

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP BRAND
IMAGE RESTORAN G DI KALANGAN MAHASISWA DI
SLEMAN**

ACC Revisi Sempro
2 April 2024



Krismono, SHI, MSI



Oleh:

Hakim Ali Murti

NIM: 20421134

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)

Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP
BRAND IMAGE RESTORAN GACOAN DI
KALANGAN MAHASISWA DI SLEMAN**

11/7 2024 Acc SKRIPSI

Kreismono, SH, MSi



Oleh:
Hakim Ali Murti
NIM.: 20421134

SKRIPSI

Diajukan kepada Progam Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakshiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh gelar Sarjana Hukum

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Hakim Ali Murti
NIM : 20421134
Program Studi : Ahwal Syakhshiyah
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Lebelisasi Halal
Terhadap Brand Image Restoran Gacoan
Di Kalangan Mahasiswa Di Sleman

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat hasil karya orang lain kecuali yang menjadi referensi saya dalam penulisan dan telah di cantumkan kedalam daftar pustaka. Apabila ternyata kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali dari pihak manapun.

Yogyakarta, 2024

Yang Menyatakan.



Hakim Ali Murti

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Hakim Ali Murti
NIM : 20421134
Program Studi : Ahwal Syakhshiyah
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Lebelisasi Halal
Terhadap Brand Image Restoran Gacoan
Di Kalangan Mahasiswa Di Sleman

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada program studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 2024

Yang Menyatakan,



Krismono, SHI, MSI



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung R.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyyah yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 8 Agustus 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G di Kalangan Mahasiswa di Sleman
Disusun oleh : HAKIM ALI MURTI
Nomor Mahasiswa : 20421134

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Syariah pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Krismono, SHI, MSI (.....)
Penguji I : Dzulkifli Hadi Imawan, Lc., M.Kom.I, Ph.D. (.....)
Penguji II : Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag, M.Ag (.....)



NOTA DINAS

Hal: Skripsi

Kepada: Yth. **Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam** Universitas Islam Indonesia di
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 696/Dek/60/DAATI/FIAI/IV/2024 tanggal: 3 April 2024 M bertepatan pada 24 Ramadhan 1445 H atau tugas kami sebagai pembimbing saudara:

Nama : Hakim Ali Murti
NIM : 20421134
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Jurusan/Program Studi : Ahwal Syakhshiyah
Tahun Akademik : 2020
Judul Skripsi : Pengaruh Lebelisasi Halal
Terhadap Brand Image Restoran Gacoan
di Kalangan Mahasiswa di Sleman

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk di ajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa di munaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (Empat) lembar eksemplar skripsi yang di maksud.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Dosen Pembimbing,



Krismono, SHL., MSI

MOTTO

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

"Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu-(Q.S Al-Baqarah: 168) (Depertemen Agama, 2005).¹

¹ Depertemen Agama, 2005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, atas izin Allah SWT, saya berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang saya dedikasikan kepada: Kedua orang tua saya, Bapak Agus Masruri dan Ibu Choiriyah yang selalu mendukung, menyayangi, dan mencintai saya dengan sepenuh hati dan jiwa.

Doa tulus dan ikhlas mereka selalu menyertai setiap langkah saya. Keluarga, para dosen, dan teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan selama penyusunan karya ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya agar kita selalu dikaruniai rezeki yang melimpah dan kesehatan yang berkelanjutan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ẓal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوَّلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuзу
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| - وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan

huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi tantangan dalam mendapatkan sertifikasi halal pada brand G, khususnya di industri FnB. Meskipun produk G menggunakan bahan-bahan halal, penamaan menu seperti "Mie Setan" dan "Mie Iblis" menjadi hambatan signifikan dalam proses sertifikasi oleh MUI.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, yang melibatkan observasi lapangan, wawancara, dan analisis dokumen. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk wawancara dengan mahasiswa di Sleman, yang menekankan pentingnya kebersihan dalam penilaian kehalalan produk.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kebersihan tempat dan proses produksi merupakan faktor utama bagi konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim, dalam memilih produk. Selain itu, penamaan produk yang sesuai dengan pedoman MUI juga menjadi kunci dalam penerbitan sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam penamaan produk sangat penting untuk menghindari ambiguitas yang dapat menghambat proses sertifikasi. Merek yang dapat menjamin kehalalan dan kebersihan produknya akan lebih dipercaya oleh konsumen yang peduli dengan aspek keagamaan dalam memilih produk makanan.

Kata Kunci: Brand Image, Restoran G, Sertifikasi Halal.

ABSTRACT

This study explores the challenges in obtaining halal certification for the G brand, particularly in the FnB industry. Despite using halal ingredients, menu names like "Mie Setan" (Devil's Noodles) and "Mie Iblis" (Satan's Noodles) became significant obstacles in the certification process by MUI.

This research employs a qualitative method with a descriptive analytical approach, involving field observations, interviews, and document analysis. Data was gathered from various sources, including interviews with students in Sleman, who emphasized the importance of cleanliness in assessing product halalness.

The findings indicate that the cleanliness of the premises and the production process are primary factors for consumers, both Muslim and non-Muslim, in choosing products. Additionally, product naming in accordance with MUI guidelines is crucial for obtaining halal certification. This highlights the importance of innovation in product naming to avoid ambiguities that may hinder the certification process. Brands that can ensure the halalness and cleanliness of their products are more trusted by consumers who are concerned with religious aspects in choosing food products.

Keywords: Brand Image, Restorant G, Halal Certification.

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شَرِّهِ وَأَنْفُسَنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا مَنْ يَهْدِهِ

اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يُضِلِّ فَلَا هَادِيَ لَهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ ه

وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, Dzat Yang Maha Penyayang di antara para penyayang, yang menanamkan cinta dan kasih sayang-Nya kepada seluruh hamba-Nya. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabiullah tercinta, Nabi Muhammad SAW, teladan bagi seluruh umat hingga akhir zaman. Begitu pula kepada keluarga, sahabat-sahabatnya, serta umatnya, semoga kita semua mendapatkan syafaat di hari pembalasan. Sungguh suatu karunia besar yang telah Allah titipkan. Kendala, ujian, dan cobaan tidak menyurutkan penulis dari kehendak Tuhan. Bila kita telah berusaha dan berdoa, Allah pasti memberi jalan yang terbaik. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa Di Sleman”.

Doa dan dorongan dari berbagai pihak banyak memberikan kontribusi dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Drs. Asmuni, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

3. Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M, selaku ketua jurusan studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Krismono, S.HI., M..SI, selaku ketua program studi Ahwal Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ahwal Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama proses belajar di bangku perkuliahan dan seluruh staf yang senantiasa melayani segala proses administrasi selama masa perkuliahan hingga penelitian ini.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Agus Masruri dan Ibu Choiriyah yang senantiasa memberi nasehat dan dukungan kepada saya dan adik-adik saya, sekiranya doa dan harapan kalian untuk kami tidak terputus. Terimakasih karena selalu ada buat penulis dan selalu mendengarkan curahan hati penulis dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis selalu berdoa agar kalian diberi kesehatan dan selalu dalam lindunganNya, serta kami anak-anak kalian dapat menjadi seorang yang bermanfaat di masa depan.
7. Seluruh teman-teman prodi Ahwal Syakhshiyah reguler maupun IP angkatan 2020 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas pengalaman berharga yang telah kita lalui selama ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini, terimakasih atas segala kontribusinya selama ini.

Jazakumullah khairan, semoga Allah senantiasa memberikan keridhoan, kasih sayang, nikmat iman dan Islam serta petunjuk-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 01 Juli 2024
Peneliti,

Hakim Ali Murti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
NOTA DINAS	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Kerangka Teori	17
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Sumber Data	27
D. Informan Penelitian	27
E. Teknik Penentuan Informan	28
F. Teknik Pengumpulan Data	28

G. Keabsahan Data.....	29
H. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian	32
B. Pembahasan.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
Lampiran-Lampiran	69
A. Transkrip Wawancara.....	69
B. Dokumentasi Wawancara.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks global saat ini, kesadaran akan kehalalan produk telah meningkat secara signifikan, mendorong banyak perusahaan untuk memperoleh sertifikasi halal. Sertifikasi ini tidak hanya relevan secara religiusitas, tetapi juga memiliki dampak ekonomi yang besar. Perusahaan yang memperoleh sertifikasi halal dapat memperluas akses mereka ke pasar yang lebih luas, terutama di negara-negara dengan mayoritas Muslim, sehingga menciptakan peluang bisnis yang menarik².

Namun, proses sertifikasi halal juga memerlukan investasi yang signifikan dalam hal waktu, tenaga, dan biaya. Lebih dari sekadar pertimbangan ekonomi, sertifikasi halal juga memiliki implikasi dalam konteks produksi berkelanjutan. Produksi berkelanjutan menjadi semakin penting dalam menjawab tantangan-tantangan lingkungan, sosial, dan ekonomi global. Analisis mengenai bagaimana sertifikasi halal memengaruhi praktik-produksi berkelanjutan menjadi relevan, karena proses sertifikasi tersebut dapat mempengaruhi keberlanjutan lingkungan, seperti penggunaan sumber daya alam dan manajemen limbah³.

² Alamsyah, H., & Sudrajat, D. (2015). Manajemen sertifikasi halal: Implementasi dan tantangan di Indonesia. Jakarta: PT Pustaka Alvabet.

³ Lathifah, N., & Halim, A. (2014). Analisis pentingnya sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(1), 25-37. Retrieved from <http://journal.uui.ac.id/index.php/JIEI/article/view/4056>

Industri produk konsumen, yang termasuk makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi adalah sektor yang terdampak langsung oleh sertifikasi halal. Studi kasus pada industri ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana sertifikasi halal memengaruhi praktik-produksi dan keberlanjutan di berbagai tingkat rantai pasok. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memperdalam pemahaman tentang hubungan antara sertifikasi halal dan produksi berkelanjutan, tetapi juga memberikan wawasan praktis tentang implikasi dari hubungan ini bagi industri produk konsumen dan masyarakat umum secara keseluruhan⁴.

Sertifikasi berasal dari kata sertifikat yang mengacu pada tanda atau pernyataan tertulis yang dikeluarkan oleh pihak yang berwenang sebagai bukti kepemilikan atau kejadian tertentu⁵. Proses sertifikasi sendiri melibatkan pemenuhan syarat-syarat tertentu sebelum sertifikat final dapat diterbitkan. Secara etimologis, kata 'halal' berasal dari akar kata *الحل* yang berarti 'terbuka', yang secara istilah merujuk pada sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau perbuatan yang dibolehkan syariat (al-Jurjani). Dalam ajaran Islam, segala sesuatu yang diciptakan Allah dianggap halal kecuali ada larangan yang ditetapkan secara sah⁶. Konsep halal diatur dalam setiap aspek kehidupan dalam Islam untuk memastikan umatnya menjalani kehidupan yang berkah sesuai dengan pedoman yang diberikan.

⁴ Rina Aditia Wati. (2023). "Analisis Sistem Jaminan Produk Halal Dalam Proses Produksi (Studi Kasus Pada Produk Manco Ketan Wijen Putkinas Desa Majapura, Kabupaten Purbalingga)", Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Hal 20.

⁵ KBBI. (2023). "Sertifikasi", Dalam KBBI Online, Diakses dari <https://kbbi.web.id/>

⁶ Ibid

Al-Quran menekankan pentingnya konsumsi makanan dan minuman yang halal dan sehat sebagai kebutuhan dasar bagi umat manusia. Karena Allah SWT tidak memberikan larangan atau perintah tanpa alasan, maka terdapat kebaikan yang terkandung dalam setiap perintah dan larangan-Nya.

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

Yang artinya: Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (Al-Baqarah · Ayat 168).

Sebagai sumber energi, makanan memiliki peran krusial dalam menjalani kehidupan sebagai Khalifah di dunia. Oleh karena itu, konsumsi makanan yang halal menjadi kunci pembentukan jiwa dan tubuh yang sehat. Makanan yang halal adalah yang diperbolehkan dalam ajaran Islam dan diperoleh melalui cara yang diridhai oleh Allah SWT.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Yang artinya: Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. (An-Nahl · Ayat 114).

Setiap tumbuhan diciptakan dengan karakteristik yang sesuai dengan lingkungan dan cuaca, sehingga makanan yang baik dapat bervariasi sesuai dengan kondisi tempat dan kesehatan individu. Menurut MUI, makanan halal harus memenuhi beberapa syarat, termasuk zatnya, cara perolehannya,

prosesnya, penyimpanannya, dan penyajiannya. Kriteria kehalalan produk makanan meliputi larangan atas bahan-bahan tertentu dan persyaratan terkait dengan produksi, penyimpanan, dan pengolahan⁷.

Banyaknya aspek yang menjadi standarisasi kehalalan sebuah brand atau produk menjadi tolak ukur yang sangat penting dalam memulai atau merintis sebuah usaha baik F&B maupun kosmetik. Bahkan, beberapa waktu lalu, banyak brand dan produk yang menggunakan bahan-bahan halal namun tidak lulus sertifikasi halal yang dikarenakan beberapa faktor, contoh brandnya adalah restoran G. Restoran G sempat mengalami ketimpangan dalam pengajuan sertifikasi halal dan sempat menjadi bahan perbincangan bagi para konsumennya maupun calon konsumennya. Di-lansir dari media bahwa tertanggal 3 Juli 2023, ketidak-halalan Mie G dikarenakan penamaan daftar menu dengan kata Mie Setan hingga Mie Iblis. Padahal, dalam proses produksi mie G sendiri telah menggunakan bahan-bahan yang dipastikan Halal karena peneliti sendiri juga menjadi bagian dari salah satu konsumen G.

Latar belakang dari penelitian ini sendiri berupa banyaknya pandangan masyarakat muslim khususnya kalangan muda dan mudi terkait labelisasi halal sebuah brand dan produk. Pandangan-pandangan yang hadir menciptakan sebuah problematika yang kontroversial, dan dalam hal ini fokus brand yang difokuskan peneliti adalah Restoran G. Benar, Restoran G menjadi salah satu brand yang cukup familiar di kalangan muda mudi di seluruh Indonesia. Meskipun brand ini sendiri belum mampu menginflasi seluruh daerah yang ada

⁷ LPPOM MUI

di Indonesia, kenyataannya brand ini sudah merasuki seluruh kalangan masyarakat muda mudi di Indonesia secara garis besar.

Hal ini dapat di buktikan dari panjangnya antrian yang terdapat di G sehingga menciptakan nuansa “makanan yang sangat di inginkan”. Antrian restoran G sendiri akan rame setidaknya 10 orang permenitnya. Alasan dari kenapa harus brand G yang menjadi judul pada penelitian ini adalah latar belakang dari brand itu sendiri. Restoran G mencapai titik ramainya di tahun 2022 lalu. Hal ini di sebabkan G berhasil mengantongi sertifikasi halal dari MUI terhadap produk-produknya, sehingga restoran G kini mencapai pasar yang jauh lebih luas dan mendalam⁸.

Berdasarkan hal tersebutlah peneliti memiliki rasa ketertarikan yang kuat untuk meneliti lebih lanjut terkait apa saja aspek yang menjadi kriteria dan standar lebelisasi halal sebuah produk dan brand, selanjutnya peneliti akan membahas pemahaman para mahasiswa dan mahasiswi baik yang muslim dan nonmuslim terhadap sebuah brand dan lebelisasi halal. Sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa Di Sleman”**.

B. Rumusan Masalah

1. Persepsi Mahasiswa di Sleman Terhadap Labelisasi Halal Pada Brand dan Produk Restoran G?
2. Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa di Sleman?

⁸ Observasi Prapenelitian di G Sleman

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, peneliti kelompokkan dalam beberapa poin, yaitu:

- a. Untuk mengetahui apa saja aspek yang menjadi standar atau kriteria dalam proses standarisasi kehalalan sebuah brand atau produk di industri FnB.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman para mahasiswa dan mahasiswi muslim dan nonmuslim terhadap pentingnya sebuah lebelisasi atau sertifikasi halal pada sebuah produk atau brand khususnya di bidang FnB

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah khazanah ilmu bagi civitas akademika khususnya program studi Ahwal Syakhshiyah terkait sertifikasi halal pada sebuah brand dan produk. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi dunia pendidikan.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi bagi masyarakat perihal pentingnya mengkonsumsi produk atau brand bersertifikasi halal serta mengetahui standart-standart apa saja yang terkategori halal.

D. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini menjadi mudah dicermati dan ditelaah, maka diperlukan suatu sistem pembahasan yang runtut. Secara umum pembahasan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan yang terakhir bagian akhir. Dari tiga bagian tersebut, ada lima bab yang setiap bab mempunyai pembahasan tersendiri sebagai berikut:

Bab Pertama, pendahuluan meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian. Bab ini merupakan pengantar bagi gambaran awal dari penelitian yang akan dikaji selanjutnya.

Bab Kedua, berisi tentang kajian pustaka dan landasan teori yang mempunyai sub-sub bahasan yaitu: Pengertian Sertifikasi halal, Kapan sebuah brand harus memperoleh sertifikasi halal, Bagaimana standarisasi dalam memperoleh sertifikasi halal sebuah brand atau produk dapat mempengaruhi brand dan produk tersebut akan tetap stabil pada produksi berkelanjutan. Kemudian, di dalam kajian pustaka juga terdapat sub-sub mengenai penjelasan tentang penelitian terdahulu dan landasan-landasan untuk penelitian terkait sertifikasi halal dalam memastikan sebuah brand dan produk akan tetap stabil dalam produksi berkelanjutan karena hal ini yang akan menjadi topik pembahasan dalam penelitian skripsi ini.

Bab Ketiga, pembahasan dalam bab ini adalah terkait metode penelitian yang akan digunakan nantinya dan mencakup di dalamnya yaitu: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, informan penelitian,

teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan keabsahan data.

Bab Keempat, berisi muatan skripsi yang akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasan terkait Analisis Dampak Sertifikasi Halal terhadap Produksi Berkelanjutan: Studi Kasus pada Industri Produk Konsumen.

Bab Kelima, bagian akhir dari skripsi yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian serta mencakup daftar pustaka, lampiran-lampiran penting sebagai bukti dari penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Skripsi oleh Husnaini Octavia 2020 yang berjudul “Studi Analisis Proses Produksi Berdasarkan Sistem Jaminan Halal Pada Industri Cokelat Ndalem Yogyakarta” memperoleh hasil penelitian bahwa produksi Cokelat ndalem Yogyakarta sudah berdasarkan hukum Islam dan makanan yang dihasilkan haruslah makanan yang baik.dan halal dikonsumsi bagi masyarakat (Octavia, 2020)⁹.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Husnaini Octavia dengan penelitian ini terletak pada kajian yang dibahas. Penelitian sebelumnya hanya membahas Analisis Proses Produksi Berdasarkan Sistem Jaminan Halal Pada Industri Cokelat Ndalem, sedangkan penelitian yang akan dikaji membahas sertifikasi halal dalam memastikan sebuah brand dan produk akan tetap stabil dalam produksi berkelanjutan.

2. Skripsi Rina Rahmawati, 2017 dalam penelitiannya yang berjudul “Kehalalan Produk Makanan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Bagi Umat Muslim (Studi Kasus Pasar Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur)” menuliskan hasil data penelitian menunjukan para pedagang di pasar Purbolinggo belum menerapkan standarisasi produk halal karena pemahaman serta kesadaran dari pedagang dan pembeli¹⁰.

⁹ Husnaini Octavia, "Studi Analisis Proses Produksi Berdasarkan Sistem Jaminan Halal Pada Industri Cokelat Ndalem Yogyakarta" (Skripsi, Tahun 2020).

¹⁰ Rina Rahmawati, "Kehalalan Produk Makanan Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Bagi Umat Muslim (Studi Kasus Pasar Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur)", Skripsi, Tahun 2017.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Rina Rahmawati dengan penelitian yang akan dikaji terletak pada fokus penelitiannya. Fokus penelitian yang di bahas pada penelitian diatas adalah kehalalan produk makanan dalam upaya perlindungan konsumen bagi umat muslim, sedangkan fokus penelitian yang akan dikaji adalah produksi sebuah brand atau produk setelah mendapatkan sertifikasi halal.

3. Penelitian Natasya Aziza Suhar dan Teuku Ahmad Yani, 2021 yang berjudul “Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal Dalam Produksi Makanan dan Minuman Oleh Usaha Industri Rumah Tangga (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh)¹¹. Memperoleh hasil penelitian bahwa Industri Rumah Tangga di Kota Aceh masih banyak yang belum memiliki sertifikasi halal dalam memasarkan produknya.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Natasya Aziza Suhar dan Teuku Ahmad Yani dengan penelitian yang akan dikaji terletak pada metode penelitiannya. Metode yang digunakan pada penelitian di atas merupakan kuantitatif, Sedangkan penelitian yang akan dikaji menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghubungkan dengan fenomena sosial.

4. Penelitian Arif Okfyoki Istiawan, 2020 berjudul “Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk Home Industry Pada Kampung Abon di Padmosusastro Wonokromo Surabaya” dalam penelitiannya menjelaskan bahwa home industry abon di kampung abon

¹¹ Suhar, N. A., & Yani, T. A. (2021). Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal Dalam Produksi Makanan dan Minuman Oleh Usaha Industri Rumah Tangga (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh).

Padmosusastro telah memenuhi ketentuan LPPOM_MUI yang memuat prinsip-prinsip dasar syariat Islam (Istiawan, 2020)¹².

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Arif Okfyoki Istiawan dengan penelitian ini terletak pada kajian yang dibahas. Penelitian sebelumnya hanya membahas Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk Home Industry Pada Kampung Abon di Padmosusastro Wonokromo Surabaya, sedangkan penelitian yang akan dikaji membahas sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen muslim pada brand dan produk G.

5. Menurut Siti Hartina, Ach. Syahrir dan Ria Ramadhani Dwi Atmaja dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Kriteria Sistem Jaminan Halal Pada Produksi PT. Greenfields Indonesia Tahun 2019” memaparkan peningkatan PT. Greenfields Indonesia memenuhi pedoman untuk memenuhi standar Skema Jaminan Halal (HAS 23101) LPPOM MUI 2018 (Siti Hartina, 2019)¹³.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terdapat pada fokus penelitiannya, fokus penelitian di atas membahas terkait kriteria sistem jaminan halal, sementara peneliti memiliki fokus penelitian terkait produksi berkelanjutan sebuah brand dan produk.

6. Menurut Prasasti, G. A., Maisara, P., & Cs. (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Rasa Terhadap

¹² Istiawan, A. O. (2020). Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk Home Industry Pada Kampung Abon di Padmosusastro Wonokromo Surabaya.

¹³ Hartina, S., Syahrir, A., & Atmaja, R. R. D. (2019). Analisis Kriteria Sistem Jaminan Halal Pada Produksi PT. Greenfields Indonesia Tahun 2019.

Kepuasan Konsumen Mie G di Solo Raya”¹⁴. Dengan memperoleh kesimpulan sebagai berikut, Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa: (1) Manajemen rumah makan mie di restoran G di Solo Raya harus lebih memperhatikan harga karena dengan adanya seperti kupon atau potongan harga akan membuat konsumen semakin ingin datang ke rumah makan mie G di Solo Raya bahkan mereka akan mengajak teman atau saudaranya untuk membeli lebih banyak produk yang dijual di rumah makan mie G di Solo Raya; (2) Kepada manajemen rumah makan mie G di Solo Raya, harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap menu terutama pada rasa tingkat kepedasan Mie G. Sering terjadi, semakin turun tingkat kepedasannya terasa lebih pedas atau terkadang tingkat rendah kepedasan terasa sangat pedas dan akan membuat konsumen bingung ke depannya saat membeli kembali; (3) Meningkatkan kepuasan konsumen, manajemen rumah makan mie G di Solo Raya harus mengoptimalkan faktor-faktor lain yang dimiliki seperti pelayanan atau tempat antrian dan kasir. Keluhan banyak akan hal itu, terutama pada antrian yang warung makan hanya memiliki satu kasir. Lebih baik menambah kasir supaya lebih cepat berkurangnya antrian. Pelayan lebih baik diberi penghargaan atau reward supaya pelayan lebih giat bekerja dan akan mempercepat pelayanan; (4) Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menggunakan faktor-faktor lain

¹⁴ Prasasti, G. A., Maisara, P., & Cs. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie G di Solo Raya. PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi, dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo, IX(2), 276. ISSN: 2088-1894 (Offline), ISSN: 1215-9671 (Online).

seperti Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan lain-lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan penelitian di atas terdapat pada, Penelitian yang peneliti lakukan di tunjukkan lebih berfokus pada faktor-faktor internal rumah makan, seperti harga, cita rasa, pelayanan, dan lainnya yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan judul penelitian yang akan dilakukan lebih menitikberatkan pada bagaimana lebelisasi halal, sebagai faktor eksternal, memengaruhi persepsi atau citra merek restoran G di kalangan mahasiswa.

Kemudian, selain fokus penelitian, tempat di lakukannya penelitian juga menjadi perbedaan yang cukup terlihat, penelitian yang di atas di lakukan di Solo Raya sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berlokasi di Sleman.

7. Jurnal yang di tulis oleh Rahmah dan Hasbi, 2023. Dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Label terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mie G di Kota Bandung)”¹⁵. Dengan memperoleh kesimpulan, bahwa baik untuk citra merek, label ataupun minat beli untuk Mie G di Kota Bandung secara keseluruhan dinilai baik oleh pasar. Hasil uji parsial menyatakan citra merek maupun label secara parsial terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pasar terhadap Mie G. Hasil uji simultan memperoleh bahwa citra merek serta

¹⁵ Rahmah, D. A., & Hasbi, I. (*). (2023, September). Pengaruh Citra Merek dan Label terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mie G di Kota Bandung) [The Effect of Brand Image and Label on Purchase Intention (Case Study of Mie G in Bandung City)]. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, 14(3). E-ISSN: 2614-1523, P-ISSN: 2089-1989. Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022), Sinta S3. Fakultas Komunikasi Bisnis, Telkom University, Indonesia.

label terbukti berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap minat beli. Dengan mempertimbangkan kembali tentang informasi pada kemasan, Mie G Kota Bandung diidentifikasi dapat mengembangkan label dan citra merek secara lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan atas produk-produk yang ditawarkannya. Keterbatasan yang dinilai masih terdapat dalam penelitian ini yakni hanya berfokus pada dua variabel independen saja untuk dianalisis, sementara menurut hasil analisis determinasi diidentifikasi masih adanya variabel-variabel independen lain yang berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian, diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan topik penelitian ini dengan menganalisis lebih banyak variabel lain untuk mengkaji minat beli konsumen terhadap Mie G di Kota Bandung.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terdapat pada variabel penelitiannya, Penelitian pertama fokus pada pengaruh citra merek dan label terhadap minat beli, sementara penelitian ini akan memfokuskan pada pengaruh lebelisasi halal terhadap citra merek restoran G.

8. Jurnal yang di tulis oleh Tyas, G. R., Ardelia, D. A., Artamevia, K. S., & Padmantyo, S. (2023), dengan judul “Analisis Penerapan Teori Antrian Pada Mie G Cabang Surakarta”¹⁶. Dengan meraih kesimpulan, 1. Jenis model antrian yang diterapkan pada mie G cabang Surakarta adalah jenis sistem antrian model M/M/1. Dimana terdapat 1 staf yang

¹⁶ Tyas, G. R., Ardelia, D. A., Artamevia, K. S., & Padmantyo, S. (2023). Analisis penerapan teori antrian pada Mie G cabang Surakarta.

melayani konsumen dan konsumen hanya dapat melewati satu kali transaksi. 2. Disiplin pelayanan yang diterapkan pada mie G cabang Surakarta yaitu FIFO (First-In-First-Out), di mana entitas yang pertama kali tiba akan dilayani lebih dulu. 3. Dapat dilihat dari perhitungan bahwasannya sistem antrian pada mie G cabang Surakarta sudah optimal. Karena dari analisis data di atas perhitungan untuk rata-rata hasil kinerja antrian di mie G cabang Surakarta, tingkat rata-rata konsumen yang menunggu dalam antrian (L_q) sebesar 8-9 orang.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terdapat pada metode penelitian, Metode penelitian untuk penelitian di atas melibatkan observasi langsung di cabang Mie G, analisis data antrian, wawancara dengan manajer atau karyawan, dan mungkin juga pengumpulan data survei. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti akan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari mahasiswa, yang dirancang untuk mengukur persepsi mereka terhadap labelisasi halal dan citra merek restoran G.

9. Jurnal yang ditulis oleh Tazkia, A dan Arkhiansyah, Y. berjudul, “Implementasi Naive Bayes Classifier Dalam Menganalisis Sentimen Pelanggan Mie G Pada Instagram”¹⁷. Dengan memperoleh kesimpulan, Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini mencapai 424 data yang diperoleh melalui pengumpulan informasi dari

¹⁷ Tazkia, A., & Arkhiansyah, Y. “*Implementasi Naive Bayes Classifier Dalam Menganalisis Sentimen Pelanggan Mie G Pada Instagram*”. Jurnal Teknik, ISSN: 0854-3143, e-ISSN: 2622-3481. Diakses dari <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/teknika>

platform Instagram. Analisis terhadap opini pelanggan terkait pelayanan mie G menunjukkan dominasi sentimen positif, di mana sebanyak 218 dari total responden menyatakan sentimen positif, menyumbang sebanyak 51,4%, sementara 206 responden mengungkapkan sentimen negatif, sekitar 48,6%. Proses ekstraksi fitur dilakukan dengan menerapkan metode TF-IDF untuk mendapatkan representasi yang lebih baik dari teks. Pembagian data dilakukan secara proporsional, dengan 80% data digunakan sebagai data latih dan 20% sebagai data uji. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat akurasi sebesar 90,59% ketika menerapkan algoritma Naïve Bayes dalam pengolahan data. Algoritma Naïve Bayes Classifier cocok digunakan dalam pengklasifikasian karena menghasilkan tingkat akurasi yang tinggi dibandingkan dengan metode klasifikasi lainnya.

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terdapat pada tujuan penelitiannya. Tujuan penelitian di atas untuk menganalisis sentimen pelanggan terhadap Mie G di platform Instagram. Sementara penelitian yang akan dibuat, Tujuannya untuk mengeksplorasi pengaruh labelisasi halal terhadap citra merek Mie G di kalangan mahasiswa dan bagaimana hal ini memengaruhi preferensi dan perilaku konsumsi mereka.

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas yang saya jadikan referensi, dapat diambil variabel persamaan serta fokus penelitian yang mirip sehingga dapat dijadikan rujukan pada penelitian kali ini.

B. Kerangka Teori

1. Halal

a. Pengertian Halal

Halal dalam bahasa Arab berarti sah atau diperbolehkan¹⁸. Secara etimologi, halal berarti melepaskan, menguraikan, membubarkan, memecahkan, membebaskan dan membolehkan. Sedangkan secara terminology, kata “halal” adalah sesuatu dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan. Halal juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang bebas dari komponen yang dilarang bagi umat muslim untuk mengonsumsinya¹⁹. Halal artinya konsep keseluruhan yang mendorong umat muslim untuk mencari dan menggunakan produk dan jasa yang mempromosikan kebersihan di setiap aspek keseluruhan hidup seseorang. Makanan halal berarti suatu hal yang layak di konsumsi, diproduksi di lingkungan yang bersih sekaligus menjadi tolak ukur kualitas²⁰.

Secara umum, konsep "halal" adalah istilah dalam bahasa Arab yang berarti "diperbolehkan" atau "sesuai dengan hukum Islam". Dalam konteks makanan dan minuman, halal merujuk pada produk-produk yang diproduksi, diproses, atau disiapkan sesuai

¹⁸ Perdana, et.al., “A Research framework of the halal certification role in purchase intention of muslim consumers” dalam *International Journal of Modern Trends in Business Research*, Vol 1 (June, 2018)., h.18.

¹⁹ Lady Yulia, loc.cit, h.125

²⁰ Asnidar, et al. “Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia” dalam *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.4 No.3, (March 2016), h. 247

dengan prinsip-prinsip Islam yang ditetapkan dalam Al-Quran dan Sunnah (tradisi Nabi Muhammad SAW).

Beberapa prinsip utama dalam menjadikan makanan dan minuman sebagai halal meliputi:

- 1) Sumber Bahan Baku: Bahan baku yang digunakan harus berasal dari sumber yang halal, misalnya daging dari hewan yang disembelih dengan cara yang benar menurut ajaran Islam.
- 2) Proses Produksi: Proses produksi harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip kebersihan dan keadilan, termasuk dalam hal penanganan dan pengolahan makanan.
- 3) Bahan Tambahan: Penggunaan bahan tambahan seperti pengawet, pewarna, dan perasa harus berasal dari sumber yang halal dan tidak mengandung bahan-bahan terlarang dalam Islam.
- 4) Penanganan dan Penyajian: Makanan dan minuman harus disiapkan dan disajikan secara terpisah dari produk-produk yang tidak halal, untuk mencegah kontaminasi silang.
- 5) Sertifikasi: Beberapa produk makanan dan minuman dapat diuji atau disertifikasi oleh otoritas atau lembaga yang terkait dengan sertifikasi halal, untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar kehalalan yang diakui.

Syekh Yusuf al-Qaradawi dalam kitab "Al-Halal wal Haram fil Islam" menyampaikan prinsip dasar yang sangat penting dalam Islam, yaitu bahwa segala sesuatu pada hakikatnya adalah halal

kecuali ada dalil yang jelas dan sah yang mengharamkannya. Prinsip ini menjadi landasan fundamental dalam hukum Islam, memberikan kebebasan kepada umat Muslim dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal makanan dan minuman, kecuali jika ada larangan yang tegas dari Al-Qur'an atau Hadis. Dalam hal makanan, Syekh al-Qaradawi secara rinci menjelaskan jenis-jenis hewan yang boleh dan tidak boleh dimakan. Hewan yang halal untuk dikonsumsi pada umumnya adalah hewan ternak seperti sapi, kambing, dan ayam, selama hewan tersebut disembelih dengan cara yang benar menurut syariat Islam. Proses penyembelihan harus memenuhi beberapa syarat, antara lain menyebut nama Allah pada saat penyembelihan dan memastikan bahwa darah hewan keluar dengan sempurna.

Syekh al-Qaradawi juga menekankan bahwa beberapa makanan dan minuman secara tegas diharamkan dalam Islam, termasuk bangkai, darah, daging babi, dan khamr (minuman keras). Bangkai dan darah diharamkan karena dianggap najis dan tidak sesuai untuk dikonsumsi manusia. Daging babi diharamkan karena dalam Islam babi dianggap sebagai hewan yang kotor dan berbahaya bagi kesehatan. Khamr diharamkan karena sifatnya yang memabukkan dan dapat merusak akal, yang merupakan salah satu nikmat terbesar yang diberikan Allah kepada manusia. Penjelasan Syekh al-Qaradawi ini menunjukkan betapa pentingnya prinsip halal dan haram dalam kehidupan seorang Muslim, di mana segala sesuatu yang dikonsumsi harus dipastikan kehalalannya

agar sesuai dengan tuntunan syariat dan menjaga kesucian serta kesehatan jiwa dan raga²¹.

b. Indikator Halal

Produk halal merupakan produk yang memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran agama Islam. Hal ini melibatkan berbagai aspek yang harus dipatuhi secara ketat dalam proses produksi, pengolahan, dan distribusi produk tersebut. Pertama-tama, produk halal harus terjamin tidak mengandung babi atau bahan-bahan turunannya. Dalam Islam, babi diharamkan untuk dikonsumsi, oleh karena itu produk halal harus terjamin bebas dari kandungan babi baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, produk halal juga tidak boleh mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, atau kotoran-kotoran²².

Hal ini menunjukkan pentingnya menjaga kebersihan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip moral dalam proses pembuatan produk. Bahan-bahan yang digunakan dalam produk halal juga harus berasal dari hewan yang halal dan disembelih sesuai dengan tata cara syariat Islam. Penyembelihan hewan harus dilakukan dengan cara yang benar dan sesuai dengan ajaran agama Islam untuk memastikan kehalalan daging yang dihasilkan. Selanjutnya, semua fasilitas yang digunakan dalam proses produksi,

²¹ Al-Qaradawi, Y. (1960). *Al-Halal wal Haram fil Islam*. Kairo: Maktabah Wahbah.

²² Ibid, h.140-141

pengolahan, penyimpanan, dan distribusi produk halal harus bersih dari kontaminasi dengan barang haram, seperti babi.

Jika sebelumnya fasilitas tersebut pernah digunakan untuk bahan atau produk yang tidak halal, maka harus dibersihkan secara menyeluruh sesuai dengan ketentuan agama Islam. Terakhir, produk halal juga tidak mengandung minuman keras (khamar), sesuai dengan larangan dalam Islam terhadap konsumsi minuman beralkohol. Ini menunjukkan komitmen untuk menjaga kesehatan dan keberkahan dalam konsumsi produk oleh umat Islam.

Dengan mematuhi semua persyaratan ini, sebuah produk dapat dianggap sebagai produk halal yang sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam. Ini tidak hanya menjadi penting bagi umat Muslim dalam menjalankan keyakinan agama mereka, tetapi juga memberikan jaminan kualitas dan kebersihan bagi konsumen secara umum.

2. Sertifikasi Halal

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI²³.

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi

²³ Indonesia, Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014, tentang Jaminan Produk Halal, BAB I, Pasal 1 Ayat (10).

standar LPPOM MUI. Pasca Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, Sertifikasi Halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia²⁴.

b. Tujuan

Adapun tujuan dari sertifikasi Halal menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3, yaitu²⁵:

1. Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk dan
2. Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

3. Lebel Halal

a. Pengertian Lebel Halal

Label dapat diartikan sebagai tanda yang sederhana yang melekat pada suatu produk untuk menunjukkan merek atau identitas produk tersebut. Menurut Undang-Undang Kemasan dan Label yang Adil, persyaratan pelabelan yang wajib ditetapkan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang

²⁴ Warty dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", dalam *Al-Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol 2 No.1., (Juli 2020), h.101.

²⁵ Indonesia, Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli²⁶. Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk mempromosikan standar yang adil dalam industri kemasan dan label, serta memperkenalkan badan pemerintah yang bertanggung jawab untuk menetapkan standar dalam industri kemasan tertentu. Label halal adalah catatan atau penjelasan yang ditempatkan pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut telah diakui sebagai halal²⁷.

Persetujuan untuk menggunakan label halal biasanya diberikan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) setelah merekomendasikan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikasi ini didasarkan pada hasil pemeriksaan oleh lembaga pemerintah dan otoritas agama. Dalam konteks hukum Islam, label halal diberikan kepada produk yang memenuhi syarat untuk dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama Islam²⁸.

4. Brand Image

a. Pengertian Brand

Sebuah merek bukan hanya sekadar logo atau produk, tetapi ia mencakup keseluruhan identitas dan persepsi suatu perusahaan, produk, layanan, atau bahkan individu. Menurut para ahli pemasaran, sebuah merek mewakili nilai-nilai, kepribadian, dan reputasi yang terkait dengan apa pun yang ia wakili. Ini termasuk

²⁶ SYusuf Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam* (Jakarta: Rabbani press 2000), h. 13.

²⁷ Muhammad Fahmul Iltiham, M.H., & Muhammad Nizar, M.EI. (2019). *Buku Ajar: Label Halal Bawa Kebaikan* (Antin Rakhmawati, Ed.). Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT). ISBN: 978-602-53854-1-4.

²⁸ Ahmad H. Syakr, *Petunjuk Makanan Secara Islami*, (Bandung: Nuansa, 2016), h. 34.

elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan gambar yang membantu membedakan merek tersebut (Kotler & Keller, 2016)²⁹.

Selain itu, sebuah merek juga mencerminkan prinsip-prinsip atau keyakinan tertentu yang resonan dengan audiens targetnya, serta memiliki sifat-sifat dan karakteristik seperti manusia. Reputasi sebuah merek juga sangat penting, karena mempengaruhi persepsi orang lain terhadap merek tersebut (Aaker, 1996)³⁰. Dengan menjaga konsistensi di semua titik kontak, seperti materi pemasaran, produk, layanan pelanggan, dan keberadaan online, sebuah merek dapat memperkuat identitasnya dan membangun kepercayaan dengan pelanggan. Keseluruhan, sebuah merek yang kuat dapat membedakan produk atau perusahaan dari pesaing, menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan penjualan.

b. Pentingnya Brand Image

Ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk, mereka sering memiliki alasan-alasan yang berbeda untuk memilihnya. Beberapa mungkin memilih produk tersebut karena mereka merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan. Yang lain mungkin membeli karena mereka membutuhkan barang tersebut secara langsung. Namun, ada juga yang membeli secara spontan, tanpa rencana sebelumnya atau

²⁹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).

³⁰ Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.

pertimbangan khusus. Mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut secara impulsif³¹.

Brand image adalah bagaimana konsumen memandang sebuah merek, yang mencerminkan ingatan mereka tentang asosiasi dengan merek tersebut (Ferrinadewi, 2008:165). Menurut Biel (1992) sebagaimana dikutip dalam jurnal Xian, dkk (2011:1876), komponen-komponen dari brand image meliputi citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk. Citra perusahaan mencakup pandangan konsumen terhadap perusahaan berdasarkan pengetahuan, tanggapan, dan pengalaman mereka terhadap perusahaan tersebut. Citra pemakai mengacu pada karakteristik-karakteristik yang dikaitkan dengan konsumen yang menggunakan merek tersebut. Sementara itu, citra produk adalah gambaran produk di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan, dan pengalaman mereka terhadap produk tersebut. Ketiga komponen ini merupakan faktor utama yang membentuk citra sebuah merek.

³¹ Musay, F. P. (Tahun tidak disebut). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang). Skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dilihat dari sumber datanya, penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), maka dari itu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu meliputi kegiatan pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen³². Karena data yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini di peroleh dari lapangan.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang mendeskripsikan atau memberikan gambaran tentang objek penelitian melalui data atau sampel yang telah dikumpulkan, tanpa menganalisis dan menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Dengan kata lain, penelitian deskriptif analitis langsung menangkap permasalahan pada saat penelitian dilakukan, kemudian mengolah dan menganalisis hasil penelitian untuk menarik kesimpulan³³.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan membahas terkait Pengaruh lebelisasi halal pada G terhadap konsumen muslim, maka lokasi penelitian yang digunakan untuk memperoleh data penelitian ini terletak Sleman, tepatnya di seluruh cabang G yang ada di Yogyakarta.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.2

³³ Latifah Uswatun Khasanah, "Penelitian Kualitatif : Teknik Analisis Data Deskriptif," *DQLab*, last modified 2021, <https://dqlab.id/penelitian-kualitatif-teknik-analisis-data-deskriptif>.

C. Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Dalam hal ini data diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan para customer G yang sudah pernah melakukan transaksi pembelian produk G sebelum G mendapatkan lebelisasi halal, dan para customer yang melakukan transaksi pembelian produk G sesudah mendapatkan sertifikasi halal.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari penelusuran dan penelaah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti Undang-Undang, jurnal, penelitian terdahulu, website dan lainnya sebagai bahan pendukung penelitian.

D. Informan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa, Maka peneliti dalam penelitian ini memilih 8 informan penelitian. yang terdiri dari:

1. Mahasiswa di Sleman yang pernah menjadi konsumen G sebelum mendapatkan sertifikasi Halal (4 Orang)

2. Mahasiswa di Sleman yang pernah menjadi konsumen G sesudah mendapatkan sertifikasi Halal (4 Orang)

E. Teknik Penentuan Informan

Adapun Teknik dalam penentuan Informan Peneliti menggunakan Teknik Purposive Sampling, di mana informan akan diambil secara acak berdasarkan kisi- kisi atau batas-batas yang telah ditentukan peneliti. Selanjutnya dilakukan wawancara untuk memperoleh informasi dan penjelasan yang mendetail terhadap suatu permasalahan dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pada tahap observasi, peneliti melakukan kegiatan pengamatan dan pengenalan lapangan penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti mendapatkan data lapangan yang valid karena dapat di lihat, di rasakan dan di dengar langsung oleh peneliti sendiri. Pada kegiatan observasi ini, peneliti membaginya menjadi dua fase yaitu fase prapenelitian dan fase penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan komunikasi langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka agar diperoleh informasi yang lengkap, mendalam serta berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.

Pada tahap pelaksanaan wawancara, peneliti mengawalinya dengan menyusun instrumen penelitian, hal ini menjadi salah satu kerangka pengambilan data penelitian dengan menerapkan metode kualitatif. Kemudian di lanjutkan dengan pertemuan dan melakukan wawancara secara langsung (face to face) antara peneliti dan informan penelitian yang sudah peneliti tentukan sebelumnya sehingga data wawancara yang di peroleh sesuai dengan apa yang peneliti butuhkan dalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pekerjaan pengumpulan, menyusun, dan mengelola dokumen-dokumen literatur yang mencatat semua aktivitas dan yang dianggap berguna untuk dijadikan bahan keterangan dan penerangan mengenai berbagai soal³⁴.

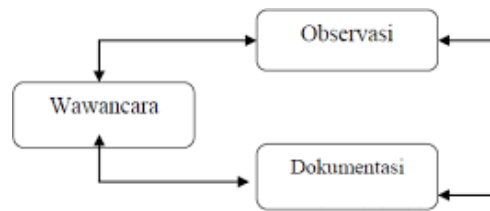
G. Keabsahan Data

Pada penelitian ini, untuk mengetahui keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada³⁵. Jika melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek

³⁴ Sulisty Basuki, *Dasar-Dasar Dokumentasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2001), hal. 11.

³⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 125.

kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data³⁶. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi teknik:



Gambar 3. 1 Triangulasi teknik³⁷

Triangulasi teknik adalah penggunaan beragam teknik pengungkapan data yang dilakukan kepada sumber data. Menguji kredibilitas data dengan triangulasi teknik yaitu mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Bila ternyata diperoleh situasi yang berbeda maka peneliti perlu melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data atau yang lain untuk memastikan data yang dianggap benar³⁸.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Pada penelitian kualitatif, data yang telah dikumpulkan dan didapatkan akan dianalisis dengan pendekatan kualitatif model interaktif yang terdiri dari

³⁶ Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010), hal. 289.

³⁷ Gambar. 1 Triangulasi teknik di ambil dari buku : Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010), hal. 289.

³⁸ Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010), hal. 289.

tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Dalam proses ini kegiatan yang pertama adalah proses pengumpulan data. Sebagian besar data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata, fenomena, foto, sikap, dan perilaku keseharian yang diperoleh peneliti dari hasil observasi mereka dengan menggunakan beberapa teknik seperti obeservasi, wawancara, dokumentasi dan dengan menggunakan alat bantu yang berupa kamera, Vidio Tap³⁹.

³⁹ Satori, Djam'an, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 171.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Mie G

Mie G merupakan sebuah merek dagang yang berasal dari jaringan restoran mie pedas terkemuka di Indonesia, dimana perusahaan tersebut merupakan anak perusahaan dari PT Pesta Pora Abadi. Sejak didirikan pada awal tahun 2016, Mie G telah memperoleh posisi sebagai pemimpin pasar, terutama di wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kepulauan Bali, dan sedang dalam proses ekspansi untuk menjadi merek nomor satu secara nasional. Dengan mengusung konsep bersantap modern dengan harga yang terjangkau.

Mie G telah mendapatkan pengakuan yang luar biasa di setiap pasar yang dijelajahnya, melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulannya. Dalam upaya untuk tetap relevan dan menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan setia, perusahaan selalu menekankan inovasi. Nama "Mie G" berasal dari kata "Gaco", yang berarti jagoan atau andalan dalam bahasa Jawa. Karena itu, tak mengherankan jika "Mie G" menjadi tempat bersantap favorit bagi masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa, pelajar, dan keluarga.

Berdasarkan data lapangan yang peneliti lakukan di seluruh cabang Mie G yang ada di Sleman, peneliti memperoleh data bahwa:

a. Mie G memperoleh rating restoran terfavorit di kalangan muda mudi Sleman Yogyakarta

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, G berhasil meraih rating cukup tinggi di beberapa aplikasi pemesanan makanan online (Food Delevary), adapun datanya sebagai berikut:

No	Nama Aplikasi	Lokasi Restoran	Rating
1	Shopee Food	Jl. Affandi No.9, Karang Gayam, Pelemkecut, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.8
		Jl. Babarsari Ruko Raflesia Blok B7-B10, Jl. Raya Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Jl. Ngapak - Kentheng, Modinan, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Kutu Patran, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman,	4.8

		Daerah Istimewa Yogyakarta	
2	Grab Food	Jl. Affandi No.9, Karang Gayam, Pelemkecut, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Jl. Babarsari Ruko Raflesia Blok B7-B10, Jl. Raya Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Jl. Ngapak - Kentheng, Modinan, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.8
		Kutu Patran, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.8
3	Go Food	Jl. Affandi No.9, Karang Gayam, Pelemkecut, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,	4.8

		Daerah Istimewa Yogyakarta	
		Jl. Babarsari Ruko Raflesia Blok B7-B10, Jl. Raya Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Jl. Ngapak - Kentheng, Modinan, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9
		Kutu Patran, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	4.9

b. Makanan bagi pecinta pedas

Mie G sendiri memiliki beberapa menu yang menjadi keidentikan setiap penyajian mananannya. Selain itu, Mie G juga memiliki tingkatan level pada setiap menunya sehingga para customer dapat menyesuaikan tingkat rasa pedas sesuai selera mereka masing masing. Namun, pada hasil data temuan penelitian ini peneliti juga menemukan daftar menu menu Mie

G sebelum di ganti atau revisi karena menjadi salah satu penyebab penolakan Mie G untuk meraih lebelisasi halal pada brandnya. Berikut menu Mie G yang berhasil peneliti peroleh.

Menu Lama	Menu Baru	Tingkat Level	Harga
Mie Angel	Mie Suit	-	Rp. 10.000
Mie Setan	Mie Hompimpa	0-8	Rp. 10.000
Mie Iblis	Mie G	0-8	Rp. 10.000

Dari data yang peneliti peroleh di lapangan, peneliti mendapatkan fakta bahwa Mie G dengan level 5 keatas menjadi pesanan terbanyak di setiap harinya. Hal ini tentu menjadi bukti dasar bahwa Mie G menjadi salah satu pilihan bagi para pencinta makanan pedas.

c. Harga mie yang relatif murah

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan pada seluruh cabang Mie G yang ada di Sleman, peneliti memperoleh data bahwa harga yang di terapkan pada seluruh menu varian mie di Mie G relatif murah jika di sandingkan dengan penyajian dan plating yang di sediakan pada menu varian mie.

Sebagaimana yang peneliti cantumkan pada tabel di atas, G hanya memiliki 3 menu utama pada varian mienya, di antaranya Mie Suit, Mie Hompimpa dan Mie G dan ketiga menu utamanya tersebut memiliki harga yang sama yaitu Rp. 10.000 untuk perporsinya.

Sajian atau plating yang di sediakan pada setiap porsi mienya juga terdiri dari banyak jenis bagian tambahan atau topping, yang di antaranya yaitu mie, lumpia ayam isi 2, kerupuk lumpia, bawang goreng, taburan ayam suir, dan daun bawang. Dengan banyaknya topping yang di sajikan dalam satu porsi mie, tentu harga Rp. 10.000 yang di terapkan menjadi nominal yang sangat terjangkau dan murah terlebih di kalangan mahasiswa Sleman.

d. Suasana Atau Vibes Semi Restoran

Dengan suasana restoran yang menarik, keren, dan nyaman, serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas, setiap pengunjung merasa betah dan selalu ingin kembali lagi. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, G menjadi salah satu tempat terbaik untuk para mahasiswa berduduk duduk santai sambil mengadakan pertemuan dengan sesama. Selain itu, pada setiap restorannya, G juga tidak memberikan batasan waktu seberapa lama pengunjung boleh tetap berada di restoran meskipun makanan dan minuman yang di pesan sudah selesai di nikmati.

e. Letak Geografis yang strategis

Hasil observasi terakhir yang peneliti peroleh pada Mie G adalah letak geografis restorannya yang sangat strategis. Sebagaimana data yang peneliti paparkan sebelumnya, saat ini G sudah menjamah pasar sangat luas. Sebagian besar baik kaum muda, remaja maupun yang tua tentu tau G.

Hal ini tentu di dukung oleh letak geografis restoran G yang sangat strategis seperti di tengah kota bahkan berdekatan dengan beberapa instansi sehingga mudah untuk di jangkau dan tentunya mudah untuk di jadikan opsi pilihan makanan yang akan di konsumsi oleh para calon customernya.

Visi perusahaan G adalah menjadi merek ritel F&B terbaik dan terbesar dengan standar pelayanan, produk, dan kebersihan yang setara dengan standar internasional. Sementara Misi perusahaan G antara lain adalah menyediakan produk terbaik dengan harga yang terjangkau bagi pelanggan kelas menengah, menciptakan pengalaman pelanggan yang terbaik dan berkelanjutan, serta membawa nama Indonesia ke dalam peta F&B dunia⁴⁰.

2. Lebelisasi Halal MUI

Lebelisasi halal MUI adalah proses penting yang memastikan bahwa produk dan layanan yang dikonsumsi oleh umat Islam memenuhi persyaratan kehalalan sesuai dengan ajaran agama Islam. Proses ini dilakukan oleh MUI, sebuah lembaga yang memiliki otoritas dalam urusan keagamaan di Indonesia. MUI menetapkan standar dan pedoman yang ketat untuk menilai apakah suatu produk atau layanan dapat dianggap halal. Proses lebelisasi halal dimulai dengan pendaftaran produk atau perusahaan yang ingin mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Perusahaan

⁴⁰ Mochamad Naufali Rizki & Eko Boedhi Santoso. (2022, Desember). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie G Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, 8(2). E-ISSN: 2407-5523, ISSN: 2407-3741.

tersebut kemudian akan menjalani serangkaian tahapan evaluasi yang melibatkan pemeriksaan terhadap bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, serta fasilitas dan sanitasi tempat produksi⁴¹.

Selama proses evaluasi, tim auditor yang terlatih dan berkualifikasi dari MUI akan mengunjungi lokasi produksi untuk memastikan bahwa semua proses dan bahan yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan Islam. Mereka akan memeriksa bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, pemisahan antara produk halal dan non-halal, hingga penggunaan peralatan yang bersih dan steril. Setelah melalui serangkaian tahapan evaluasi yang ketat, jika produk atau layanan tersebut memenuhi semua persyaratan kehalalan yang ditetapkan oleh MUI, maka perusahaan akan diberikan sertifikasi halal⁴².

Sertifikasi ini biasanya ditandai dengan pemberian label halal resmi dari MUI yang dapat ditempelkan pada kemasan produk atau ditempel di tempat yang terlihat oleh konsumen. Label halal MUI memberikan keyakinan kepada konsumen Muslim bahwa produk atau layanan tersebut telah melewati proses pemeriksaan yang ketat dan memenuhi standar kehalalan Islam. Ini memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam memilih produk atau layanan yang sesuai dengan keyakinan dan prinsip-prinsip agama mereka. Selain memberikan kepercayaan kepada konsumen, lebelisasi halal juga membantu produsen dalam memperluas

⁴¹ Rachmawati, N., & Suryani, E. (2017). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(2), 82-89. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.82-89>

⁴² Ibid

pangsa pasar mereka, karena produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal memiliki akses yang lebih luas ke pasar Muslim baik di dalam maupun di luar Indonesia.

3. Labelisasi Halal BPJPH Kementerian Agama (Kemenag)

Saat ini, di Indonesia, bagian yang mengurus sertifikasi dan labelisasi halal adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH adalah lembaga pemerintah yang berada di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia. Tugas utamanya adalah menyelenggarakan jaminan produk halal, termasuk dalam hal sertifikasi dan pengawasan produk halal yang beredar di Indonesia⁴³.

BPJPH didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan mulai beroperasi pada tahun 2017. Sebelumnya, tugas sertifikasi halal di Indonesia dipegang oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM MUI)⁴⁴.

Peralihan tugas sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) didasari oleh beberapa alasan utama, yang terkait dengan peningkatan efektivitas,

⁴³ Kementerian Agama Republik Indonesia. (2017). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Retrieved from <https://halal.go.id/>

⁴⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). Jakarta: Sekretariat Negara.

efisiensi, dan transparansi dalam proses sertifikasi halal di Indonesia. Berikut adalah beberapa alasan⁴⁵:

- a. Regulasi yang Lebih Komprehensif: Pembentukan BPJPH diatur oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang ini memberikan kerangka hukum yang lebih jelas dan komprehensif untuk penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia.
- b. Sentralisasi dan Standardisasi: Dengan adanya BPJPH, proses sertifikasi halal diharapkan menjadi lebih terpusat dan terstandarisasi, sehingga dapat mengurangi variasi dan inkonsistensi dalam proses sertifikasi yang sebelumnya mungkin terjadi.
- c. Peningkatan Efisiensi: BPJPH dirancang untuk mempercepat proses sertifikasi halal dengan prosedur yang lebih efisien dan terorganisir. Hal ini diharapkan dapat mempermudah pelaku usaha dalam mendapatkan sertifikat halal.
- d. Transparansi dan Akuntabilitas: Sebagai lembaga pemerintah, BPJPH diharapkan dapat memberikan transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi dalam proses sertifikasi halal. Ini termasuk transparansi dalam biaya, prosedur, dan waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan sertifikat halal.

⁴⁵ Majelis Ulama Indonesia. (2020). LPPOM MUI. Retrieved from <https://www.halalmui.org/>

- e. Kolaborasi dengan MUI: Meskipun BPJPH bertanggung jawab atas sertifikasi halal, MUI masih berperan penting dalam penetapan fatwa halal. BPJPH bekerja sama dengan MUI untuk memastikan bahwa aspek-aspek kehalalan produk sesuai dengan syariat Islam.

B. Pembahasan

1. Persepsi Mahasiswa Di Sleman Terhadap Labelisasi Halal Pada Brand dan Produk G?

Brand G menjadi sorotan intens beberapa tahun lalu karena masalah signifikan terkait sertifikasi halal dari MUI. Ini menciptakan kekhawatiran yang mendesak bagi sebagian orang, termasuk para influencer, karena banyak yang percaya bahwa produk tersebut sudah bersertifikasi halal, padahal tidak demikian. Berbagai pertanyaan pun muncul dari berbagai aspek, termasuk bahan-bahan yang digunakan, proses pembuatan, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan alasan mengapa G tidak selalu mendapat sertifikasi halal, sering dibicarakan di kalangan beberapa orang.

Namun, G segera mengambil tindakan pencegahan dengan menjelaskan bahwa ketidakmampuannya memperoleh sertifikasi halal bukan disebabkan oleh masalah bahan baku, proses produksi, atau aspek lain yang dapat meragukan kehalalan produknya. Sebaliknya, alasan utamanya adalah penamaan produk mereka, yang menjadi sorotan MUI sehingga belum ada

atau belum diterbitkannya sertifikasi halal. Oleh karena itu, mereka perlu melakukan perubahan dan penyesuaian terkait penamaan produk mereka⁴⁶.

Di kutip dari hasil wawancara dengan LPPOM MUI yang peneliti temukan di halaman website Detik Jateng, bahwa Nama produk tidak boleh menggunakan nama yang mengarah pada hal-hal yang menimbulkan kekufuran, kebatilan. Contoh: cokelat valentine, biskuit natal, mie gong ci fa cai,". Sementara itu, dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata 'G' artinya adalah taruhan'. Selain itu, gerai ini banyak menggunakan nama setan dan jin untuk menunya⁴⁷.

Analisis hasil penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan kunci yang diungkap dalam rumusan masalah, yaitu bahwa penamaan produk, baik itu dalam bidang FnB, kosmetik, jasa, dan sebagainya, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan MUI dalam menerbitkan sertifikasi halal. Hal ini mencatatkan pentingnya bagi beberapa merek untuk terus berinovasi sesuai dengan pedoman MUI jika ingin mendapatkan sertifikasi halal untuk memperluas pemasaran produk mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama beberapa Mahasiswa dan Mahasiswi yang ada di Sleman, peneliti membagi informan menjadi dua kategori besar yaitu Mahasiswa Mahasiswi Muslim dan Nonmuslim. Yang kemudian peneliti bagi kembali menjadi dua poin lagi yaitu Mahasiswa Mahasiswi yang makan G sebelum mendapatkan

⁴⁶ Wawan. (2022, Agustus 18). Mie G tak bisa disertifikasi halal, ini sebabnya. Detik Jateng. Retrieved from <https://www.detik.com/jateng/kuliner/d-6241776/mie-G-tak-bisa-disertifikasi-halal-ini-sebabnya>

⁴⁷ Ibid

sertifikasi halal dan yang sudah mendapatkan sertifikasi halal. Tujuan dari pembagian ini agar peneliti mampu memperoleh data yang lebih realistis serta memperoleh lebih banyak pandangan terkait brand image G di kalangan mahasiswa khususnya sleman.

Terdapat beberapa hal yang menjadi kategori standarisasi lebelisasi halal berdasarkan persepsi Mahasiswa yang peneliti peroleh dari wawancara penelitian yang di antaranya adalah:

a. Kebersihan

Peningkatan kesadaran akan kebutuhan akan produk halal telah mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengamankan sertifikasi halal sebagai representasi kepercayaan dan dedikasi terhadap pasar konsumen Muslim yang berkembang. Salah satu aspek krusial yang diperhatikan dalam proses produksi untuk memperoleh sertifikasi halal adalah kebersihan. Kebersihan bukan sekadar implementasi standar sanitasi rutin; sebaliknya, merupakan prasyarat mendasar dalam memelihara status kehalalan produk.

Pertama-tama, menjaga kebersihan dalam proses produksi adalah tindakan yang signifikan dalam memastikan bahwa produk tidak terkontaminasi dengan materi haram atau najis yang berpotensi mengakibatkan ketidakhalalan. Pemeliharaan kebersihan lingkungan produksi dan seleksi bahan baku yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal merupakan bagian penting dari proses ini. Selanjutnya, kebersihan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa proses produksi sejalan dengan prinsip-prinsip

kehalalan yang ditegakkan dalam agama Islam. Etos sanitasi yang diterapkan tidak hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap integritas dan kepercayaan konsumen.

Dalam Islam, menjaga kebersihan dianggap sebagai sebuah ibadah, sehingga perusahaan yang menjalankan prinsip-prinsip ini dianggap sebagai bentuk dari ketaatan agama. Di samping itu, kebersihan juga menjadi faktor penentu dalam membangun reputasi yang kuat dan dipercaya oleh konsumen. Produk-produk yang diproduksi dengan standar kebersihan yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh konsumen yang peduli akan aspek kehalalan. Oleh karena itu, perusahaan yang dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kebersihan dalam proses produksi memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan dukungan dan loyalitas konsumen.

Dalam perspektif ini, sertifikasi halal bukanlah sekadar jaminan atas kehalalan produk, tetapi juga merupakan indikasi dari komitmen perusahaan terhadap praktik-produksi yang bersih dan selaras dengan ajaran Islam. Kehigienisan bukanlah hanya persyaratan formal dalam proses sertifikasi, melainkan merupakan aspek integral dalam mempertahankan integritas dan reputasi merek di pasar yang senantiasa berkembang dan memperhatikan nilai-nilai keagamaan.

Penjelasan yang peneliti paparkan di atas, juga di dukung oleh hasil data wawancara yang peneliti peroleh, hampir semua informan peneliti menyampaikan pendapatnya bahwa kebersihan menjadi

aspek utama mereka dalam menilai kehalalan produk yang mereka konsumsi khususnya dalam perihal makan dan minuman. Peneliti akan memaparkan beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan penelitian sebagai berikut:

Wawancara yang dilakukan peneliti bersama mahasiswa alumni PAI UII, Muhammad Raihan Syahputra, beliau mengatakan:

“Peneliti: “Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?”

“Informan: Ada, kebersihan dan kesehatan lingkungan serta proses produksinya”⁴⁸.

Kebersihan bukan hanya menjadi perhatian bagi mahasiswa Muslim, tetapi juga menjadi fokus utama di kalangan mahasiswa non-Muslim di Sleman dalam memilih produk atau merek tertentu, terutama G. Hal ini dapat didukung oleh temuan peneliti melalui hasil wawancara dengan sejumlah mahasiswa dan mahasiswi non-Muslim di wilayah tersebut.

Wawancara peneliti dengan informan yang bernama Topan Marzuki misalnya, Topan Marzuki mengatakan bahwa:

“Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?”

“Informan: Kebersihan tempatnya, kemudian rasa dan mungkin rekomendasi orang-orang yang saya percayai kalau saya belum pernah makan di tempat itu mas”⁴⁹.

⁴⁸ Wawancara bersama informan penelitian, Muhammad Raihan Syahputra di Sleman

⁴⁹ Wawancara bersama informan penelitian, Topan Marzuki di Sleman

Kemudian, wawancara peneliti bersama dengan Bayu Nugroho, dalam wawancaranya bersama peneliti, Bayu menyampaikan pengalaman buruknya makan di G, dirinya menyampaikan bahwa:

“Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?”

“Informan: Ada kak, yang penting bersih alat makannya kak, dulu pernah makan di G gelasnya ada bekas minyak gitu di minuman saya juga kak, saya mesannya es the tapi waktu mau saya minum di atasnya nampak seperti ada bercak minyak yang tidak menyatu dengan air, ini mengindikasikan kalau pencucian gelasnya tidak bersih sehingga masih ada noda minyak yang tersisa kak. Sama paling tempat makannya tidak ada lalat sih kak”⁵⁰.

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa kebersihan merupakan aspek yang sangat penting dalam proses produksi dan pemilihan produk halal. Kebersihan bukan sekadar praktik sanitasi biasa, melainkan menjadi prasyarat mendasar dalam menjaga status kehalalan sebuah produk. Hal ini tercermin dari berbagai aspek, mulai dari pemilihan bahan baku yang sesuai dengan prinsip halal, pemeliharaan kebersihan lingkungan produksi, hingga etos sanitasi yang diterapkan dalam proses produksi. Lebih dari itu, kebersihan juga memiliki implikasi yang signifikan dalam membangun citra merek yang kuat dan dipercaya oleh konsumen.

Produk-produk yang diproduksi dengan standar kebersihan yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh konsumen, baik Muslim

⁵⁰ Wawancara bersama informan penelitian, Bayu Nugroho di Sleman

maupun non-Muslim. Hal ini diperkuat oleh temuan dari hasil wawancara, di mana hampir semua informan menyatakan bahwa kebersihan menjadi aspek utama dalam menilai kehalalan produk yang mereka konsumsi. Dalam konteks ini, sertifikasi halal bukanlah sekadar jaminan atas kehalalan produk, tetapi juga merupakan indikasi dari komitmen perusahaan terhadap praktik-produksi yang bersih dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Kebersihan bukan hanya menjadi persyaratan formal dalam proses sertifikasi, melainkan juga menjadi aspek integral dalam mempertahankan integritas dan reputasi merek di pasar yang senantiasa berkembang dan memperhatikan nilai-nilai keagamaan. Dengan demikian, pemahaman dan implementasi kebersihan dalam proses produksi merupakan hal yang tidak bisa diabaikan oleh perusahaan yang ingin memperoleh sertifikasi halal dan memenangkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya kebersihan sebagai aspek krusial dalam menjaga kualitas, kehalalan, dan reputasi sebuah merek atau produk di pasar yang semakin kompetitif dan sensitif terhadap nilai-nilai agama.

b. Bahan

Dalam konteks persyaratan sertifikasi halal, pentingnya bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi produk makanan tidak bisa diabaikan. Sebagai bagian dari proses verifikasi kehalalan produk, badan sertifikasi biasanya memeriksa setiap bahan yang

digunakan untuk memastikan keabsahan dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip halal dalam Islam. Oleh karena itu, pemilihan bahan-bahan yang sesuai dengan aturan halal menjadi aspek krusial dalam menjaga kehalalan suatu produk. Salah satu pertimbangan utama dalam menentukan kehalalan suatu produk adalah sumber bahan-bahan yang digunakan.

Bahan-bahan tersebut harus berasal dari sumber yang halal dan tidak mengandung bahan-bahan haram seperti babi, alkohol, atau produk-produk hewani yang tidak disembelih sesuai dengan aturan halal. Pemenuhan persyaratan ini merupakan langkah awal yang penting dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Selain itu, perhatian juga harus diberikan pada proses pengolahan dan pemrosesan bahan-bahan tersebut. Proses-produksi harus terjamin kebersihannya dan terbebas dari kontaminasi dengan bahan-bahan haram atau najis. Ini melibatkan penggunaan peralatan dan fasilitas produksi yang steril, serta penerapan praktik sanitasi yang ketat untuk mencegah kontaminasi silang.

Lebih dari itu, transparansi dan akurasi dalam pelabelan produk juga menjadi faktor penting. Informasi yang jelas dan jujur mengenai bahan-bahan yang digunakan akan memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Dalam konteks ini, merek atau produsen yang dapat memberikan jaminan atas kehalalan dan kebersihan produk mereka akan lebih dipercaya

oleh konsumen Muslim yang peduli akan aspek keagamaan dalam pemilihan produk makanan.

Dengan demikian, bahan-bahan yang digunakan dalam produksi produk makanan bukan hanya menjadi bagian dari proses produksi, tetapi juga merupakan faktor penentu dalam mendapatkan sertifikasi halal. Pemilihan bahan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, pemastian kebersihan dalam proses produksi, dan transparansi dalam pelabelan produk menjadi langkah-langkah penting dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal dan membangun kepercayaan konsumen.

c. Proses Produksi

Dalam konteks labelisasi halal, proses produksi sebuah produk, khususnya makanan, menjadi salah satu aspek penting dan syarat utama bagi sebuah merek atau produk dalam memperoleh sertifikasi halal. Proses produksi yang bersih, konsisten, dan terkendali menjadi landasan penting dalam menjaga standar kehalalan sebuah produk. Badan sertifikasi halal biasanya memperhatikan dengan seksama seluruh tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga distribusi produk, untuk memastikan bahwa proses tersebut memenuhi prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam⁵¹.

Penting untuk menjaga kekonsistenan dalam proses produksi agar standar kehalalan dapat terjaga secara konsisten. Ini mencakup

⁵¹ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2020). Pedoman Umum Sistem Jaminan Produk Halal. Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI.

penggunaan bahan baku yang sesuai dengan prinsip halal, penggunaan peralatan dan fasilitas produksi yang bersih, serta penerapan praktik sanitasi yang ketat. Dengan menjaga konsistensi dalam proses produksi, sebuah merek atau produk dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kehalalan dan membangun kepercayaan konsumen.

Selanjutnya, meminimalkan proses produksi juga menjadi faktor penting dalam menjaga standar kehalalan produk. Meminimalkan proses produksi memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi risiko kontaminasi dengan bahan-bahan haram atau najis yang dapat mengganggu status halal produk. Ini melibatkan penggunaan metode pengendalian kualitas yang tepat, pemantauan secara berkala terhadap proses produksi, serta pelatihan terhadap staf produksi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kehalalan produk⁵².

Dalam Islam, menjaga kehalalan dalam produksi makanan dianggap sebagai kewajiban moral dan agama. Oleh karena itu, merek atau produsen yang mampu menjaga kekonsistenan dan minimuannya proses produksi secara efektif akan mendapatkan apresiasi yang tinggi dari konsumen Muslim yang peduli akan aspek keagamaan dalam pemilihan produk. Dengan demikian, pentingnya proses produksi dalam memperoleh sertifikasi halal tidak hanya

⁵² Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI. (2019). Panduan Sistem Jaminan Produk Halal. Jakarta: MUI.

berdampak pada status kehalalan produk, tetapi juga merupakan bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan dan membangun reputasi merek di pasar yang semakin sensitif terhadap nilai-nilai agama⁵³.

d. Penggunaan Bahan Tambahan yang Haram

Penggunaan bahan tambahan yang haram dalam proses produksi produk makanan merupakan pelanggaran serius terhadap prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam. Bahan tambahan yang haram seperti babi, alkohol, atau produk-produk hewani yang tidak disembelih sesuai dengan aturan halal dapat mengakibatkan produk tersebut dianggap tidak halal dan tidak layak untuk dikonsumsi oleh umat Muslim. Oleh karena itu, larangan penggunaan bahan tambahan yang haram menjadi aspek penting dan syarat utama bagi sebuah merek dan produk dalam memperoleh labelisasi halal.

Penting untuk memahami bahwa penggunaan bahan tambahan yang haram dalam produksi makanan bukan hanya melanggar prinsip kehalalan, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan konsumen. Bahan-bahan seperti alkohol atau zat aditif yang dihasilkan dari babi dapat menyebabkan reaksi alergi atau masalah kesehatan lainnya bagi konsumen yang sensitif. Oleh

⁵³ Azmi, A. R., et al. (2021). "Halal certification: A review of literature on critical success factors and implications for stakeholders." *International Journal of Food Science & Technology*, 56(1), 12-22.

karena itu, menjaga kebersihan dan kehalalan produk menjadi tanggung jawab yang penting bagi produsen makanan.

Kemudian, untuk memperoleh labelisasi halal, sebuah merek atau produk harus menjaga kekonsistenan dalam proses produksinya. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku yang sesuai dengan prinsip halal, penggunaan peralatan produksi yang bersih, serta penerapan praktik sanitasi yang ketat. Dengan menjaga kekonsistenan dalam proses produksi, sebuah merek atau produk dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kehalalan dan membangun kepercayaan konsumen.

2. Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa di Sleman?

Dalam wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa Muslim di Sleman, terungkap bahwa labelisasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam persepsi mereka terhadap brand dan produk G. Bagi mahasiswa tersebut, label halal tidak hanya sekadar tanda, melainkan jaminan bahwa makanan yang mereka konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Banyak dari mereka menyatakan bahwa kehadiran sertifikasi halal pada produk dan restoran merupakan faktor penentu dalam keputusan mereka untuk memilih tempat makan.

Mereka merasa lebih percaya dan nyaman untuk mengonsumsi makanan yang telah terverifikasi kehalalannya, sebagaimana diutarakan oleh Muhammad Raihan Syahputra, seorang alumni PAI UII, yang

menekankan bahwa labelisasi halal memberikan jaminan bahwa apa yang mereka konsumsi adalah sesuai dengan ajaran agama Islam.

“Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?”

“Informan: Labelisasi halal adalah proses pemberian label atau tanda pada produk maupun restoran yang menunjukkan bahwa produk dan layanan tersebut telah memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan dalam hukum Islam. Bagi saya sebagai konsumen Muslim, labelisasi halal sangat penting karena itu menjadi jaminan bahwa apa yang saya konsumsi sesuai dengan ajaran agama saya”⁵⁴.

Sebelum Restoran G memperoleh sertifikasi halal, beberapa mahasiswa mengaku merasa ragu untuk makan di sana. Mereka merasa tidak yakin dengan kehalalan produk yang ditawarkan oleh restoran tersebut. Namun, setelah G mendapatkan sertifikasi halal, persepsi mereka terhadap restoran tersebut meningkat secara signifikan. Mereka merasa lebih yakin dan percaya untuk memilih G sebagai tempat makan, sebagaimana diungkapkan oleh Fikri Zaini, seorang mahasiswa UAD, yang menyatakan bahwa kehadiran labelisasi halal sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih tempat makan.

“Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?”

“Informan: Iya, sangat berpengaruh, karena bagi saya makanan yang ada sertifikasi atau logo halalnyalah yang boleh saya konsumsi. Jika tidak ada logo halalnya atau masih meragukan kehalalannya, maka saya tidak akan mengkonsumsinya kak”⁵⁵.

⁵⁴ Wawancara bersama informan penelitian, Muhammad Raihan Syahputra di Sleman

⁵⁵ Wawancara bersama informan penelitian, Fikri Zaini di Sleman

Persepsi positif terhadap labelisasi halal juga terlihat dalam pengalaman Bayu Nugroho, seorang mahasiswa UGM, yang mengatakan bahwa label halal memberikan tambahan jaminan terhadap kualitas dan keamanan produk. Meskipun dia bukan seorang Muslim, Bayu merasa nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal. Baginya, label halal adalah salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk dan merek. Pentingnya labelisasi halal tidak hanya dirasakan oleh mahasiswa Muslim, tetapi juga oleh mahasiswa non-Muslim. Meskipun bagi sebagian dari mereka labelisasi halal bukanlah faktor utama dalam keputusan memilih tempat makan, namun mereka juga mempertimbangkannya sebagai tambahan jaminan terhadap kualitas dan keamanan produk.

“Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?”

“Informan: Tentu kak”

“Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?”

“Informan: Kalau aku sih lebih percaya kak, kaya sebelumnya yang aku bilang kak bahwasannya kalau ada lebel halalkan jadi lebih tau. Aku juga kagum sih kak sama umat muslim karena ada peraturan bahkan sampai ke makanan kak. Dan saya pernah di beri tau ternyata kehalalan dan keharamannya sebuah makanan bisa juga di tolak ukur dari proses penyembelihannya kak. Itu benar ga ya kak”⁵⁶.

Dalam wawancara lebih lanjut, beberapa mahasiswa menambahkan bahwa labelisasi halal tidak hanya penting bagi konsumsi pribadi, tetapi juga

⁵⁶ Wawancara bersama informan penelitian, Bayu Nugroho di Sleman

dalam konteks sosial. Misalnya, ketika mereka mengajak teman atau keluarga makan bersama, mereka cenderung memilih restoran dengan label halal untuk memastikan semua orang merasa nyaman dan aman dengan pilihan makanan yang tersedia. Ini menunjukkan bahwa label halal memiliki dampak yang luas, tidak hanya pada keputusan individu tetapi juga pada interaksi sosial dan budaya makan bersama.

“Peneliti: Bagaimana labelisasi halal memengaruhi pilihan Anda ketika makan bersama teman atau keluarga?”

“Informan: Sangat berpengaruh kak. Karena saya ingin memastikan semua orang merasa nyaman dengan makanan yang kita pesan. Jika ada yang tidak yakin dengan kehalalan makanan, maka itu bisa mengganggu suasana makan bersama.”

Selain itu, beberapa mahasiswa juga menggaris bawahi pentingnya transparansi dalam proses labelisasi halal. Mereka menyatakan bahwa mengetahui bagaimana suatu produk atau restoran mendapatkan sertifikasi halal bisa meningkatkan kepercayaan mereka terhadap brand tersebut. Proses yang transparan dan jelas menunjukkan komitmen restoran terhadap standar halal, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan.

“Peneliti: Apakah transparansi dalam proses labelisasi halal mempengaruhi kepercayaan Anda terhadap suatu brand?”

“Informan: Iya, sangat berpengaruh. Jika restoran atau produk tersebut transparan tentang bagaimana mereka mendapatkan sertifikasi halal, saya jadi lebih percaya dan merasa aman untuk mengonsumsinya.”

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal memiliki dampak yang signifikan dalam memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap brand dan produk G. Label halal dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih tempat makan, serta

memberikan tambahan kepercayaan bagi mereka terhadap kualitas produk yang mereka konsumsi. Selain itu, transparansi dalam proses labelisasi halal juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk brand dan produk yang ingin berhasil menarik perhatian dan kepercayaan dari segmen pasar mahasiswa, memiliki labelisasi halal bisa menjadi strategi yang efektif.

Berikut ini, peneliti akan memaparkan tabel grafik yang berisi berapa mahasiswa dari informan penelitian yang merasa bahwa sertifikasi halal berdampak pada mereka dalam pembelian produk G baik mahasiswa muslim maupun non muslim:

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa di Sleman				
No	Nama Mahasiswa	Keterangan	Berpengaruh / Tidak	Hasil Wawancara
1	Muhammad Raihan Syahputra	Mahasiswa Muslim	Berpengaruh	Informan: Tentu saja, labelisasi halal menjadi faktor penting dalam keputusan saya untuk makan di sebuah tempat.
2	Topan Marzuki	Mahasiswa Non Muslim	Tidak Berpengaruh	Informan: Sebagai seorang non-Muslim, labelisasi halal mungkin tidak menjadi faktor utama dalam keputusan saya untuk makan di suatu restoran. Namun, jika saya memiliki pilihan antara restoran yang memiliki labelisasi

				halal dan yang tidak, saya mungkin lebih condong memilih restoran yang memiliki labelisasi halal.
3	Ratasya Maharani	Mahasiswi Muslimah	Berpengaruh	Informan: Sangat penting dampak labelisasi halal dalam mengambil keputusan untuk membeli makanan yang halal.
4	Bayu Nugroho	Mahasiswa Non Muslim	Berpengaruh	Informan: Benar kak, lebih trust karena saya yakin dan percaya makan yang di setuju oleh umat muslim adalah makanan terbaik yang tentunya sudah melalui standarisasi agamanya yang ketat kak

5	Ahmad Hayu Irfandi	Mahasiswa Muslim	Tidak Berpengaruh	Informan: Selama ini sih tidak ya mas, karena ya kita sudah pernah makan di sana dan ya makanannya hanya mie dengan toping ayam dan dimsum udang-udangannya yang secara garis umum itu halal dari agama Islam ya kak.
6	Amando	Mahasiswa Non Muslim	Tidak Berpengaruh	Informan: Tidak terlalu berdampak mas, karena seperti yang saya jelaskan sebelum ini. Kalau di agama saya itu tidak terlalu spesifik membahasnya mas
7	Fikri Zaini	Mahasiswa Muslim	Berpengaruh	Informan: Sangat berpengaruh di kalangan mahasiswa terkait labelisasi

				<p>kehalalan restoran tersebut. Karena mungkin jika tidak ada labelisasi kehalalan mahasiswa khususnya yang muslim tidak akan ke restoran tersebut. Jadi menurut saya itu sangat mempengaruhi citra restoran tersebut</p>
8	Angel Maharani	<p>Mahasiswi</p> <p>Non Muslim</p>	Berpengaruh	<p>Informan:</p> <p>Kebetulan karena saya kristen dan saya pribadi dekat dengan banyak teman teman muslim, labelisasi halal sangat mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk</p>

Berdasarkan tabel grafik “Pengaruh Lebelisasi Halal Terhadap Brand Image Restoran G Di Kalangan Mahasiswa di Sleman” terbukti bahwa dari 8 informan penelitian, terdapat 5 mahasiswa dan mahasiswi yang merasa bahwa lebelisasi mempengaruhi pembelian mereka terhadap produk G dan 3 lainnya merasa tidak berpengaruh. Sehingga dapat di simpulkan bahwa lebelisasi halal sangat mempengaruhi para mahasiswa dan mahasiswi dalam mengkonsumsi produk khususnya G.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai standar atau kriteria dalam proses labelisasi halal pada brand dan produk G di industri FnB, dapat disimpulkan beberapa hal yang penting. Pertama, penamaan produk menjadi faktor utama yang memengaruhi penerbitan sertifikasi halal oleh MUI. Meskipun proses produksi dan bahan baku mungkin sudah memenuhi standar kehalalan, namun penamaan produk yang ambigu atau meragukan dapat menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, penting bagi merek untuk terus berinovasi sesuai dengan pedoman MUI dalam menentukan nama produk mereka.

Hasil wawancara dengan mahasiswa dan mahasiswi di Sleman mengungkapkan bahwa kebersihan merupakan aspek penting dalam penilaian kehalalan produk yang mereka konsumsi. Baik itu mahasiswa Muslim maupun non-Muslim, kebersihan tempat dan proses produksi menjadi faktor utama dalam memilih produk atau merek tertentu. Hal ini juga didukung oleh temuan penelitian, di mana hampir semua informan menekankan pentingnya kebersihan dalam memastikan kehalalan sebuah produk. Selanjutnya, pemilihan bahan yang sesuai dengan prinsip halal menjadi krusial dalam proses produksi. Badan sertifikasi halal memeriksa setiap bahan yang digunakan untuk memastikan keabsahan dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip halal dalam Islam. Merek atau produsen yang dapat memberikan jaminan atas kehalalan dan kebersihan produk mereka akan

lebih dipercaya oleh konsumen Muslim yang peduli akan aspek keagamaan dalam pemilihan produk makanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada peneliti untuk pengembangan penelitian lebih lanjut. Pertama, penelitian ini dapat diperluas dengan memperluas cakupan sampel responden, tidak hanya terbatas pada mahasiswa dan mahasiswi di Sleman, tetapi juga melibatkan responden dari berbagai latar belakang dan wilayah geografis yang lebih luas. Hal ini dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif tentang persepsi terhadap labelisasi halal pada brand dan produk G. Selain itu, penelitian ini dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai faktor-faktor lain yang memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian terkait produk halal, seperti harga, kualitas produk, dan citra merek.

Dengan memperluas faktor-faktor yang diteliti, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang preferensi konsumen terhadap produk halal. Penelitian selanjutnya juga dapat memperdalam analisis terkait pengaruh labelisasi halal terhadap perilaku konsumen, baik dalam konteks pembelian secara offline maupun online. Dengan pertumbuhan e-commerce yang pesat, penting untuk memahami bagaimana labelisasi halal memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk halal secara daring. Kemudian, penelitian ini juga dapat mengeksplorasi dampak dari perubahan regulasi terkait labelisasi halal, baik

di tingkat nasional maupun internasional, terhadap industri FnB dan preferensi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Khasanah, Latifah Uswatun. "Penelitian Kualitatif: Teknik Analisis Data Deskriptif." *DQLab*. Last modified 2021. <https://dqlab.id/penelitian-kualitatif-teknik-analisis-data-deskriptif>.
- KBBI. (2023). "Sertifikasi", Dalam KBBI Online, Diakses dari <https://kbbi.web.id/>
- Muhammad Tahir Jan. "A Research Framework of the Halal Certification Role in Purchase Intention of Muslim Consumers on the Food Products from Muslim Majority Countries in the Middle East and North Africa." *International Journal of Modern Trends in Business Research*. Last modified 2018. Accessed March 21, 2024. https://www.academia.edu/38031132/A_Research_Framework_of_The_Halal_Certification_Role_in_Purchase_Intention_of_Muslim_Consumers_on_The_Food_Products_from_Muslim_Majority_Countries_in_The_Middle_East_and_North_Africa
- Octavia, Husnaini. *STUDI ANALISIS PROSES PRODUKSI BERDASARKAN SISTEM JAMINAN HALAL PADA INDUSTRI COKELAT NDALEM YOGYAKARTA* ANALYSIS STUDY on PRODUCTION PROCESS and HALAL ASSURANCE SYSTEM in INDUSTRY of CHOCOLATE NDALEM YOGYAKARTA, n.d. Accessed March 21, 2024. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29944/16423025%20Husnaini%20Octavia.pdf?sequence=1>.
- Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010), hal. 289.

Rina, Aditia Wati. “ANALISIS SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL DALAM PROSES PRODUKSI (STUDI KASUS PADA PRODUK MANCO KETAN WIJEN PUTKINAS DESA MAJAPURA, KABUPATEN PURBALINGGA) - Repository UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri.” *Uinsaizu.ac.id* (2023). Accessed March 21, 2024. <https://repository.uinsaizu.ac.id/19960/>.

Satori, Djam'an, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 171

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 125.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.2

Sulistyo Basuki, *Dasar-Dasar Dokumentasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2001), hal. 11.

Warto Warto, and Samsuri Samsuri. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.” *Al Maal* 2, no. 1 (July 14, 2020): 98–98. Accessed March 21, 2024. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803>.

Yusuf, Hanim. “Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia.” *Journal of Economics, Business and Management*. EJournal Publishing, 2016. Last modified 2016. Accessed March 21, 2024. https://www.academia.edu/102505996/Halal_Certification_vs_Business_Growth_of_Food_Industry_in_Malaysia..

“SKRIPSI KEHALALAN PRODUK MAKANAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI UMAT MUSLIM (Studi Kasus Pasar Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur) - PDF Free Download.” *Docplayer.info*. Last modified 2017. Accessed March 21, 2024. <https://docplayer.info/209200912-Skripsi-kehalalan-produk-makanan-dalam-upaya-perlindungan-konsumen-bagi-umat-muslim-studi-kasus-pasar-purbolinggo-kabupaten-lampung-timur.html>.

“UU No. 33 Tahun 2014.” *Database Peraturan | JDIH BPK*. Last modified 2014. Accessed March 21, 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>

Lampiran-Lampiran

A. Transkrip Wawancara

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA MUSLIM

Nama : Muhammad Raihan Syahputra

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Alumni PAI UII

Hari/Tanggal : 06/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Labelisasi halal adalah proses pemberian label atau tanda pada produk maupun restoran yang menunjukkan bahwa produk dan layanan tersebut telah memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan dalam hukum Islam. Bagi saya sebagai konsumen Muslim, labelisasi halal sangat penting karena itu menjadi jaminan bahwa apa yang saya konsumsi sesuai dengan ajaran agama saya.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Tentu, Saya biasanya melihat apakah produk dan restoran tersebut sudah memiliki sertifikasi halal dari lembaga MUI atau belum, bahkan saya juga mencari informasi tentang bahan-bahan yang digunakan didalam produk tersebut.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Saya pertama kali mengetahui Restoran G melalui rekomendasi dari teman kampus UII, waktu itu produk G masih menggunakan istilah-istilah khasnya seperti (Mie setan, Mie Angel, dan Mie Iblis). Dan waktu itu juga, mie G belum memiliki sertifikasi halal dari MUI.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Tentu saja, labelisasi halal menjadi faktor penting dalam keputusan saya untuk makan di sebuah tempat.

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Pada saat pertama kali ke Restoran G. Saya seakan sudah melihat sertifikasi halalnya, makanya dari itu ketika saya mendapatkan informasi bahwa G belum berlebelisasi halal, saya merasa bahwa ini bukan karena berasal dari produk atau bahan yang di gunakan, melainkan faktor lain. Karena dari produk dan bahan makanannya yang di gunakan, saya dapat memastikan itu halal. Di dalamnya hanya ada mie, pangsit ayam, dan taburan ayam suwir

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Berdasarkan pengalaman saya sebagai customer muslim G yang sudah merasakan G bahkan sebelum mendapatkan sertifikasi halal, lebelisasi halal menjadi sangat penting bagi sebuah brand maupun produk. Ketika G sudah benar benar meraih sertifikasi halalnya di tahun 2023 lalu, banyak dari kalangan muslim yang mulai semakin rame mencoba G. Baik dari kalangan influencer, teman teman kampus saya sendiri, bahkan keluarga saya ketika datang ke Yogyakarta.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Benar, saya merasa lebih nyaman karena hal ini seperti sudah memverifikasi sendiri bahwa brand atau produk yang di jual aman untuk di konsumsi oleh seluruh umat di Indonesia. Mengingat juga hanya umat Muslimlah yang memiliki aturan keagamaan yang sedemikian rupa, maka sangat urgent bagi saya untuk seluruh brand yang akan di konsumsi umat muslim di pastikan kehalalannya.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sebagaimana yang saya katakan sebelumnya, bagi saya sangat penting.

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: tentu, dan hal ini justru berdasarkan pengalaman pribadi saya

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Ada, kebersihan dan kesehatan lingkungan serta proses produksinya

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Tidak ada sih mas, karena sejauh ini aman dan baik-baik saja

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: untuk saat ini, belum ada mas.

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA NON MUSLIM

Nama : Topan Marzuki

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Mahasiswa UKDW

Hari/Tanggal : 06/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Labelisasi halal menurut saya seperti cap mas. Cap untuk memastikan kalau makanan itu halal untuk di konsumsi

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Jujur mas, saya sendiri kurang tau bagaimana. Yang saya tau kalau temen saya yang muslim memakan atau meminimnya berarti itu halal mas.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Pertama kali tau G itu dari media sosial mas, setelah itu penasaran dan karena saya juga suka pedas, jadi saya coba saja sih mas, seperti makan di warung atau tempat makan pada umumnya.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Sebagai seorang non-Muslim, labelisasi halal mungkin tidak menjadi faktor utama dalam keputusan saya untuk makan di suatu tempat. Namun, saya akan tetap mempertimbangkan labelisasi halal sebagai salah satu faktor yang relevan. Meskipun

demikian, saya lebih cenderung memilih tempat makan berdasarkan kualitas makanan, suasana restoran, dan pelayanan yang ditawarkan.

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: kalau pengalaman pertama itu biasa aja mas, seperti makan biasa saja. Untuk informasi kehalalannya saya sendiri tidak terlalu fokus ke sana mas, karena dalam agama saya sendiri tidak ada larangan memakan makanan halal atau memakan makanan haram, itu yang saya tau mas.

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Menurut pendapat saya, labelisasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim. Sebelumnya, ketika G belum memiliki sertifikasi halal, beberapa konsumen Muslim mungkin ragu untuk makan di sana karena ketidakpastian mengenai kehalalan makanan. Namun, setelah G memperoleh sertifikasi halal, citra mereka menjadi lebih baik di mata konsumen Muslim. Sertifikasi halal menciptakan rasa percaya dan jaminan bagi konsumen Muslim bahwa produk dan layanan yang disediakan sesuai dengan ajaran agama mereka. Ini bisa meningkatkan popularitas dan reputasi G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan keuntungan bagi restoran tersebut.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Sebagai seorang non-Muslim, saya mungkin tidak memiliki kepercayaan yang sama seperti konsumen Muslim terhadap labelisasi halal. Namun, saya tetap merasa lebih nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal. Mengapa? Karena labelisasi

halal menunjukkan bahwa brand atau produk tersebut telah melalui proses penilaian yang ketat sesuai dengan standar keagamaan yang diakui secara luas. Ini menciptakan rasa kepercayaan bahwa produk atau layanan tersebut aman dan sesuai untuk dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat, termasuk saya sebagai konsumen non-Muslim. Dengan demikian, labelisasi halal memberikan tambahan jaminan terhadap kualitas dan keamanan produk, yang membuat saya lebih nyaman untuk memilihnya.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sebagai seorang non-Muslim, labelisasi halal mungkin tidak menjadi faktor utama dalam keputusan saya untuk makan di suatu restoran. Namun, jika saya memiliki pilihan antara restoran yang memiliki labelisasi halal dan yang tidak, saya mungkin lebih condong memilih restoran yang memiliki labelisasi halal. Meskipun demikian, keputusan saya untuk makan di suatu restoran biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas makanan, suasana restoran, dan pelayanan yang ditawarkan.

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Mungkin iya mas, tapi tidak melulu selamanya mas. Sebagai seorang non-Muslim, saya mungkin tidak memiliki preferensi khusus terhadap restoran berdasarkan labelisasi halal. Namun, jika teman atau anggota keluarga saya yang Muslim meminta rekomendasi restoran, saya mungkin akan menyebutkan Restoran G jika mereka mencari tempat yang memiliki labelisasi halal. Meskipun begitu, rekomendasi saya tetap akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas makanan dan pengalaman saya secara keseluruhan di restoran tersebut.

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Kebersihan tempatnya, kemudian rasa dan mungkin rekomendasi orang orang yang saya percayai kalau saya belum pernah makan di tempat itu mas

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Tidak ada sih mas, karena sejauh ini aman dan baik-baik saja.

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Belum ada mas.

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA MUSLIM

Nama : Ratasya Maharani

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Alumni Ahwal Syakhsyah UII

Hari/Tanggal : 06/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Labelisasi halal menurut pandangan saya merupakan pemberian atau tanda bahwa suatu produk baik itu makanan ataupun kosmetik halal dalam Islam, dalam artian tidak mengandung zat-zat atau unsur-unsur yang diharamkan oleh Islam. Hal ini tentu penting bagi saya selaku konsumen muslim, karena saya dapat makan atau menggunakan kosmetik tanpa perlu takut produk tersebut mengandung unsur yang diharamkan.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Tentunya ada label halal yang sudah ditentukan oleh MUI ataupun mencari informasi kehalalan produk yang akan saya gunakan.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: G sendiri pernah viral pada masanya di tiktok, dengan harganya yg terjangkau dan katanya rasanya enak. Jadi saya tertarik untuk mencobanya.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Tentu, itu mempengaruhi saya untuk makan disana. Pada awalnya sebelum dapat sertifikasi dari MUI saya mengira itu sudah halal.

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Pada awalnya saya mengira mie G sudah bersertifikasi halal karena sudah booming di beberapa kota tpi Ternyata belum. Saya tidak terfikir kalau bahan2 yg digunakan itu tidak halal, tpi yang jadi problem mie G belum bersertifikasi halal adalah penamaan menu yang mengarah pada unsur yang kurang baik. Namun sekarang mie G sudah merubah nama menunya, dan sudah bersertifikasi halal oleh MUI.

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Tentu nya labelisasi halal sangat mempengaruhi citra mie G di kalangan mahasiswa muslim. Yang awalnya pada ragu untuk membeli mie G yang ternyata belum bersertifikasi halal, sampai akhirnya sudah bersertifikasi dan menjadi banyak pelanggan bahkan tidak ragu untuk mengantri panjang untuk membeli mie G.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Tentunya saya lebih percaya dan nyaman dengan makanan yg halal, karena saya tidak perlu takut takut makan yang tidak halal. Meskipun di Indonesia yang mayoritas muslim, tapi kehalalan suatu produk apalagi makanan itu sangat penting. Mulai dari bahan bahan yang digunakan serta proses pembuatannya.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sangat penting dampak labelisasi halal dalam mengambil keputusan untuk membeli makanan yang halal

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Ya, tentu saja saya akan sangat merekomendasikan mie G untuk di konsumsi orang lain karena sudah berlabel halal.

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Ada, kebersihan tempat makan serta pelayanan kepada customer menjadi aspek lain saat memilih tempat makan

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Untuk saat ini belum ada

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Saya rasa cukup.

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA NON MUSLIM

Nama : Bayu Nugroho

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Mahasiswa UGM

Hari/Tanggal : 06/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Oke, Lebelisasi Halal ya Kak, Mungkin buat aku cukup asing kak, karena jujur di agama saya tidak ada hal hal seperti itu. Tapi buat aku pribadi kak, karena teman-teman ku juga banyak yang muslim jadi kalau halal halal itu yang ku tau seperti rincian tentang sesuatu seperti kebersihan atau tata cara seperti itu sih kak yang saya tau. Kalau buat saya halal itu penting ga penting sih kak, karena ketika makanan itu sudah halal pastinya lebih aman, mungkin ini juga efek dari banyaknya saya berteman dengan kaum muslim jadi saya merasa apa yang menjadi patokan agama mereka itu jauh lebih baik dari apa yang selama ini saya percayai kak.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Kalau aku sih simple ya kak, ga sampai ke cara masakanya gimana, tapi melalui kemasannya kalau itu makanan kemasan, kalau ga ya di banner-bannernya, ada tulisan di jamin halal atau justru haram kak.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Kalau dulu sempat tau karena saya asli Jogja kak, jadi pas jalan-jalan sendiri saya sambil lihat-lihat ini restoran apa kok ramai banget, terus juga sempat viral gitu kak. Sempat beberapa kali pengen nyoba sampai akhirnya di ajak temen dan di bayarin kak, jadi engga ngeluarin dana.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Tentu kak

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Dulu belum ada sih kak

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Dulu sempat viral karena sertifikasi halal ya kak? Kalau dulu belum ada kak dan beberapa kali jadi permasalahan, kalau menurut saya dari beberapa temen-temen saya yang muslim juga bahkan justru tidak memperlmasalahkan itu kak, yang penting di sana menu menu yang di sajikan adalah menu menu yang terlihat halal seperti ayam dan mie kak.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Benar kak, lebih trust karena saya yakin dan percaya makan yang di setuju oleh umat muslim adalah makanan terbaik yang tentunya sudah melalui standarisasi agamanya yang ketat kak.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Kalau aku sih lebih percaya kak, kaya sebelumnya yang aku bilang kak bahwasannya kalau ada lebel halal kan jadi lebih tau. Aku juga kagum sih kak sama umat muslim karena ada peraturan bahkan sampai ke makanan kak. Dan saya pernah di beri tau ternyata kehalalan dan keharamannya sebuah makanan bisa juga di tolak ukur dari proses penyembelihannya kak. Itu benar ga ya kak.

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Engga juga sih kak, ga terlalu melihat lebel halal kak. Tapi kalau memang ada lebel halalnya, why not ya kan kak. Dan syukurnya keluarga saya juga sudah banyak yang masuk Islam kak.

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Ada kak, yang penting bersih alat makannya kak, dulu pernah makan di G gelasnya ada bekas minyak gitu di minuman saya juga kak, saya mesannya es the tapi waktu mau saya minum di atasnya nampak seperti ada bercak minyak yang tidak menyatu dengan air, ini mengindikasikan kalau pencucian gelasnya tidak bersih sehingga masih ada noda minyak yang tersisa kak. Sama paling tempat makannya tidak ada alat sih kak.

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Ada kak, seperti yang saya sampaikan di atas tadi kak dan itu berdasarkan pengalaman saya dulu kak. Mungkin untuk pencucian alatnya bisa lebih detail lagi karena nanti kasihan ke teman dan saudara saya yang muslim kalau sampai makan di tempat makan yang alat makannya bekas bekas yang kita sendiri juga tidak tau apakah itu bekas bibir sesama muslim atau malah bekas orang non muslim karena di cucinya tidak bersih

sesuai yang kita harapkan. Sama waktu dulu aku pernah mesan, tapi mienya udah dingin kak, kaya mie lama gitu kak.

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Kalau untuk lebelisasi halal sih paling saya hanya mau merekomendasikan kak, saya ingin merekomendasikan kepada para pelaku usaha atau bisnis yang memang sekiranya menjual makanan atau produk halal agar dapat melebelisasi halal produknya secara resmi di lembaga muslim. Ini dapat membantu pelaku usaha atau bisnis tersebut untuk menjangkau pasarnya dengan lebih luas karena produk yang di hasilkan atau di jual bersifat dapat di konsumsi secara universal tanpa memandang agama apapun.

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA MUSLIM

Nama : Ahmad Hayu Irfandi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Alumni PAI UII

Hari/Tanggal : 07/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Kalau menurut saya labelisasi halal semacam sertifikat yang di keluarkan oleh MUI untuk memberi label atau stempel pada sebuah produk atau validasi terkait kehalalan produk tersebut. Hal ini penting untuk saya karena selaku konsumen muslim harus membeli produk-produk yang halal.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Selaku konsumen kita hanya berpacu pada sertifikat, mungkin di beberapa tempat itu ada label halalnya pada kemasannya, atau mungkin di beberapa tempat seperti restoran atau kedai kedai makan itu mereka biasanya memampang tulisan halal mereka, jadi bagi saya hanya dari situ saja mungkin ya.

Dan menurut saya juga nih kak, selama produk yang di hasilkan oleh restoran atau brand tersebut kita rasa halal karena bahan bahannya juga halal meskipun tanpa ada logo halalnya, saya rasa itu tidak perlu di raguan lagi kak.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Saya pribadi mengetahui G dari sosial media, banyak konten-konten dari instagram dan juga dari teman-teman.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Selama ini sih tidak ya mas, karena ya kita sudah pernah makan di sana dan ya makanannya hanya mie dengan topping ayam dan dimsum udang-udangannya yang secara garis umum itu halal dari agama Islam ya kak.

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Saat saya Pertama kali mencoba G, untungnya G kemarin itu sudah memiliki lebelisasi halalnya ya mas, jadi ya semakin meyakinkan saya untuk makan di sana mas. Dan pengalaman pertama saya makan di sana sih rame ya mas, karena sampai ngantri panjang.

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Kalau menurut saya, lebelisasi halal untuk di kalangan muslim itu cukup penting, karena sekali lagi, itu untuk meyakinkan konsumen muslim, dan juga bisa menjadi sebuah pasar penjualan karena di Indonesia meskipun kita berbeda beda agamanya tapi tetap agama Islam memegang peran sebagai agama terbesar di Indonesia.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Benar mas, pastinya lebih yakin dan percaya dengan brand atau produk yang sudah ada lebel halalnya.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sangat berdampak karena sekali lagi mas, saya konsumen muslim tentunya juga sama seperti konsumen muslim lainnya.

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Kalau untuk sekarang sepertinya iya, karena saya pernah makan di sana dan kualitas makanannya cukup bagus dan juga sudah ada logo halalnya sehingga saya bisa merekomendasikannya. Dan ini saya lakukan karena G sudah memiliki lebel halalnya ya mas, kalau masih belum seperti sebelum sebelumnya, mungkin tidak akan saya rekomendasikan dulu.

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Ada, terutama masalah harga kemudian pelayanan juga berpengaruh. Karena dari pandangan saya, justru restoran yang belum atau tidak memiliki sertifikasi halal justru pelayanannya lebih menjual dan lebih memuaskan dari pada restoran yang sudah memiliki sertifikasi halal mas.

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Semuan yang di lakukan sejauh ini sudah baik untuk meningkatkan kepercayaan pada konsumen muslim, jadi kalau dari saya tidak ada saran apapun untuk restoran G kedepannya ya

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Tidak ada mungkin, hanya itu saja mas.

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA NON MUSLIM

Nama : Amando

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Mahasiswa UKDW

Hari/Tanggal : 06/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Setahu saya seperti validasi oleh lembaga muslim yang bertanggung jawab memastikan bahwa makanan atau produk itu halal di konsumsi umat muslim, seperti itu mas kurang lebih mas.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Saya pribadi tidak pernah memvalidasi ya mas, makanan halal atau haram. Yang jelas selama tempatnya baik dan rekoemnded maka akan saya kunjungi mas

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Dari media sosial mas, dulu pernah viral banget soalnya

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Tidak juga mas, soalnya saya pribadi dalam agama tidak di ajarkan seperti itu mas

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Dulu karena fomo mas, dan berhubung saya juga suka makanan pedas, jadi saya ikut cobain gitu sih mas

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Jujur mas, saya sendiri kurang mengkaji lebih dalam terkait hal ini, karena fondasi agama saya sendiri tidak ada halal haram secara spesifik mas, jadi saya pribadi kurang faham mas

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Tidak juga mas, sejauh ini baik ada lebel halal atau tidaknya saya rasa nyaman dan percaya saja selama pelayanannya baik mas

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Tidak terlalu berdampak mas, karena seperti yang saya jelaskan sebelum ini. Kalau di agama saya itu tidak terlalu spesifik membahasnya mas

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Kebetulan saya tidak memiliki temen muslim mas, jadi sepertinya tidak terlalu condong merekomendasikannya karena lebel halal, lebih karena memang rekomended saja menurut saya mas

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Pelayanan mas

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Tidak ada sih mas

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Saya rasa cukup mas

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA MUSLIM

Nama : Fikri Zaini

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Mahasiswa UAD

Hari/Tanggal : 07/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Cap halal. iya, penting terutama saya sebagai seorang muslim bagi saya labelisasi halal sangat penting untuk mengetahui apakah makanan tersebut halal apa tidak dan sesuai juga apa yang di ajarkan agama saya islam

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Kalau ada logo halalnya mas

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: Biasa saja mas, seperti restoran pada umumnya

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Iya, sangat berpengaruh, karena bagi saya. Makanan yang ada sertifikasi atau logo halalnyalah yang boleh saya konsumsi. Jika tidak ada logo halalnya atau masih meragukan kehalalannya, maka saya tidak akan mengkonsumsinya kak

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Pertama kali saya makan di G direkomendasikan oleh teman saya, dan menurut saya kehalalan di restoran tersebut sudah sesuai yang telah ditetapkan.

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Sangat berpengaruh di kalangan mahasiswa terkait labelisasi kehalalan restoran tersebut. Karena mungkin jika tidak ada labelisasi kehalalan mahasiswa khususnya yang muslim tidak akan ke restoran tersebut. Jadi menurut saya itu sangat mempengaruhi citra restoran tersebut.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Iya, karena labelisasi halal paling utama bagi saya ketika hendak mengunjungi suatu restoran

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sangat berpengaruh

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Iya benar, saya akan merekomendasikan restoran G tersebut kepada teman dan keluarga saya jika sudah memiliki labelisasi halalnya

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Ada, aspek selain kehalalan yang saya pertimbangkan adalah seperti kebersihan restoran, keamanan, pelayan restoran tersebut

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Saran saya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen muslim terhadap kehalalan produk restoran tersebut, agar lebih memperhatikan apa yang menjadi kewajiban dari seorang muslim, contohnya tempat ibadah, keyamanan dlln.

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Tidak ada mas

LEMBAR WAWANCARA DENGAN MAHASISWA NON MUSLIM

Nama : Angel Maharani

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Mahasiswi UGM

Hari/Tanggal : 05/Mei/2024

Peneliti: Apa yang Anda ketahui tentang labelisasi halal, dan mengapa hal ini penting bagi Anda sebagai konsumen?

Informan: Saya pernah baca dan tau sedikit tentang ini mas, jadi labelisasi halal itu sendiri merupakan jaminan dari lembaga atau komunitas muslim terhadap suatu produk khususnya makanan dan minuman yang di konsumsi oleh masyarakat muslim. Hal ini bertujuan memastikan bahwa produk yang di konsumsi benar benar terdiri dari unsur yang halal atau tidak haram. Kemudian untuk penting atau tidaknya menurut saya pribadi ini penting bagi saya dan umat muslim khususnya mas, karena dengan ada validasi dari komunitas dan lembaga yang kita percayai, maka akan lebih terjamin dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Peneliti: Bagaimana Anda biasanya memverifikasi apakah sebuah produk atau restoran mematuhi standar halal?

Informan: Kalau ini saya pribadi hanya sebatas melihat apakah restoran atau produk yang di sajikan sudah tersertifikasi halal atau belum mas, dan ini juga hanya melalui melihat ada atau tidaknya logo halal itu sendiri. Namun dari isu yang saya dengar, banyak juga di antara pelaku usaha yang justru memalsukan logo tersebut pada produk mereka.

Peneliti: Pengalaman dengan Restoran G, Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Restoran G?

Informan: G ya mas, Awalnya itu viral di media sosial tentang mie pedas No 1 di Indonesia, saya sendiri selaku orang yang mencintai rasa pedas merasa tertarik untuk mencoba langsung, jadi itulah awal saya mengetahui tentang G mas.

Peneliti: Apakah labelisasi halal mempengaruhi keputusan Anda untuk makan di sana?

Informan: Kebetulan karena saya kristen dan saya pribadi dekat dengan banyak teman teman muslim, lebelisasi halal sangat mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk

Peneliti: Berikan pengalaman Anda saat pertama kali makan di Restoran G. Apakah ada informasi tentang kehalalan yang disampaikan oleh restoran tersebut?

Informan: Pengalaman pertama saya makan di G dulu belum ada lebel halalnya, dan waktu itu saya makan yang di cabang Gejayan. Dan waktu itu sih baik baik aja kak.

Peneliti: Persepsi terhadap Brand Image Restoran G Menurut Anda, bagaimana labelisasi halal mempengaruhi citra Restoran G di kalangan mahasiswa dan komunitas Muslim?

Informan: Sangat berpengaruh sih mas, karena lebel halal menurut saya mengambil andil atau peran paling besar para calon customer muslim mas.

Peneliti: Apakah Anda merasa lebih percaya atau nyaman dengan brand yang memiliki labelisasi halal?, Mengapa?

Informan: Tentu mas, karena saya yakin dan percaya kak kalau lebel halal pasti melalui tahapan yang tidak mudah, sehingga ketika sebuah produk di lebelkan halal, berarti kualitas produksi produk tersebut sudah teruji dengan baik mas.

Peneliti: Dampak Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Seberapa penting labelisasi halal dalam keputusan Anda untuk makan di Restoran G atau restoran lainnya?

Informan: Sangat penting sekali mas

Peneliti: Apakah Anda lebih cenderung merekomendasikan Restoran G kepada teman atau keluarga karena labelisasi halal?

Informan: Sebagaimana yang saya sebutkan sebelumnya mas, karena banyak teman-teman saya yang beragama Islam, saya rasa merekomendasikan makanan ke mereka akan jauh lebih baik bila kita sendiri sudah mengetahui informasi mengenai kehalalan makanan atau produk yang akan di konsumsi.

Peneliti: Apakah ada aspek lain selain kehalalan yang Anda pertimbangkan saat memilih restoran?

Informan: Aspek lainnya ya mas, ada mas. Kebersihan, Pelayanan, Citarasa dan tentunya daya tarik produk tersebut mas.

Peneliti: Saran untuk Peningkatan Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada saran yang bisa Anda berikan kepada Restoran G untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan produk mereka?

Informan: Saran secara saya pribadi sih belum ada mas, karena sejauh ini saya merasa cukup puas saja dengan G tidak yang terlalu Exaited dan waw banget mas

Peneliti: Apakah ada hal lain terkait labelisasi halal dan Restoran G yang Anda ingin sampaikan atau diskusikan?

Informan: Saya rasa saya nanti ingin mengkaji tentang hal hal menarik lainnya yang ada di dalam Islam sih mas, karena sama seperti yang sebelumnya saya katakan mas, Islam ternyata sebaik dan seindah itu dalam mengatur umatnya. Itu saja mas.

B. Dokumentasi Wawancara

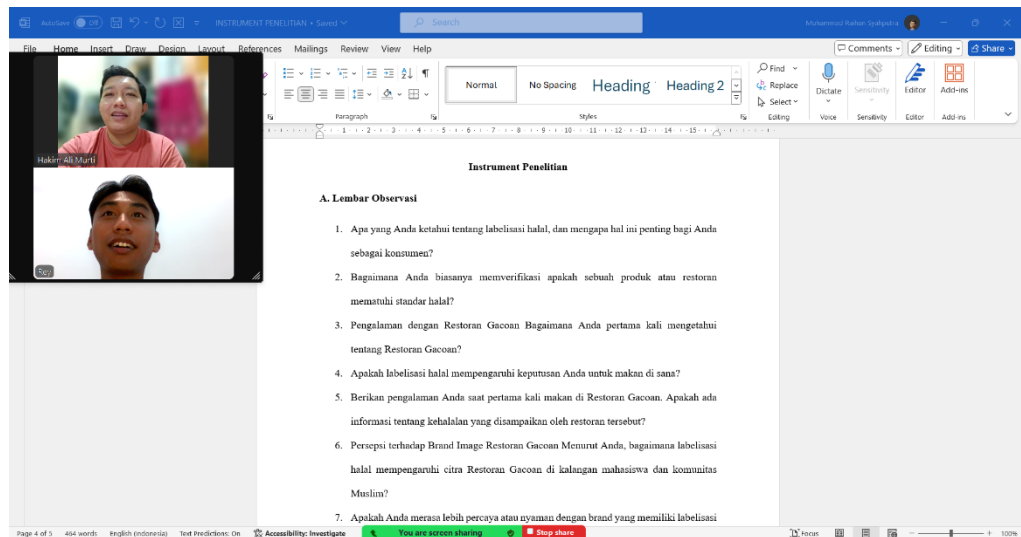
05 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Angel Maharani, Informan penelitian, Mahasiswa UGM non Muslim



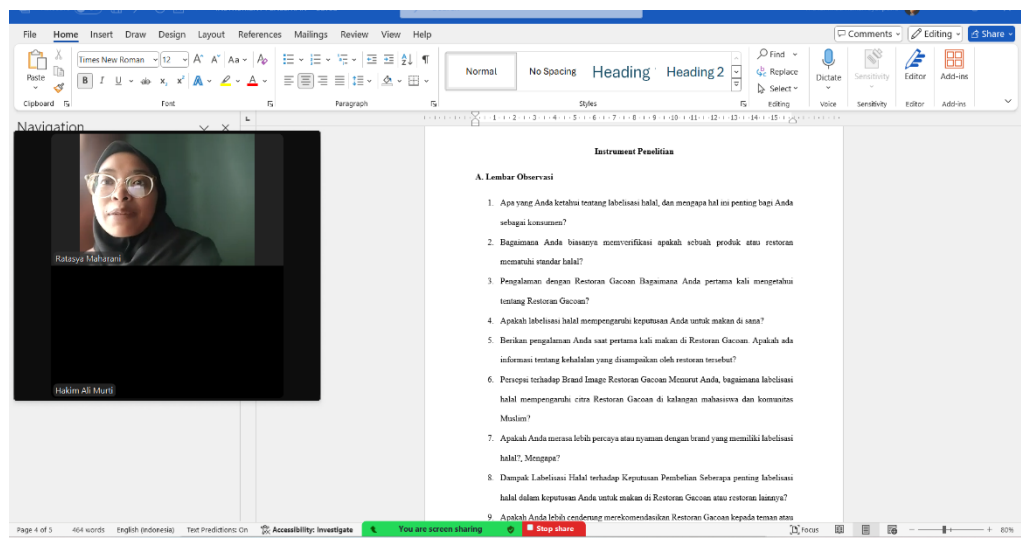
06 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Bayu Nugroho, Informan penelitian, Mahasiswa UGM non Muslim



06 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Muhammad Raihan Syahputra,
Informan penelitian, Alumni FIAI, PAI UII



06 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Ratasya Maharani, Informan penelitian, Alumni FIAI, AS UII



06 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Amando, Informan penelitian,
Mahasiswa UKDW non Muslim



07 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Ahmad Irfan, Informan penelitian,
Alumni PAI UII



06 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Topan Marzuki, Informan penelitian, Mahasiswa UKDW non Muslim



07 Mei 2024, Dokumentasi wawancara dengan Fikri Zaini, Informan penelitian, Mahasiswa UAD

