan persepsi konsumen mengenai sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan adalah sebagai berikut.

### **Penyerapan Informasi Konsumen Terhadap Sertifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan**

Konsumen mengetahui tentang sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay melalui dua fase penyerapan yaitu dengan panca indera dan pengalaman. Pertama, mereka mendapatkan informasi mengenai sertifikasi halal melalui pendengaran dan penglihatan mereka yang bermula dari tempat sekitar mereka, seperti teman dan promosi di media sosial. Selanjutnya, mereka juga mungkin memperoleh informasi mengenai sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan dari keluarga terdekatnya.

Seperti halnya diungkapkan Bapak Zulkarnain yaitu beliau mengatakan bahwa beliau diajak temannya, direkomendasi temannya katanya Sinjay enak dan terkenal di Madura sebenarnya beliau tidak makan bebek tapi berhubung katanya enak beliau mau mencoba makan bebek. Seperti halnya yang dikatakan Ibu Sartika bahwa beliau mengunjungi Bebek Sinjay karena terkenal dan penasaran makanya pengen coba gimana rasanya Bebek Sinjay Madura itu.

Salah satu metode penyerapan yang efektif bagi konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang suatu produk adalah rekomendasi lingkungan sekitar, baik lewat interaksi langsung maupun melalui media sosial. Jadi dapat disimpulkan bahwa ajakan mulut ke mulut masih memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena konsumen percaya bahwa selama lingkungan sekitar mengonsumsi produk makanan tersebut maka makanan tersebut dianggap sudah terjamin kehalalannya. Dengan kata lain konsumen lebih percaya dengan keterangan yang dibagikan oleh teman terdekat dan lebih tertarik pada *trend*. Konsumen lebih cenderung meremehkan status kehalalan suatu produk makanan hanya berdasarkan persepsi pribadi tanpa dasar yang kuat. Secara umum memahami sertifikasi halal pada suatu produk makanan tidak gampang itu.

Proses penyerapan mengenai sertifikasi halal yang selanjutnya yaitu mereka dapatkan melalui panca indera khususnya penglihatan dimana produk makanan tersebut terdapat logo halal pada kemasannya sehingga menimbulkan rasa ingin tahu tentang kegunaan logo tersebut dan memperoleh informasi bahwa logo tersebut merupakan tanda bahwa produk makanan tersebut sudah terjamin kehalalannya dan informasi tersebut diserap oleh konsumen. Konsumen memperoleh informasi melalui panca indera pada tahap penyerapan hal ini sesuai dengan teori Philip Kottler bahwa persepsi adalah proses menerima, menafsirkan, memilih, dan mengorganisasikan informasi untuk menciptakan gambaran yang bermakna. (Philip Kottler, 2006)

### **Pengetahuan Atau Pemahaman Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan**

Pengetahuan atau pemahaman konsumen mengenai sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay terjadi melalui tahap penyerapan berupa informasi yang dapat melalui panca indera dan pengalaman yang dapat dipersepsikan oleh berbagai konsumen dengan persepsi yang berbeda-beda. Konsumen Muslim yang memiliki pengetahuan atau pemahaman mengenai sertifikasi halal yang cukup rendah. Hal ini sebaiknya diberikan edukasi mengenai produk halal. Mereka cenderung tidak ingin mencari tahu informasi lebih lanjut tentang produk makanan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar konsumen memiliki pengetahuan atau

pemahaman yang cukup akan sangat waspada dalam mengambil keputusan dalam membeli. Mereka akan terus mencari tahu mengenai produk tersebut apakah sudah terjamin kehalalannya apa belum. Mereka mengetahui cara menyembelih hewan apakah sudah sesuai dengan ajaran islam apa sekedar menyembelih saja. Konsumen yang memiliki pengetahuan atau pemahaman mengenai sertifikasi halal yang tinggi mengomsumsi produk halal merupakan hal yang utama.(Musthofa, 2021).

Seperti yang diungkapkan Ibu Dewi selaku konsumen pada rumah makan Bebek Sinjay menurut beliau cukup penting karena dengan adanya sertifikasi halal itu bisa lebih menjamin kehalalan sebuah produk makanan ataupun minuman yang kita konsumsi, jadi menurut beliau lebih yakin kalau produk tersebut terdapat sertifikasi halalnya beliau mengatakan apalagi beliau sebagai muslim harus memperhatikan kehalalannya. Seperti halnya yang diungkapkan Ibu Ummu yaitu makanan yang sudah terjamin kehalalannya yaitu makanan yang sudah ada sertifikasi halalnya apalagi sekarang lagi marak-maraknya bahan dan prosesnya dicampur dengan bahan yang berbahaya, misalkan ada pewarna makanan yang tidak jelas kehalalannya maka dari itu pentingnya sertifikasi halal agar produk tersebut terjamin kehalalannya.

Pandangan konsumen mengenai sertifikasi halal yaitu sebuah sertifikat halal yang membuktikan bahwa rumah makan tersebut halal dan menawarkan produk makanan dan minuman halal. Konsumen dengan pengetahuan atau pemahaman yang memadai sangat ingin tahu terhadap produk makanan yang akan dibelinya atau produk yang belum pernah dibeli sebelumnya. Perlu diketahui bahwa konsumen seperti itulah yang memiliki sifat penasaran yang tinggi dan akan terus mencari tahu kebenarannya. Konsumen muslim yang mempunyai pemahaman atau pengetahuan yang cukup akan lebih waspada dalam memilih produk makanan yang akan mereka konsumsi. Selain itu sertifikasi halal dapat memberi tahu apakah barang yang akan dibeli aman dikonsumsi baik dari sudut pandang kesehatan maupun agama.

### **Penilaian Atau Evaluasi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan**

Penilaian konsumen mengenai sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay adalah dapat disimpulkan bahwa konsumen beranggapan bahwa sertifikasi halal itu menjadi pertimbangan dalam memilih sebuah produk makanan bahwasannya ada 15 informan yang peneliti wawancarai, peneliti mengkasifikasikan jawaban menjadi 2 yang pertama konsumen berpersepsi bahwa sertifikasi halal itu penting yang kedua konsumen berpersepsi bahwa sertifikasi halal itu tidak penting. Seperti yang diungkapkan Ibu Anis.

Seperti yang diungkapkan Ibu Anis beliau mengatakan bahwa sertifikasi halal itu penting apalagi kalau kita seorang muslim harus mengetahui bahwa dari segi makanannya ataupun prosesnya harus terbuat dari bahan yang halal. Beliau mengatakan bahwa beliau harus menjaga itu agar tidak mengonsumsi makanan yang belum jelas kehalalannya apalagi nanti masuk ke dalam tubuh takutnya mengganggu ibadah.

Berbeda dengan Ibu Anis, Bapak Amrin mengatakan bahwa mempertimbangkan sertifikasi halal tidak penting karena beliau mengatakan kalau sebuah rumah makan yang ada kandungannya haram tidak akan dikonsumsi oleh pak Amrin misalkan rumah makan yang tulisannya babi panggang. Bahwa beliau tidak mempertimbangkan sertifikasi halalnya akan tetapi kalau ada kandungan yang dilarang beliau tidak akan mengonsumsi makanan tersebut.

Hal ini dapat dikatakan bahwa penilaian dan evaluasi dapat diartikan sebagai tahapan dimana manusia mengandalkan panca inderanya, yaitu mata, hidung, telinga, mulut, dan tangan. Dalam penelitian ini, seluruh pengalaman sensorik dari panca indera konsumen digunakan untuk mengevaluasi produk makanan. Menurut Arkunto, menilai di sini maksudnya konsumen menentukan bahwa suatu produk makanan mengandung bahan-bahan yang berkualitas tinggi. Sebagai konsumen khususnya konsumen muslim harus memastikan produk pada rumah makan

Bebek Sinjay aman dikonsumsi dengan mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)

## 5. KESIMPULAN

Terdapat dua persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada rumah makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan yaitu konsumen berpendapat bahwa sertifikasi halal itu penting dan konsumen berpendapat bahwa sertifikasi halal tidak penting. Konsumen yang menganggap penting adalah konsumen yang mempertimbangkan bahwa sertifikasi halal merupakan keputusan pembelian pada suatu produk makanan dan menyadari bahwa sertifikasi halal adalah menjamin bahwa produk tersebut sudah terjamin kehalalannya. Sementara itu konsumen yang menganggap tidak penting justru tidak mempermasalahkan sertifikasi halal pada produk tersebut. Oleh karena itu sebagai produsen harus mempertimbangkan sertifikasi halal sebagai faktor penting dalam memasarkan produk tersebut. Dengan demikian kesehatan dan keselamatan konsumen dapat tetap terjaga sekaligus produk produsen mendapatkan nilai tambah.

## 6. SARAN

1. Mempertimbangkan status kehalalan produk yang akan dikonsumsi dalam arti yang lebih luas.
2. Mulailah dengan menjadi konsumen yang cerdas sadar akan hal-hal yang harus diwaspadai serta semakin banyaknya penipuan di era globalisasi.
3. MUI diharapkan dapat memberikan edukasi kepada konsumen khususnya konsumen muslim tentang sertifikasi halal atau label halal pada produk makanan serta cara memastikan kehalalan produk tersebut.

## 7. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan jurnal penelitian ini, penulis menyadari bahwa jurnal ini masih jauh dari sempurna karena masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal bahasa, pembahasan, dan pemikiran. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Proses penulisan jurnal penelitian ini sempat mengalami kesulitan namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, jurnal ini akhirnya dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang baik langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan penulisan jurnal penelitian ini. Penulis berharap jurnal penelitian ini dapat memberi manfaat kepada penulis dan pembaca pada umumnya.

## 8. DAFTAR PUSTAKA

- Akim, A.-, Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2019). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i1.19258>
- Ali, M., Makanan, K., Dalam, H., & Syariah, T. (n.d.). *Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal*.
- Anggito, A. D. S. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. Lestari, Ed.; 1st ed.). CV Jejak.
- Bimo Walgito. (2003). *Psikologis Sosial Suatu Pengantar* (Andi, Ed.; 4th ed.). Yayasan Penerbitan Fak Psikologi UI.
- Jailani, M. S. (2017). *Primary Education Journal (PEJ) PEJ*, 4 (2), Desember 2020 MEMBANGUN Kepercayaan Data Dalam Penelitian Kualitatif. 36363. <http://pej.ftk.uinjambi.ac.id/index.php/PEJ/index>
- Kottler Philip. (2006). *manajemen pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Hasibuan Crisanti, Ed.; 5th ed.). Erlangga.
- Mahanani Astyasari. (2017). *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang* [Skripsi]. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (1st ed.). Zifatama Publisher.

- Muawwanah Siti, A. M. (2022). Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Bilal*, 3(2).
- Musthofa, A. (2021). *Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan*. <http://ejournal>.
- Nadhiroh Ummu. (2020). *Analisis Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Daging Impor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syaria'ah*. <http://repository.uinsu.ac.id/9634/>
- Nurhadi, H. S. wahyuni, dkk. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (1st ed.). CV Media Sains Indonesia.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Issue 33). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Sabila Aidah. (2022). *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Pada Resto Oto Bento Cilegon)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hananuddin Banten.
- Shofiyah, R., & Qadariyah, L. (2022). Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Umkm Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal Di Kabupaten Bangkalan The Meaning Of Halal Certification For Food Sector Umkm Actors Who Have Been Certified Halal In Bangkalan Regency. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, 5(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v5i2.3595>
- Siyoto, S. , & S. M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayub, Ed.; 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Wahyuni, I., Syariah, E., Keislaman, F., Trunojoyo Madura, U., Raya Telang, J., Telang Indah, P., Kamal, K., Bangkalan, K., & Timur, J. (2023). Persepsi Umkm Tentang Regulasi Sertifikasi Halal Jalur Self Declare Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan (Perception Of Micro, Small And Medium Enterprises About The Regulation Of Halal Certification Of Self-Declare Lines In Kamal District Bangkalan Regency). *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3706>
- Wahyuni Meika. (2015). *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal)*.